

舍得智慧讲堂

- ◆ 广告主: 舍得酒业
- ◆ 所属行业: 酒类
- ◆ 执行时间: 2018.07-2019.03
- ◆ 参选类别: 内容营销类

案例视频

请复制以下链接，粘贴到新浏览器页面里观看视频

<https://v.qq.com/x/page/s09255qgu1g.html>

或者
扫一扫看视频



目标

品牌整合
重塑品牌形象

品牌拔高
次高端战略

精准受众
营销及传播

营销策略——打造大IP

以内容为导向 引发“精神价值”共鸣

品牌
赋能

价值
共赢

舍得IP发展和延伸



《舍得智慧讲堂 2017》

开创新内容 名人背书

短期影响
随时间慢慢淡去

时效IP

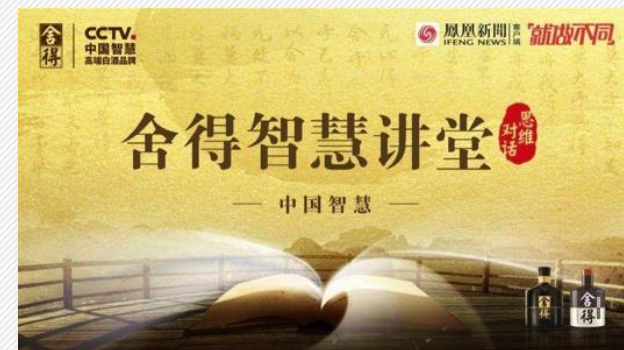


《舍得智慧讲堂 2018》

嘉宾互动升级
与品牌结合 扩大影响力

持续性影响
特定范围有深度影响

长效IP



《舍得智慧讲堂 2019》

内容升华 品牌深化
引发舍得智慧共鸣

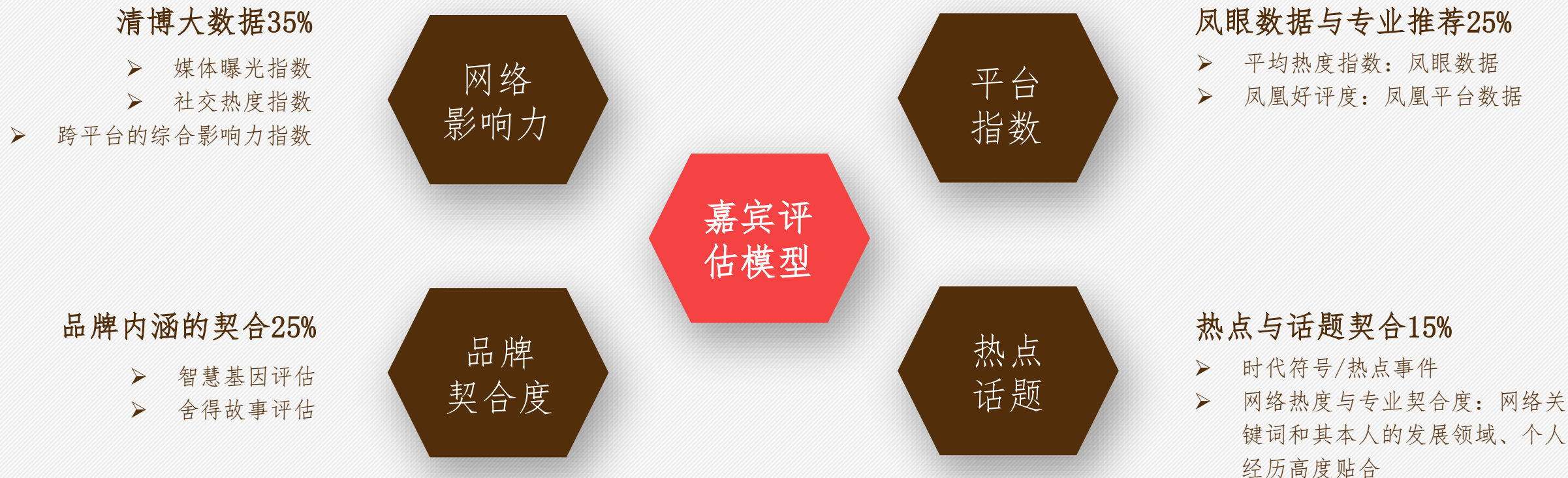
长期持续曝光
大范围大众普遍认知

大 IP

凤眼系统与清博模型分析结合 用大数据为节目保驾护航

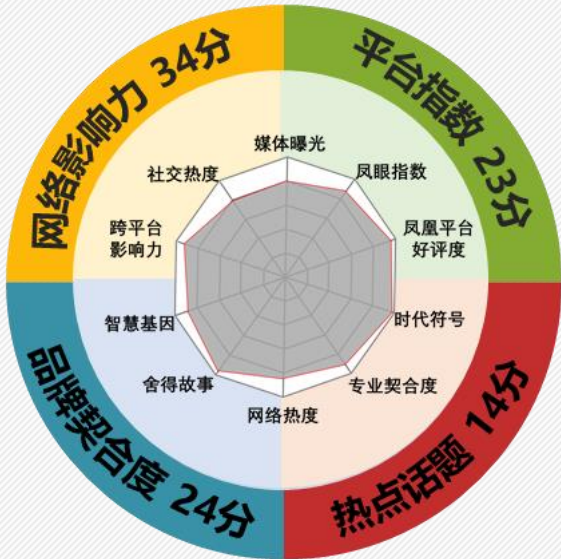
清博模型建立 为节目精准选择嘉宾

以四个维度、不同比重建模分析甄选采访嘉宾



嘉宾评分 为内容输出保驾护航

嘉宾评分 通过**综合影响力**决定采访名单



袁隆平 综合评分 94

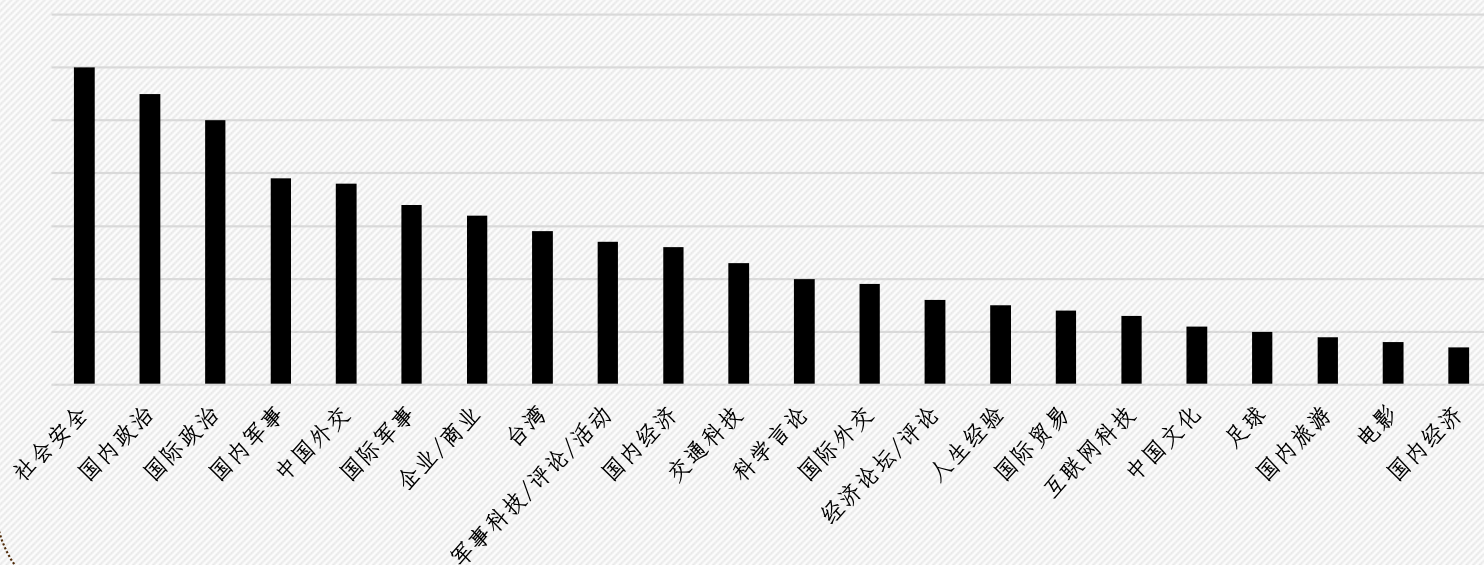


樊建川 综合评分 92

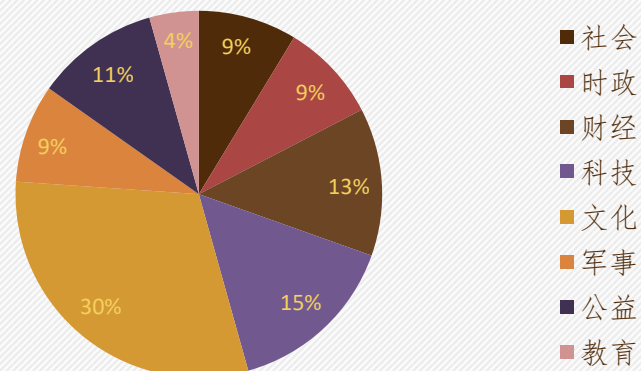
凤眼数据分析 明确受众关注方向

依靠数据和丰富选题经验 预判话题方向 把握话题热度

35-55岁目标人群关注的内容方向



第二季思维对话节目类型



话题选择以消费者的喜好为主，
围绕社会、时政、军事、财经、文化、科技等，占比85%

2019嘉宾更聚焦舍得精神



切合
舍得
精神

注重人生过
程的选择

嘉宾选择
三原则

丰富
深度
内容

阅历、故事性强

精准
破圈

垂直行业有
影响力人物

至今播出7位嘉宾：刘永好、徐根宝、陈行甲、于谦、侣行夫妇、咏梅、王潮歌。其中三期视频点击量**破千万**！

以新思维新视角排布嘉宾阵容，打造开播以来新成绩。

嘉宾类型不停破圈 打通不同人群

第三季邀请嘉宾连连突破圈层范围，涉及企业、足球、文化，选择独立女性代表增加女性受众，以切合故事性的网红主打年轻人群，**每一期的受众覆盖面逐渐扩大。**

数据显示：第三季平均每期流量比第二季增加25%。



企业家圈
刘永好



足球圈
徐根宝



文化圈
单霁翔



女性人群
咏梅、王潮歌



年轻人群
侣行夫妻

圈层覆盖人群

巧妙地用地域化嘉宾带动区域流量

本季的嘉宾邀约，我们结合宣推思路采用新方式——**地域化设计**。嘉宾在不同的地区不同的城市具备足够的号召力，能够有效帮助客户实现全国重点地区和城市的覆盖。

成功案例：

- 1) 刘永好、樊建川——四川
- 2) 陈行甲——湖北
- 3) 王潮歌、侣行夫妇——北京
- 4) 刘和平——湖南
- 5) 徐根宝——上海



陈行甲、王潮歌、侣行夫妻**站外账号阅读量过10万**，体现地域化影响力。

新闻性人物邀请 独具差异化内容

案例总结分析：陈行甲

陈行甲曾任中共湖北省巴东县委书记，现从事公益，在湖北可以说是无人不知的“网红县委书记”。

- 效果数据体现：

在节目播出后，抖音**单条视频2600万+**播放量、站内**上下集共2000万次**，《舍得智慧讲堂》在湖北名声大噪。

- 互动效果增加：

不少湖北一线的观众也参与到了节目内容的讨论中，达到了较好的城市覆盖效果。



“泛娱乐高知”调性以及打造热度的目标

主打短视频宣发新策略 微博、秒拍、抖音上效果极佳

节目内容定制

挖掘节目的核心内容和话题点营销炒作；增强了物料制作的娱乐性，从而增强了传播性。

以一位嘉宾为一个整期制作规划，针对于每期节目上下期的内容特点，进行内容点分析提炼及营销设计。

微博娱乐营销

网媒信息流推送

与知名媒体或品牌进行合作，通过app开屏、蓝V联动等形式。同时开通百度账号运营，增大节目曝光。

通过软文营销，利用PC端+客户端多渠道传播，全方位覆盖。

品牌+媒体联动

音频分发 短视频平台分发

短视频分发思维，增加抖音、B站、喜马拉雅等投放平台



全矩阵主力宣推 外站资源锦上添花

百度指数

《舍得》PC+移动端百度指数日均1764
单日最高9324，数据时间4/4-7/18



同时段，
《圆桌派》单日最高11217
《鲁豫有约》单日最高10743
最新一期显示已超过《圆桌派》

微博微信

微博千万级大号 5+
微博百万级大号 20+
微博话题1400w+浏览量

微信大号 100+
微信软文135w+浏览量
10万+软文3篇

豆瓣评分

评分7.7
无1-2分差评，是高知人群理性打分

舍得智慧讲堂 第三季 (2019)



导演: 吴克 章峥 林明
编剧: 江韵 田媛 柳亚 邓阳 李正
主演: 胡玲 / 刘永好 / 徐根宝 / 陈行甲 / 于谦
类型: 纪录片
官方网站: <http://v.ifeng.com/special/2019sdzh/>
制片国家/地区: 中国大陆
语言: 汉语普通话
首播: 2019-04-04(中国大陆)
季数: 3
集数: 52
单集片长: 20分钟

豆瓣评分
7.7 ★★★★★
222人评价
5星 17.8%
4星 51.1%
3星 31.1%
2星 0.0%
1星 0.0%

新媒体推广

平台分发54个
发布128次

[内容源]

以凤凰打造的内容为源头发散，分发至全网。以长短视频共同增进流量。

截止2019年7月19日，《舍得智慧讲堂》第一季、第二季、第三季前12期累计流量：

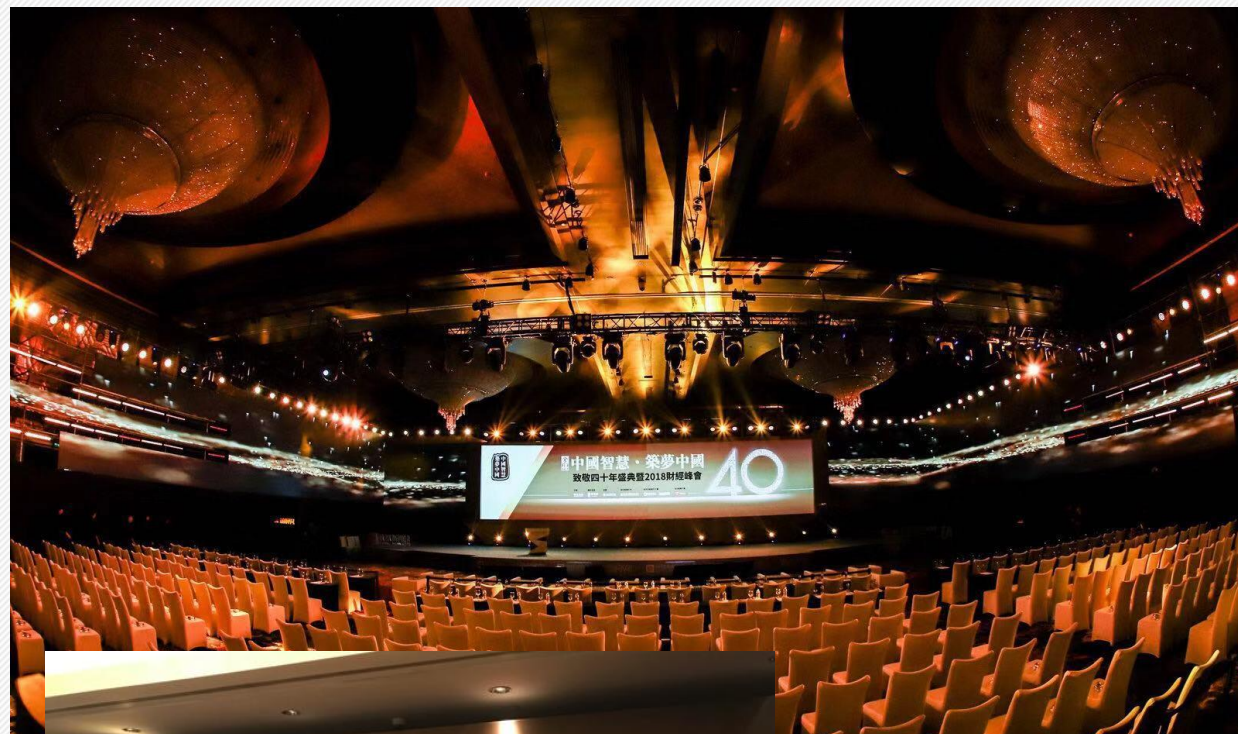
破10亿！

注：10亿流量来自全网及全部由《舍得》产生的正片、宣传短视频、抖音等数据。
截止目前，因第三季宣推力度，同时带动第二季流量长尾效应。

落地舍得盛典

我们用互联网最高规格的凤凰财经峰会献礼改开40年，作为舍得的年度收官大典。

与中国最顶尖、最智慧的一群人，思想对话。朱运来等人的精彩分享，让在座企业嘉宾感慨万分，在今天的舆论环境下，也只有在这样的平台才能听到真实的声音与智慧的分享。



凤凰财经峰会改开40年大典

大事件合作 破圈尝试 为品牌赋能

为舍得打造财经类活动 **破圈层**打造行业影响力



博鳌亚洲论坛专属夜话



走进EMBA系列活动



陆家嘴金融论坛专属酒会



第四届中国经营者戈壁远征活动

受访嘉宾认可



@咏梅的微博

下午 对话 舍得智慧讲堂 聊了很多感情方面的话题



5月13日 22:29 来自



王潮歌

7月12日 14:40 来自 HUAWEI P30 Pro

其实，我是个实在人儿。有890万人观看了这个视频，就应该有890万人得出了这样的结论吧？对吗？ [网页链接](#)



☆ 收藏

19

44

187

- ✓ 平均每位嘉宾配合拍摄时间1-2天
- ✓ 嘉宾愿团队进入私人区域进行拍摄 是对《舍得》团队的信任
- ✓ 嘉宾主动发微博宣传节目 是对《舍得》内容的肯定

业界肯定

茅台领导

《舍得智慧讲堂》
是将优质内容和品
牌精神融合得最深
入的好节目。

2019年5月，“**2019中国酒业峰会**”上高层致辞中肯定
《舍得智慧讲堂》等大IP是媒体与酒业标杆性的成功案
例。在行业中也得到大佬们的肯定。



行业评论

习酒大佬评

酒行业第一个能把
品牌、产品、内容
自然人融合的典型
案例

口子窖领导

我在凤凰上只记住两个
品牌，一个茅台一个舍
得。

价值共赢



《舍得智慧讲堂》体现讲述“**中国故事**”高端节
目在广大互联网观众群体中不断升级的影响力



《舍得智慧讲堂》位居全网高端访谈类节目
的前列，俨然成为一档“**国民级智慧节目**”



对于相对保守的白酒行业来说，《**舍得智慧讲堂**》是白
酒行业前瞻性、创新性营销的典型代表，这次颠覆性的
尝试使之成为名副其实的酒类智享IP第一品牌。

媒体点评