

## 贵州茅台：一份让元气满格的年终总结

- ◆ 品牌名称：贵州茅台
- ◆ 所属行业：酒水行业
- ◆ 执行时间：2023.12.29-12.31
- ◆ 参选类别：内容营销类

# 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://v.youku.com/v\\_show/id\\_XNjQyNjAzODI3Ng==.html](https://v.youku.com/v_show/id_XNjQyNjAzODI3Ng==.html)

观看密码：123456

## ● 背景&目标

“博物馆失火了，一幅800年的画作和一只小猫，要先救哪一个？”



“ 都救！ ”

这和当下白酒行业的境遇何等相似：**一边是珍贵的历史沉淀，一边是跃动的生命力。**

### 行业困境

# 酒精类产品用户越发年轻化、但白酒却渐行渐远

#### 用户年轻化、行业距离感

18-30岁群体成为2023年中国酒类第二大消费群体，占比达39.13%，消费主体呈现出**年轻化趋势**。<sup>[1]</sup>

白酒在大部分年轻人印象标签是传统、味道难喝、酒精度过高、上一代喝的酒、被动式应酬，**距离感明显**。<sup>[2]</sup>



#### 行业及茅台的增长探索方向

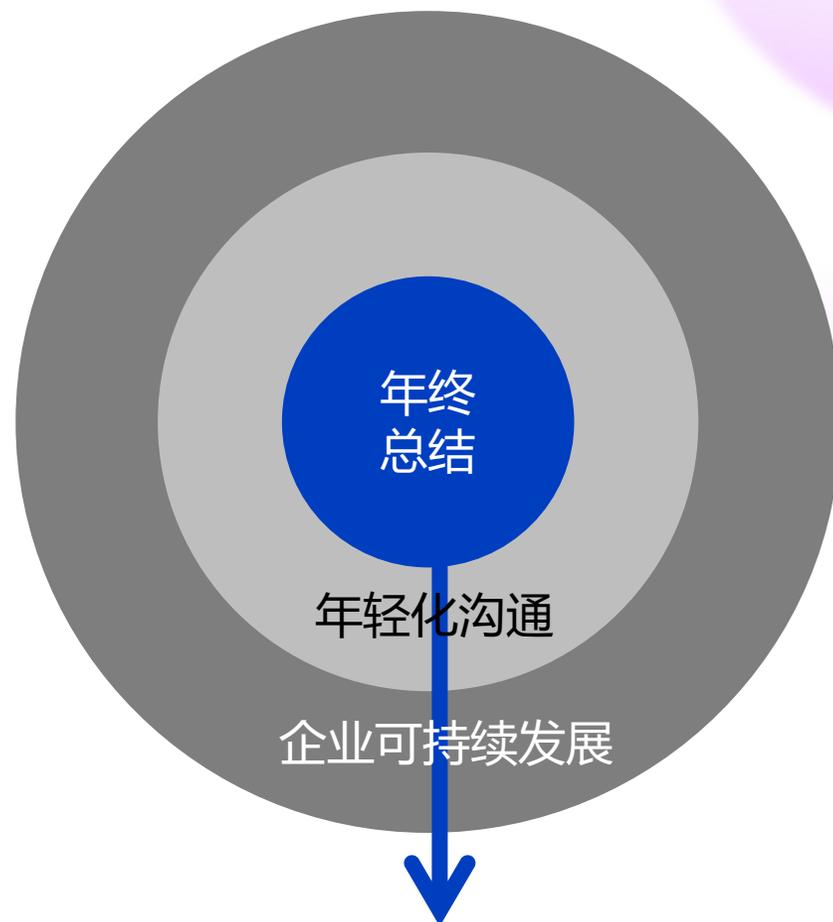
中国白酒行业进入了年轻化的重要节点。茅台作为传统白酒品牌的代表，一直致力于**传承与赓续白酒文化**；在企业**可持续发展战略**指导下，茅台近年在“白酒年轻化”路上做了多种尝试。希望在时代潮流变换中走进新时代年轻人的生活里。

[1] 数据来源：艾媒咨询 | 《2023-2024年中国酒类行业发展状况与竞争态势分析报告》 2023.5

[2] 数据来源：里斯战略定位咨询 | 《年轻人的酒——中国酒类品类创新研究报告》 2022.12

## ● 背景&目标

茅台希望年末通过一次**品牌年终总结**，  
与年轻世代建立**情感链接**，提升品牌  
认同感，助力企业长久**可持续发展**。



# 2023年是相当不平坦的一年

整体经济处于升级调整期，生活面临各种压力与挑战，磕磕碰碰，跌跌撞撞

【社会/用户端】

## 困阻-碰壁

2023年由于市场竞争激烈，加上经济调整期的影响，毕业生人数创新高，年轻人就业竞争也分外激烈；与此同时，GPT/AI等创新科技冲击，职场人士压力山大，让人仿若置身于四面高墙的困境。

年终总结时刻，“艰难”容易被加倍放大，  
见底的血槽亟待被回填。

# 碰

【品牌端】

## 跨界-碰撞

面对代际更迭压力和创新科技冲击，茅台迎难而上主动求变，通过联合瑞幸、德芙、蒙牛**跨界碰撞**推出**酱香咖啡、巧克力、冰淇淋**等新产物，联合网易**碰撞**推出**茅台、巽风**等新技术平台，在碰撞中走进年轻群体的生活，也拓展新的商业可能。

面对挑战冲击，茅台身体力行，  
用“碰撞”创造新可能。

核心洞察：“碰”的对立辩证



困境面前，拥抱“碰撞”！

## ● 媒介&执行

这次沟通战役紧抓元旦前三天大家常规的**“年度总结”时刻**做瞬间释放，  
结合**年轻世代**当下最主要的**媒体接触习惯**：制作一条视频去播种观点；  
同时借H5数字创意提供对话互动空间，给共鸣者提供一个释放的机会，接力放大传播影响力。

### 既是年终总结 也是品牌分享

茅台了解年轻世代的人生不需要被说教，所以把自己近年一些经历和心得，和大家分享，希望能为一些“碰壁ing”的年轻人送上勇气与能量。

1条视频：传播观点

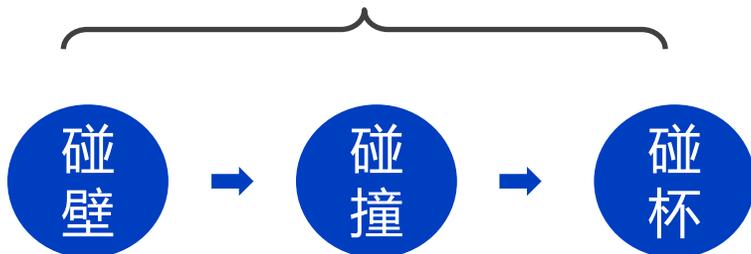


1个H5：对话互动

## 媒介&执行

# 【视频创意】以众生相传递因“碰”而奔赴未来的向上能量

## 【碰】



### 【概念：碰·巧结合】

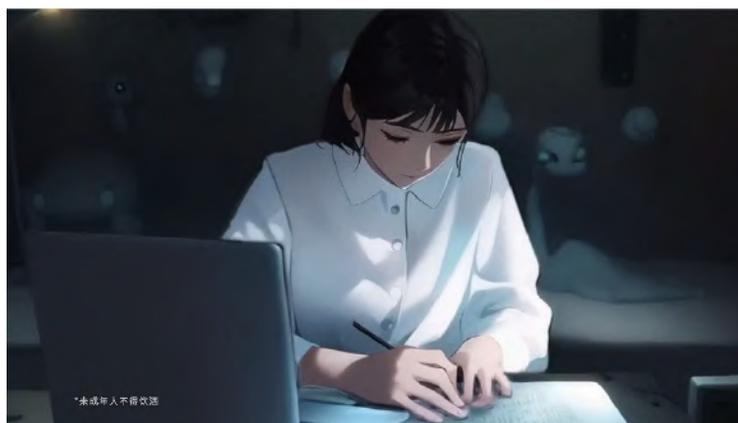
提取品牌属性“碰杯”、酱香咖啡等跨界产品之“碰撞”与社会洞察“碰撞”之“碰”，围绕“碰”字展开，从“碰壁”到“碰撞”到最后“碰杯”，层层递进，从个人到事物到社会，拔高立意。

### 【制作：碰·撞AIGC】

在白酒行业中率先采用AIGC结合真人制作手段，用行动再一次诠释拥抱“碰撞”的鲜活内涵。视频拍摄虚实结合，更呼应“碰”的主体，让视频观赏性更强，更具看点。



KV

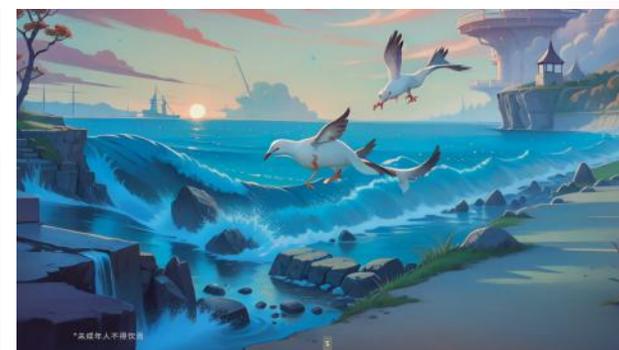


VIDEO部分画面



# 媒介&执行

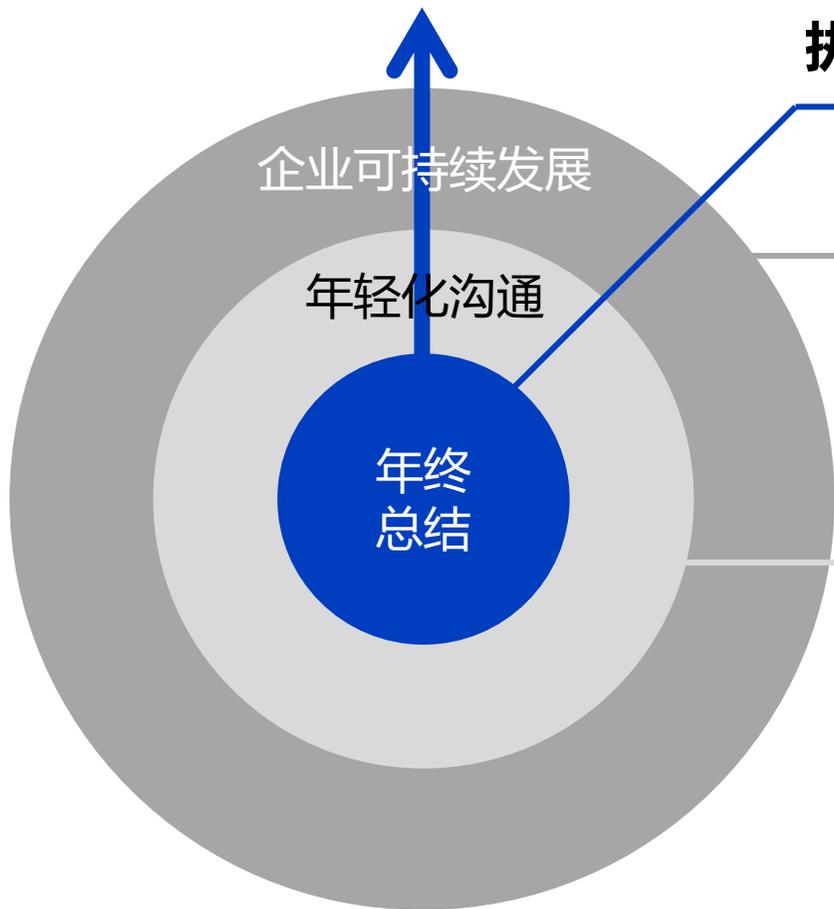
[ VIDEO部分画面 ]





# 效果&反馈

执行时间：2023.12.29-2023.12.31



品牌指标 +27%

品牌可持续发展感知价值 (SPV) 增长27%，达到**58亿美元**。<sup>【1】</sup>

销售指标 +239.62%

2024年Q1，茅台冰淇淋业务营业收入同比增长**239.62%**。<sup>【2】</sup>

冰淇淋旗舰店开业数目量同比增长**45.83%**。<sup>【3】</sup>

传播指标 **3天破5亿+**

总曝光量5亿+<sup>【4】</sup>，视频全网播放量**2亿+**<sup>【5】</sup>

付费类媒体的曝光效率超出平均水平**29%**，自媒体点击播放量**1.2倍**于平均点播量。<sup>【6】</sup>

获得大量赢得媒体和分享媒体的二传二创，包括腾讯、百度、新浪、网易、搜狐、微博等头部媒体，酒说、酒行天下等垂直媒体及各大视频平台自媒体账号。

## 数据来源说明：

【1】 Brand Finance | 《2024年度中国品牌价值500强报告》 2024.5

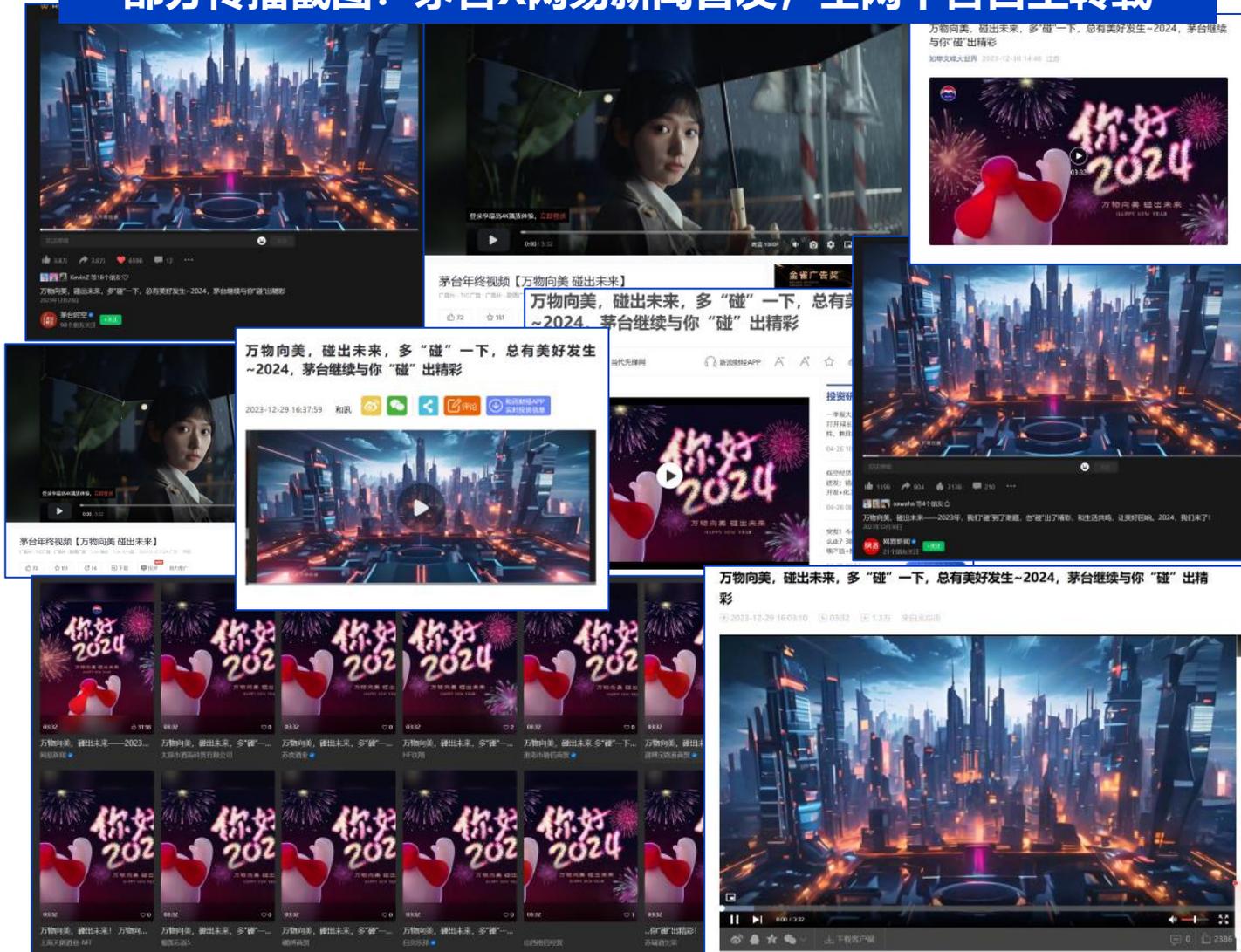
【2】 / 【3】 茅台时空公众号 | 《茅台冰淇淋一季度开门红，营收翻番》 2024.4

【4】 / 【5】 朋友圈后台+网易新闻app后台+网易视频号+茅台自媒体（抖音/视频号/微博等）+第三方媒体（腾讯/百度/新浪/搜狐/微博/新华网/凤凰网/酒说/酒行天下/腾讯视频/优酷视频/视频号自媒体等近百家媒体）等相关数据统计整理 2023.12.29—2023.12.31

【6】 朋友圈后台+网易新闻app后台+网易视频号等相关数据统计整理2023.12.29—2023.12.31

# 效果&反馈

## 部分传播截图：茅台X网易新闻首发，全网平台自主转载



## 部分媒体报道及链接

1. 新华网：万物向美“碰”出未来  
<http://www.xinhuanet.com/enterprise/20231229/ef7ae2929f834da6ac771a915fbd8545/c.html>
2. 凤凰网：万物向美，碰出未来，多“碰”一下，总有美好发生~2024，茅台继续与你“碰”出精彩  
<https://jiu.ifeng.com/c/8VucqbzqKh>
3. 和讯新闻：万物向美，碰出未来，多“碰”一下，总有美好发生~2024，茅台继续与你“碰”出精彩  
<https://news.hexun.com/2023-12-29/211545252.html>
4. 搜狐网：万物向美，碰出未来，多“碰”一下，总有美好发生  
[https://business.sohu.com/a/748073331\\_100250652](https://business.sohu.com/a/748073331_100250652)
5. 中国新闻网：贵州茅台：万物向美碰出未来（H5）  
[https://mp.weixin.qq.com/s?src=11&timestam=1716973447&ver=5289&signature=fQSTCcdVGUmBprpQJM1HlqNA8Kbp-0Fa9FTn1mKfeBOyTsb2ku-hy8zavtxemzOr6Yq9A3xOBOK1mW\\*ng0Pi\\*B\\*i6DrZWy\\*-sU6rmnInZZLuj8Vlc76wOBLaf80oG2V&new=1](https://mp.weixin.qq.com/s?src=11&timestam=1716973447&ver=5289&signature=fQSTCcdVGUmBprpQJM1HlqNA8Kbp-0Fa9FTn1mKfeBOyTsb2ku-hy8zavtxemzOr6Yq9A3xOBOK1mW*ng0Pi*B*i6DrZWy*-sU6rmnInZZLuj8Vlc76wOBLaf80oG2V&new=1)
6. 腾讯网：万物向美，碰出未来，多“碰”一下，总有美好发生~2024，茅台继续与你“碰”出精彩  
<https://new.qq.com/rain/a/20240102A0375800>
7. 天眼新闻：万物向美，碰出未来，多“碰”一下，总有美好发生~2024，茅台继续与你“碰”出精彩  
[http://jgz.app.todayquzhou.com/news/news-news\\_detail-news\\_id-11515116345945.html](http://jgz.app.todayquzhou.com/news/news-news_detail-news_id-11515116345945.html)
8. 网易视频：万物向美，碰出未来  
<https://www.163.com/v/video/VKM24J8FD.html>
9. 新浪新闻：万物向美，碰出未来，多“碰”一下，总有美好发生~2024,茅台继续与你“碰”出精彩  
<https://video.sina.cn/news/2023-12-29/detail-imzsqhy3554952.d.html?vt=4>
10. 蓝鲸财经：万物向美碰出未来，茅台祝大家新年快乐（H5）  
<https://news.lanjinger.com/d/225390>

### 核心优势阐述

“万物向美 碰出未来”主题战役是一次聚焦在年终3天采用递进式爆破的社会化营销，“百万级”的战役投入换来了多项“亿级”的成果。

我们把带来“品牌-销售-传播”三重奏效果的要素归纳为四点：  
【时机】、【内容】、【参与】、【责任感】。



#### 【时机】

量变引发质变的条件，  
就是跨越“奇点”。

遭遇磕磕碰碰的年轻人一年下来，在“年度总结时刻”有万千缕需要释放的情绪，有万千颗需要被抚慰的人心。这是一个“情绪能量奇点”。



#### 【内容】

市场，是消费者需被满足的缺口。品牌故事是为消费者填缺口的故事。茅台近年来推出酱香咖啡、巧克力、i茅台、巽风等年轻化跨界新品，受到社会极大关注。这是茅台近期年轻化战略的阶段心得，也是自身年度总结，更是链接年轻世代的情感沟通。



#### 【参与】

本战役虽以茅台经验视角切入，但实际上将更多笔墨给予大众，加入社会热点内容。各界人士从中找到自己的影子，触达内心，获得共鸣。H5互动给观众一个释放情绪、表达祝愿的出口，放大传播影响。



#### 【责任感】

行业增长？“赓续文化？  
生意外更多体验？  
近年茅台系列出圈操作向外界展现出一个行业顶部品牌探寻答案的勇气，以及那份社会责任担当。就像本次战役的初衷：给人们带去一些向上的能量与启发。



# KWEICHOW MOUTAI

## 一份让元气满格的年终总结

### 茅台《万物向美，碰出未来》 品牌年终“焦点时刻”主题沟通战役

#### ▶ BACKGROUND

不平坦的2023年就要画上句号，不少人见底的血槽亟待被回填。茅台了解年轻世代的人生不需要被说教，所以打算把自己近年一些跨界“碰撞”的经历和心得，和大家分享，希望能为一些“碰壁ing”的年轻人送上勇气与能量。

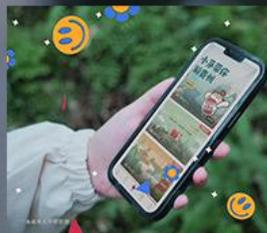
#### ▶ INSIGHT

拥抱“碰撞”。  
“碰”可能让人受伤与沮丧；但不碰不立，“碰”会给我们创造新可能。

#### ▶ IDEA

从“碰壁”“碰撞”到“碰杯”，制作一条视频去播种观点；同时借H5数字创意提供对话互动空间，给共鸣者提供一个释放的机会，接力放大传播影响力。

#### ▶ VIDEO



#### ▶ H5



#### ▶ KV



#### ▶ RESULT

##### 销售指标

2024年Q1，茅台冰淇淋业务营业收入同比增长**239.62%**。

##### 品牌指标

在茅台年轻化战略的带动下，品牌可持续发展感知价值（SPV）增长27%，达到**58亿美元**。

##### 传播指标

总曝光量5亿+，视频全网播放量**2亿+**。

付费类媒体的曝光效率超出平均水平29%，自媒体点击播放量**1.2倍**于平均点播量。

获得大量高质量社媒分享及品牌二次创作，包括腾讯、百度、新浪、网易、搜狐、微博等头部媒体，酒说、酒行天下等垂直媒体及各大视频平台自媒体账号。