

# 这些教科书式的酒类事件营销,做对了什么?

事件营销对于酒类品牌来说,已经成为拉近与消费者之间距离的有效措施,不同的事件有不同的关注群体,这就要求企业在策划事件营销时做到有的放矢。

本报记者 卞川泽 发自北京

当前,酒类市场竞争越来越激烈,日新月异营销模式不断刷新和影响着消费者的感官及行为,超常规营销武器——“事件营销”的运用也

越来越广泛,利用热点、赛事、文化等事件增加曝光率、提升品牌、增加粉丝,成为很多酒类企业所热衷的行为。

## 事件营销活动花样繁多

“过龙年,喝古井,看春晚”,2024年春节古井贡酒除了独家特约央视春晚,还独家冠名了安徽和江苏两大省台春晚,至元宵节,古井贡酒继续携手央视元宵晚会、安徽元宵晚会、江苏元宵晚会,让古井贡酒的年味盛宴持续升级。

此外,春节期间,古井贡酒还独家冠名了中央电视台戏曲晚会、中国诗词大会两大文化盛会。

在过去一年里,古井贡还携手安徽卫视冠名了《男生女生向前冲》《活起来的技艺》以及冠名巴菲特股东大会等,都收获了很好的口碑及业绩回报。

2023年11月7日晚,由仰韶酒业冠名的2023“无尽向往”群星演唱会在安阳文体中心体育场举行。在群星的活力演唱中,安阳文体中心体育场观众欢呼雀跃,高潮迭起。仰韶彩陶坊惊艳亮相现场,实现了品牌形象的广泛传播。

作为演唱会冠名方,选择与企业品牌定位和形象相契合的演唱会至关重要,仰韶酒业冠名“无尽向往”演唱会,是一次双向的选择。

冠名“无尽向往”演唱会,通过广告、海报、门票等相关物料的广泛宣传,有助于进一步加深消费者对仰韶品牌的情感共鸣与认同感,深化消费者对仰韶品牌的好感度与忠

诚度。更为重要的是,通过演唱会上与粉丝的互动,仰韶酒业可以快速使产品更符合市场与消费者需求,为产品的发展奠定基础。

以“音乐”与“酒”这两大“通用语言”为媒,仰韶酒业与消费者建立了更深层次的情感连接,传递品牌关爱,释放品牌温度。

2023年9月,丰谷酒业“浓情浅醉 从容有度”高铁冠名列车首发仪式在徐州、上海、南京三地举行。丰谷酒业华东销售分公司总经理何苗表示:“我们借力中国新名片‘高铁’这一大国重器、营销利器,推出‘丰谷酒业’高铁冠名列车,加速提升品牌辨识度和影响力。相信在中国速度的加持下,丰谷酒香必将飘向五湖四海,飘进千家万户。”

“丰谷酒业+中国高铁”的联动,将丰谷酒业“臻情一生”的文化理念融入营销中,既借中国高铁强力拉动产品销量,也以文化吸引消费者关注,提升品牌附加值。

2023年8月,贵州民族酒业集团与王马体育达成第4季度的赛事合作,新春前夕推出一项全新的体育营销市场项目,并以足球竞赛为主题,附以娱乐、游戏、时尚等多重体验式营销模式的活动项目。

## 精准切入事半功倍

事件营销对于酒类品牌来说,已经成为拉近与消费者之间距离的有效措施,不同的事件有不同的关注群体,这就要求企业在策划事件营销时做到有的放矢。

2月28日上午,山东泰山足球队与济南趵突泉酒业合作签约,这是时隔多年后双方的再次合作。

首先,酒业重点关注并参与的事件营销形式较多,而冠名、赞助大型赛事活动,如体育赛事、越野车争霸赛等较为常见。类似的活动营销主要侧重两点,一是赛事本身的热度和受众度,能否引发更多的消费者参与、追捧;二是品牌如何精准切入,并且做好赛前、赛中、赛后的多方位、多频次传播。

赛前、赛中的传播,企业大多会比较重视,但往往忽视对赛后的传播,而赛后的多次传播对于品牌的提升以及产品转化为消费行为极为重要。一个赛事结束后,会有很多令人回忆和引发争议的话题,这些内容都是可以重复传播,并再次引发消费者关注。

不同的赛事参与者相差甚大,一般来说,足球、篮球比赛涉及面较广,基本涵盖各个层面的消费者,但诸如全国汽车场地越野赛、高尔夫球争霸赛的参与者,多集中在中高收入人群,冠名赞助这样的活动,其亮相产品一定要高端,宣传重点也要与之相匹配。

“足球狂欢派对营造了浓郁的比赛氛围,还有沙滩草裙舞、非洲鼓舞、彩绘画脸等特色活动,在这样一个激情澎湃的追球时刻,感谢青岛啤酒为我们留下了无数难忘的回忆。”在青岛啤酒足球狂欢派对现场,来自湖南的周先生不停地用相机镜头记录着并感慨着。

其次是冠名或赞助知名电视节目或节目,如春节晚会、《百家讲坛》等热门栏目,也是酒类企业较为热衷的行为。以近年来古井贡冠名的《活起来的技艺》为例,通过挖掘不同的非遗技艺,让观众在了解中国历史文化博大精深的同时,还会在观看节目时,潜移默化地将非遗的内容和古井贡酒进行融合,增强品牌的记忆感、提高品牌信誉度、提高品牌附加值,并获得更多的粉丝和忠实度高的消费者,为品牌带来更多的发展空间。

酒企冠名、参与的每一个事件营销活动,都是其品牌的精神表达。在安徽金种子酒业股份有限公司党委书记、总经理何秀侠看来,金种子冠名的《中国力量》年度人物评选,正是体现其聚传承之力、聚品牌之力、聚生机之力的内涵力量。

互联网时代,新闻尤其是热点新闻和话题的传播速度极快,新闻效应更易放大。主动策划热门话题或新闻类型的营销,酒企品牌可以借新闻的关注度实现低成本、高效率的品牌传播,有些还能

借新闻的公众关注点提升品牌形象。

如2023年冬天哈尔滨旅游火爆,很多酒企在哈尔滨中央大街树冰雕、冰灯来迎合火爆的哈尔滨旅游业,来自全国的游客和粉丝们为其传播造势,恰到好处地展示了品牌形象。

“这些酒类产品打造的各种冰灯、冰雕不仅给我们带来了额外的惊喜,也让我们深刻地记住了它们的名字。”一位在哈尔滨旅游的广西游客梁女士在五粮液巨型冰雕前拍完照,就转发了朋友圈。

但是,酒类品牌在做事件营销时,一定要判断好受众对象,在当前网络传播以秒计算的时代,一个事件不可能引发所有人的关注,同样,一个品牌的消费传播对象也不可能涵盖所有人。例如,啤酒的传播对象大多为年轻人;高端白酒的传播对象多为事业有成的高端人士,而中端价位的产品则是面对最广大的消费者。企业在进行事件营销时,不可能一概而论,要精选细分人群和市场,找准品牌与该事件关注者的对接点,让品牌传播更有的放矢,才能达到更好的效果。

每一个事件营销都事关品牌影响力和市场业绩,在酒业市场一片红海的今天,好的营销创意和活动可以助力酒类品牌在红海中创出自己的蓝海市场。

欲了解更多美酒资讯,请关注华夏酒报微信公众号。



**酒类信息及配套专版**

科技与品质铸就未来  
卫生级阀门/管件/罐用设备

温州正宇轻工机械有限公司  
电话: 0577-86822391 86990608 86997528  
地址: 温州市龙湾区沙城工业区宏福路298号  
传真: 0577-86810786  
邮箱: zhengyu@zhengyu-china.com

**朗脉**  
洁净级不锈钢智能酿造设备/  
智能不锈钢酒罐/不锈钢管道/  
智能化调酒系统核心供应商

联系人: 张先生 联系电话: 15610708999 地址: 上海市闵行区集心路168号6号楼

上海朗脉洁净技术股份有限公司,是上市公司赛轮股份(股票代码002160)的全资公司,公司注册资本3.4933亿元,主要从事白酒、黄酒、葡萄酒、医药等食品级洁净级包瓶领域,是洁净级不锈钢智能酿造设备、不锈钢管道及智能化调酒系统的核心供应商。

部分业绩如下:

二维码: 扫码进入官网

**中锐股份**  
CHEWY INDUSTRY

股票简称: 中锐股份  
股票代码: 002374

**以科技引领行业  
让包装充满智慧**

万物互联 二维码智慧瓶盖  
28mm、38mm 饮品螺旋盖

小瓶盖  
大智慧

LOOKING FORWARD TO WORKING WITH YOU

地址: 上海市长宁区金钟路767弄2号楼  
山东省烟台牟平区姜格庄镇街道办事处鹏鹏1号  
电话: 021-22192888 (上海) 0535-4661121 (山东)

**普瑞特**  
国内先进的液态食品成套装备及智能化控制系统供应商

普瑞特起草制定了《食品工业用不锈钢薄壁容器》《不锈钢无菌储罐》《白酒工业用酒瓶》《白酒工业用摊凉机》《白酒工业用堆积糖化箱》《夹层锅》《球形蒸发器》《食品工业用螺旋泵》和《食品工业用不锈钢管道安装及验收规范》《食品工业用不锈钢螺旋管接头》等11项行业标准,并参与制定了《轻工机械通用技术条件》和《乳品设备安全卫生》两项国家标准。拥有100多项国家专利和核心知识产权。

- 中国制造业单项冠军示范企业
- 国家液态食品智能装备工业设计中心
- 国家级高新技术企业
- 国家农产品加工装备研发中心
- 2020年绿色制造系统解决方案供应商
- 中国轻工业工业设计中心
- 中国轻工业科技百强企业
- 中国液态食品机械行业十强企业
- 中国信息化百强企业

50年专业缔造