

习酒×自得琴社: 听干年酿酒传奇

◆ 品牌名称: 贵州习酒

◆ 所属行业: 酒水类

◆ 执行时间: 2022.11.10-12.20

◆ **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.bilibili.com/video/BV1fG4y1V7zR/?spm_id_from=333.999.0.0



爸爸爷爷辈爱喝的白酒,要靠什么征服年轻人?

品牌年轻时代, 习酒面临发展难题: 被嫌"爹味"太重, 年轻圈层与传统用户难以兼顾。

我们总听过这样的话,特别是在餐桌上:年轻人不喝茅台酒,那是还没到时候,20多岁还在玩,小孩子不懂事,不晓得需要好酒喝。但年轻人们,对这种"爹味"言论并不买账。





●历史天空

・时间长河

・古朴传承

・大我境界

国粹故事,唯有宏大叙事?

白酒,作为民间国粹,以中国传统的匠心工艺,审美品味,打开无数高谈阔论的餐饮聚会 以酒之名,遨游历史,升华自我,澎湃情怀,这正是传统消费人群对白酒最理想的打开方式。



习酒×国风IP 「自得琴社」 以酿造景语,讲人间情语

与年轻国学美学+顶级文化内涵的国风IP 「自得琴社」联合跨界 始于音乐,穿越古今,习酒国潮美学具象化表达 不止音乐,场景互动,以习酒之名重新定义白酒文化。





习酒×国风IP 「自得琴社」 以酿造景语,讲人间情语







以"国潮"说"国粹",找寻习酒全新打开方式,为"爹味"清爽去油!

以人间烟火诉说杯中国粹

挖掘习酒DNA中的"人间烟火"部分,以工艺链接场景,以杯中酒讲述心中意,以此打造习酒特色的品牌故事,强化大众对习酒品牌的情感认知,与用户焕然一新相见!

以国风国色, 见历史天地以丰满四季, 见时间长河以舌尖滋味, 见古朴传承以小我逸趣, 见大我境界



国色国风:

古画穿越美酒河 溯源习酒历史悠久产地











丰满四季:

结合节气时令展现习酒酿造工艺之美











舌尖滋味:

自得琴社器乐演绎 歌舞展现宴饮之美











小我逸趣:

自得琴社展现古典诗酒歌文化 沉浸传递











酒型人格 清新领略: 漫游江山秋色 遇见平行时空自己



清爽新鲜的酒桌名片 重新定义白酒文化

在该H5中,邀请用户进行一趟古风穿梭,从感受习酒酿造,到看见暖暖远人村,与古人一同举杯邀明月。在这过程中,不同的选择将带领开启不同的旅程,最终将获得个性的专属"酒型人格",隐形品酒高手、金牌话题制造机...不同的酒桌名片,短时间迅速诱发社交裂变,活动总参与量突破53万次。



自得琴社社长讲述,以国潮讲国粹,潮流与传统文化碰撞







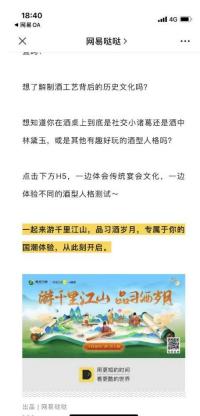
以习酒之名 听传统文化之发展

图文形式讲述,自得琴社与习酒在传承中华文化 历程中的同与不同。两者皆以"传统文化最好的 保护方式,不是供奉起来,而是要让它回到年轻 人的生活中,这样它才不会消亡。"为原则,坚 守着、传承着、发扬着,终究形成独树一帜的品 牌美学。



古今酒桌中见中国式浪漫,重新定义习酒白酒美学







以习酒之名 见何为中国人的浪漫

习酒文化融入潮流语境,结合试下热议°最高的#中国式浪漫#,以白酒饮宴为场景,讲述从古到今、文人墨客以酒之名开启的浪漫感官旅程。





习酒清新国风品牌文化

1亿+

《醉醉渔,唱唱晚》 视频全网播放总量



从品牌到产品立体呈现

1,765,067次

点击跳转电商



年轻人的第一杯白酒

163.6%

电商页面停留时间增长



以习酒之名, 打破白酒品类固有印象, 实现粉丝转换

拥有悠久历史的习酒品牌遇上新国潮古画音乐IP自得琴社,喜闻乐见的形式也让年轻人接受习酒式美学,品牌信息潜移默化植入消费者心中。



