

当航天梦遇到 “梦之蓝M6+” 洋河股份「逐梦苍穹」

- ◆ 品牌名称: 梦之蓝
- ◆ 所属行业: 酒水类
- ◆ 执行时间: 2022.07.01-12.31
- ◆ 参选类别: 酒水类

结案视频

查看视频请复制链接，粘贴到新浏览器页面里观看视频

<https://www.xinpianchang.com/a12691977>

项目背景与目标



乌云笼罩的市场局面下寻求以梦想“碰杯”年轻人

在白酒行业总体产量下滑的大环境下，拓宽受众群体、品牌高端化已经没有回头路。在中国酒行业上市公司价值榜单中洋河一直屈居第三，面对老对手茅台、五粮液的不破圈。洋河急需一次向全民发声的机会，以梦想“碰杯”更多的受众群体。

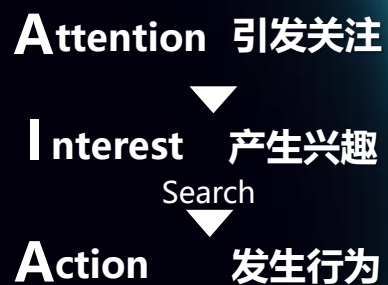
当航天梦遇到“梦之蓝”民族品牌与民族事业如何共同出彩

“追梦”是2022年中国航天圆梦之年的情感底色也是秉承“梦想文化”的洋河重要的品牌宣言。作为中国航天事业合作伙伴的洋河希望借势热点破圈传播打造品牌价值。

洋河寻求拓宽潜力场景，对用户进行一波“非传统”的饮酒教育

白酒营销需要将产品+感受+创新结合呈现，在科技主题下，如何打造一次即共情民族情绪又彰显智能科技的营销是一个非常大的挑战。

用户行为洞察



用户信息满足

搜索是用户获取信息十分重要的渠道



策略组合

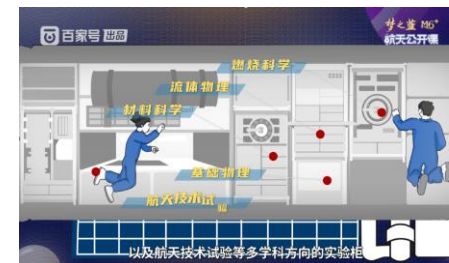
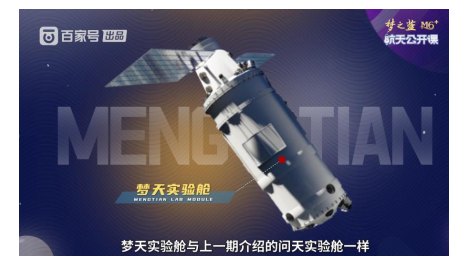
以百度为核心媒体矩阵，用科技为品牌赋能



策略执行

通过爆点IP策划带动全民关注，百度官方数字人度晓晓提高用户兴趣度，PGC/UGC全域加入航天讨论，引导大众对洋河民族品牌/高端品质/情怀场景等多重价值重构。

A I G C 创造内容与价值
心智渗透



航天科普IP 《航天公开课》

策略执行

抓住重要节点的流量入口
节点引爆

通过捕捉航天热点全面拦截流量，
专属话题页/订制曝光资源全域引流，
持续曝光引导全网关注航天事件的同时种草梦之蓝M6+。



策略执行

让NFT带动全民参与，
讲述中国航天梦想碰撞创新科技藏品的故事，
吸引人们参与梦之蓝数字藏品领取，加强航天与产品的联系。

数字藏品与IP的价值打造
创新传播

百度APP->数字藏品小程序



领取/购买 藏品



百度超级链备案交易, 获得藏品



领取数字藏品,参与抽奖



媒介执行

梦之蓝M6-逐梦营销计划

航天氛围打造

航天知识科普



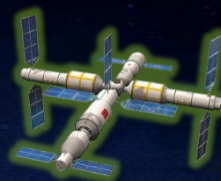
数字人主播

航天公开课

航天话题

航天事件锁定

感受航天浪漫



航天关键词内容锁定

空间站/ 梦天

全域资源曝光

新营销场景拓展

品牌年轻化品牌认知

梦之蓝 M6+



创新媒介场景

热点扩散传播

NFT数字藏品

官方权威助力

创新资源

定制产品

精准产品持续触达兴趣人群

媒介执行

实现精准航天人检索人群覆盖，并通过不同维度的内容实现内容聚合与传播互动

检索关键词
锁定触发

内容大卡(主卡、发射次卡等)

大搜全域彩蛋

大卡页Banner

参与话题讨论

关键词
空间站

中国空间站

中国首个空间站

天宫空间站

关键词
每周更替

梦天实验舱

梦天实验舱发射成功

梦天实验舱发射



媒介执行

全域资源联动，多领域内容持续传播，扩大品牌影响力

拓传播

- 18 中方回应韩国首尔踩踏事件
3个视频 · 180万次观看
- 19 梦天将补全中国空间站的T字构型
1个视频 · 142万次观看
- 20 梦天实验舱长啥样
1个视频 · 37.9万次观看
- 21 富士康最新回应
7个视频 · 21万次观看
- 22 小伙每天1斤白酒患上精神分裂症
6个视频 · 244万次观看
- 23 老太误将502胶当滴耳液滴满耳道
3个视频 · 4.6万次观看
- 24 四位女青年科学家分获百万大奖
1个视频 · 0.2万次观看

微博热搜



微博话题深度互动



头条今日要闻



OTT广告联动

营销效果 围绕航天关键词全面锁定，百度全域黄金资源霸屏传播

深 锁定

大卡品牌曝光
18.2 亿次

品牌彩蛋曝光
5.77 亿次

百度搜索框预置
2.28 亿次

PUSH引流
4.51 亿次

开屏曝光
1.56 亿次

检索关键词
锁定触发

内容大卡(主卡、发射次卡等)

大搜全域彩蛋

大卡页Banner

参与话题讨论

关键词
空间站

中国空间站

中国首个空间站

天宫空间站

关键词
每周更替

梦天实验舱

梦天实验舱发射成功

梦天实验舱发射



航天公开课 # 热搜上榜, 定制IP内容引发大量[航天迷]围观

为梦起航！洋河推出《航天公开课》
邀全民见证中国航天新篇章

多媒体内容传播



品牌权益植入



片头、片



定制服装

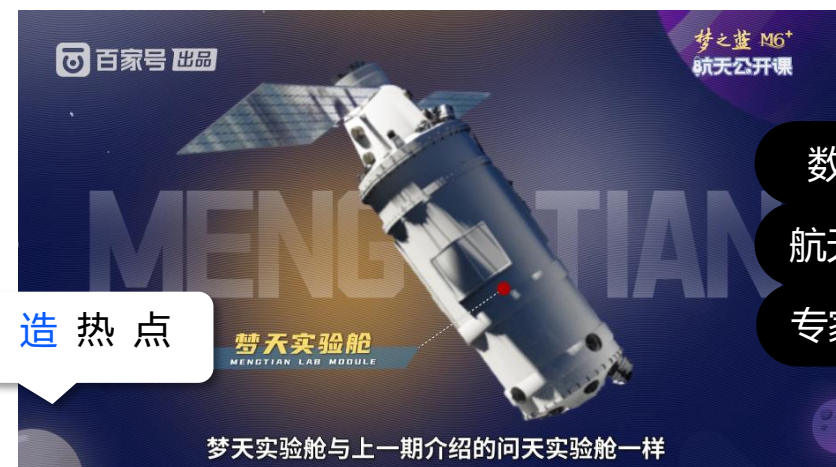


央视首屏

全网曝光量
97000W+

视频播放量
26000W+

热搜上榜数
10+



梦天实验舱与上一期介绍的问天实验舱一样

搜索指数提升

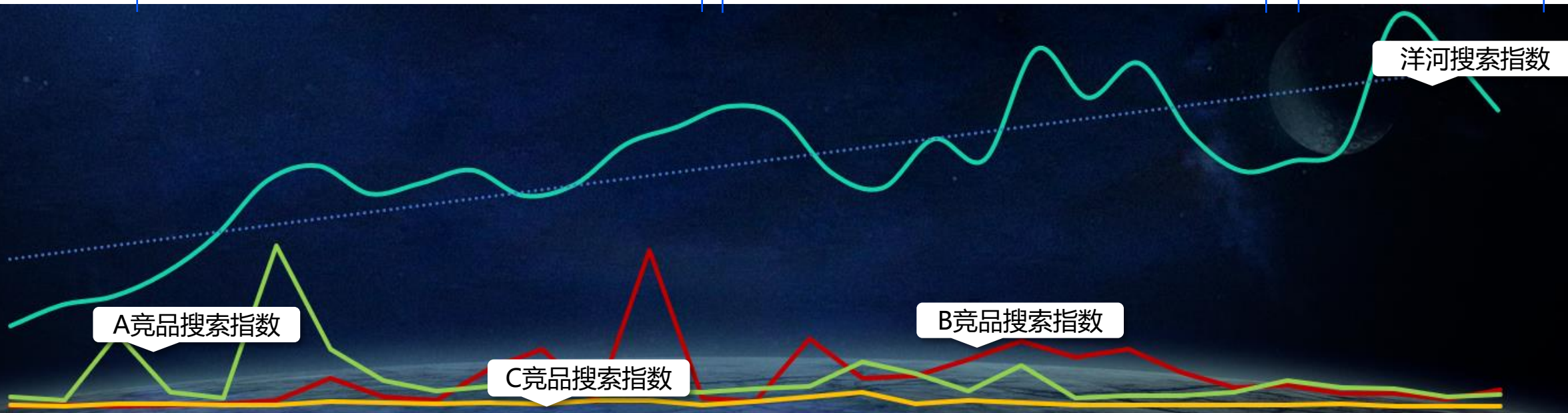
洋河总声量远超同期竞品品牌，成功占位航天热点事件

洋河整体搜索指数 = 19.7倍A竞品 = 28.2倍竞品B = 59倍竞品C

定制数字人IP与相关话题持续发酵传播

洋河定制航天NFT发布传播

洋河定制产品

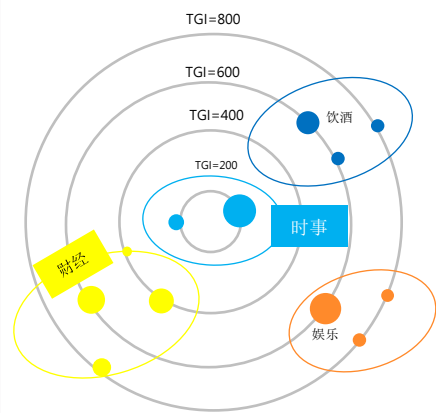
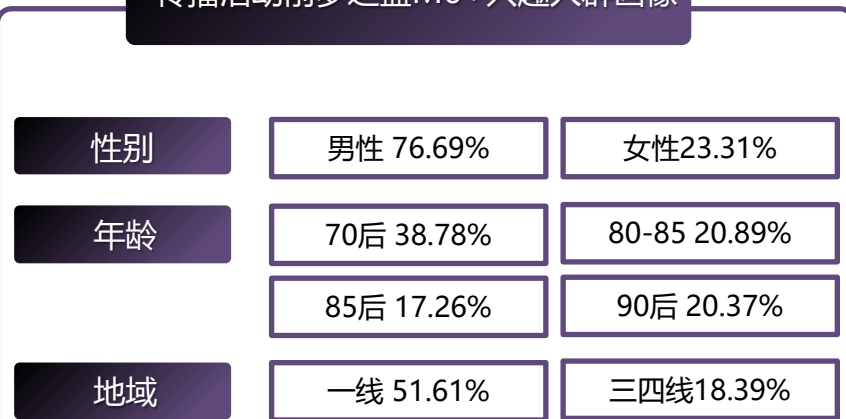


人群心智影响

兴趣用户成功扩容
种草更多兴趣人群

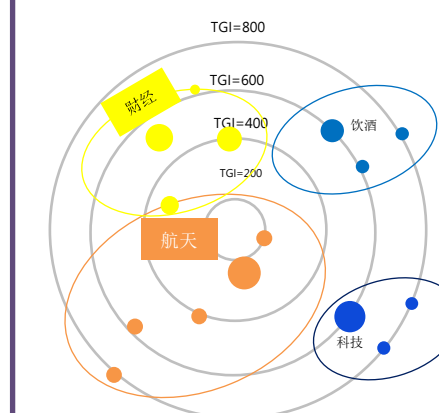
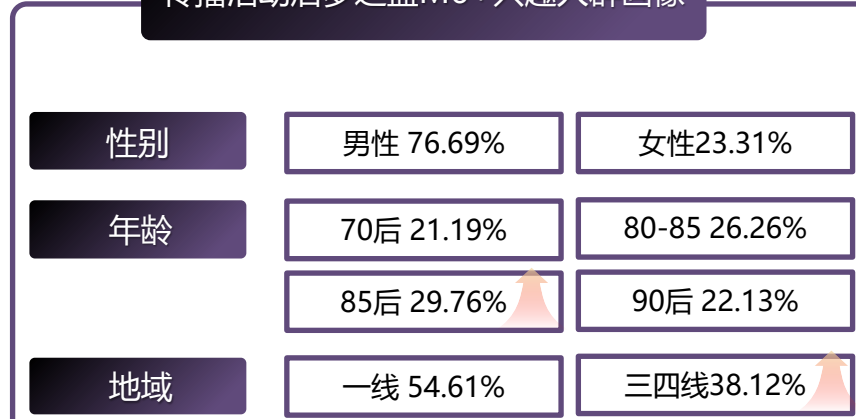
通过本次的传播营销的活动，非常成功的营销了关注梦之蓝M6+用户的心智，使得梦之蓝M6+的兴趣人群对航天产生了关联。

传播活动前梦之蓝M6+兴趣人群画像



- 关注财经主题
- 关注时事新闻
- 关注娱乐事件
- 关注饮酒文化

传播活动后梦之蓝M6+兴趣人群画像



- 关注航天主题
- 关注航天新闻
- 关注科技内容
- 关注饮酒文化

人群资产沉淀

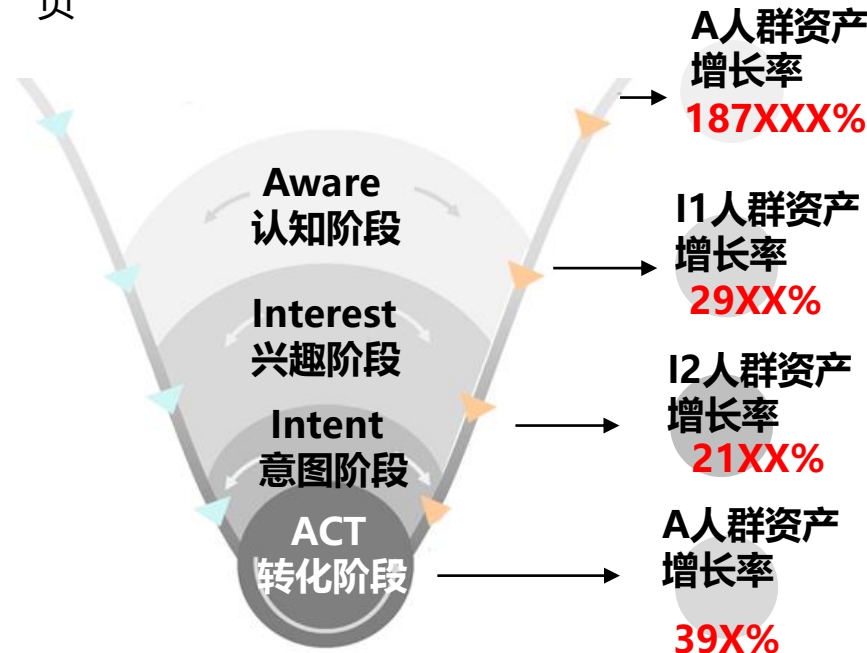
人群精细运营
促进售卖转化

在百度数据平台沉淀不同程度的用户行为，后续可以进行人群的分析以及再利用。

总人群资产数突破**13,960,680**，增长率超251倍

A: 搜索过问天/梦天/天舟/神十五等词，被广告曝光过
I1 I2: 视频文章等内容1次点击,多次点击
A: 领取过数字藏品 搜索/互动过洋河品牌词 进入落地页

行业人群: 近期搜索过白酒行业相关关键词或与广告进行互动的人群;
兴趣人群: 兴趣标签与白酒 航天关联度较高人群;
机会人群: 行业人群 U 兴趣人群。



PS: 人群互不包含 拥有多个阶段特征的用户仅被划为最深层次的阶段

触达情况	人数	渗透率
行业人群总人数	8XXXXXX	8.XX%
兴趣人群总人数	3XXXXXX	2X.XX%
机会人群总人数	117XXXXX	12.XX%

定制航天IP的数字藏品，限量发现拉动年轻用户关注

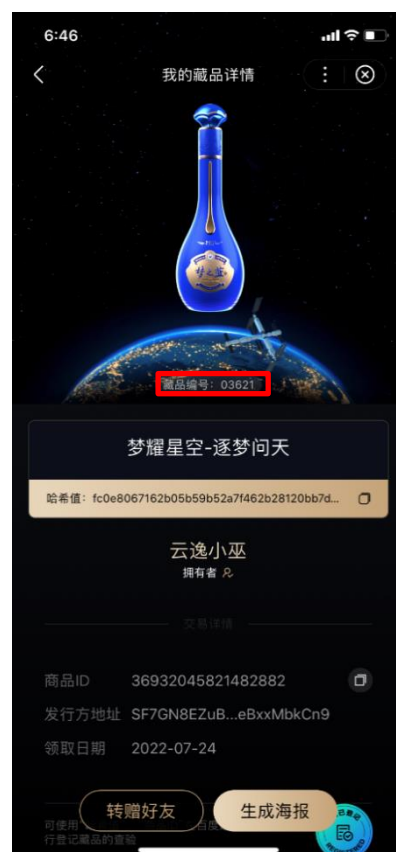
百度APP->数字藏品小程序



领取/购买 藏品



百度超级链备案交易，获得藏品



领取数字藏品,参与抽奖



总曝光
13.6亿次

参与
1761万人

60s售罄