

2015年度雪花啤酒内容策划案

商界传媒集团呈上

目录页

Contents Page

01、商界资源和优势

02、软性传播

03、活动联动

04、新媒体营销

Transition
Page

01、商界资源和优势

- 1、《商界》杂志创刊于1994年，单期发行量达到56万，是全国发行量最大的商业财经杂志。
- 2、《商界》杂志创刊20年来，坚持办刊宗旨和文章风格不动摇，在世界财经类杂志排名中名列前茅30位。
- 3、《商界》杂志单册传阅人数达6.3人，全球拥有读者350万。阅读人群以企业的经营者为主，更是覆盖公司职员、私营业主、个体工商户以及国家公务员等。

作为财经类杂志的权威报道，各大财经、门户网站的高转载率，将会在行业外为雪花的品牌定调

二、与雪花品牌结合优势



1、商界杂志独有的读者群体中小项目的投资者和经销商，为雪花的渠道进一步发展和现有市场经销商的信心有极大的助推和稳固作用。

2、广泛的发行渠道（机场、新华书店、报刊亭），而且在雪花啤酒比较薄弱的西南市场，发行渠道非常成熟，受众90%为男性主要集中在20-50岁之间。

3、作为中国发行量最大的财经杂志，对于企业的权威报道，在行业外形成舆论定调，为雪花在品牌的维护上做强有力的背书。

三、商界杂志属性



- 1, 可读性强, 文章采写采用深入浅出的泛财经写作手法。
- 2, 阅读门槛不高, 避免过多的专业词汇, 容易阅读。
- 3, 读者接受程度高, 便于传播, 很多读者都能从某些文章里面找到自己的影子,有誉为企业主的栖息地。

综上所述, 商界写来不是给专业领域和学术界阅读的杂志, 从受众来讲非常适合作为雪花啤酒的市场策划传播媒体, 以深入浅出的独特视角, 让经销商、大众消费者身临其境的了解雪花

Transition
Page

02、软性传播

一、策划方向

整体方向是，在全年策划3-4篇主要文章（12p），其中包括重大事件营销和活动整体报道，重大篇幅让大众以另一种方式走进雪花，了解雪花背后的故事，做一次完美的背书。

1、营销方向、品牌活动（4p）

雪花无疑是目前国内市场的份额、品牌价值排行第一的啤酒品牌，在营销和品牌活动做得最为出色的当属于“勇闯天涯”、“中国古建摄影”，但在媒体同质化的报道之外，广大的消费者对品牌活动背后的故事更加感兴趣，商界杂志独有的属性，将会从品牌活动的起源、过程、团队等细节，以财经故事的角度，展现在大众面前，让消费者真正走进雪花，同时也为雪花做了一次强有力的背书。

标题：《一封神秘的策划案》

对于我们的传播对象而言，往往只是看到一次热闹的雪花市场活动，而对于一场活动的准备、策划、推进，更加具有好奇心，《一封神秘的策划案》从另一种角度切入，打开的则是巨大的传播空间

我们将雪花的执行案直接刊登、并辅之以相关环节点评，以及活动的影响，势必会在传播活动之外，创造新的传播形式

2、行业方向(4p)

标题：《中国啤酒地壳运动》

从产业经济的角度报道啤酒行业的基本面，重点烘托和突出雪花的行业影响力，以及在中国啤酒行业生态链中雪花的独特性

二、策划方向

3、专题策划(4p)

标题：《一场区域商战》

针对雪花啤酒在近几年的战略布局，从实战的角度报道，层层推进，突出故事性和传播价值。

以《[济南啤酒保卫战](#)》为例，2006年商界专题策划

4、重大事件营销

对于重大事件的营销，商界杂志重头条目的转载率一直处于财经类靠前位置，在互联网上公信力极高，对于雪花的营销氛围营造和公关维护，都会有独特的视角，可读性强，便于第二次发酵和传播。

商界20年形成了巨大媒体联盟，文章出来后，将会上100家媒体转载

Transition
Page

03、活动联动



全年两大品牌财经活动，深度植入展示

- 现场的背景板、签到墙、展示区域堆头摆放
- 线上的企业案例分析示例
- 晚宴酒水唯一指定啤酒品牌

备注：活动的具体形式可根据产品定制方案



Transition
Page

04、新媒体营销

《商界》杂志社成立至今20周年，积累了大量的忠实读者，新一代的财经爱好者，逐渐的开始使用新媒体，传播速度也是极快，非常适合独立的话题发起、品牌、文章传播

1、《看商界》、商界微博作为另一发布平台，将文章二次发酵和传播
商界杂志采访的文章，将会在该平台发布，便于移动终端分享和第二次传播

2、《看商界》独有的开屏广告，强势占据眼球

3、 商界微博话题发起、及时的公关维护

《家人》、商界杂志微博粉丝数共计430万，对于话题的发起和传播有极大的助推作用

例：#古摄影#话题，主要是结合雪花的古摄影大赛的活动后期巡展，作为传播路径，引爆微博传播

#一起回家过年#主打中国最大节日春节的亲情牌，而且多数人返回家乡团聚必不可少就是啤酒，让雪花作为团圆的基调出现在微博话题和传播中



谢谢观赏