

2016. 04. 27

泸州老窖

国窖1573 七星盛宴郑州站活动总结



INSIGHT

- 活动基本情况
- 活动现场照片
- 活动调查分析
- 活动优缺点总结



- 活动基本情况
- 活动现场照片
- 活动调查分析
- 活动优缺点总结



针对国窖1573品牌战略目标“新派白酒标杆”，将白酒的品鉴行为上升为品饮文化，通过国窖1573与西班牙美食的完美搭配，创造出充满艺术情调和浪漫馨香的生活品味。

- 活动时间：4月23日（PM18：00-21：30）
- 活动地点：郑州JW万豪酒店干玺宴会厅
- 到场人数：预计100人的活动，当天实际到场人数116人



此次活动主要分为两大板块：美食品鉴和美酒品鉴。通过西班牙美食、特调鸡尾酒、国窖1573冰饮风尚赋予传统美食和美酒的全新品味演绎。

- 美食品鉴环节中:

国窖1573与西班牙美食进行了创意融合，研发了6道创新菜品，同时，每道菜品都搭配了不同款的特调鸡尾酒，与会嘉宾在品鉴之后表现了高度的赞扬。

- 美酒品鉴环节中：

国窖1573【冰饮】的独特品鉴方式带给与会嘉宾经验的味觉体验。



国窖1573 西班牙系列定制菜品



国窖1573和青柠腌制大西洋鲑鱼
&西班牙番茄冷汤



1573香烹海鲜&时令田园沙拉配油醋汁



青豆浓汤配青蒜和温泉鸡蛋



西班牙猪肋排&牛肝菌饺子



慢烤安格斯牛菲力配土豆泥
&国窖1573牛肉



国窖1573风味提拉米苏

国窖1573 西班牙系列菜品搭配鸡尾酒



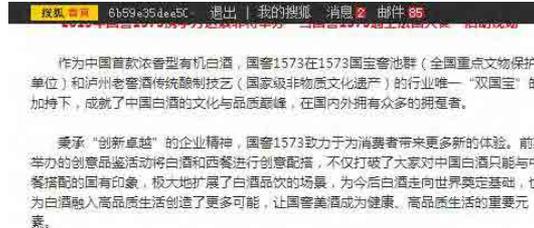
- **青柠鸡尾酒**：苏打水60ml、香草糖浆15ml、1573 30ml、青柠
- **蓝橙鸡尾酒**：西柚汁 4ml、波士蓝橙20ml、1573 30ml、红加仑或樱桃2颗
- **蜜桃鸡尾酒**：橙汁60ml、蜜桃糖浆20ml、1573 30ml、蓝莓1颗
- **薄荷鸡尾酒**：7喜60ml、黑加仑糖浆20ml、波士保薄荷20ml、1573 30ml、薄荷叶
- **可乐鸡尾酒**：可乐60ml、香草糖浆15ml、1573 30ml、黄宁



国窖1573 七星盛宴 郑州站活动公关稿件



提及国窖1573这一中国高端白酒领导品牌，大多数消费者第一时间都会在耳边响起“你能品味的历史”这一句经典广告词，而在今年，这一经典将在传承中迎来全面的跨界和升级。一场以国窖美酒与异国美食、分子料理等“食尚潮流”创新融合为主题的“国窖1573-七星盛宴”将登陆全国各大城市，续写东西方饮食文化的激情碰撞。



2016年，全新升级的“国窖1573-七星盛宴”美食与美酒品鉴会在创新、融合的主

国窖1573 七星盛宴 郑州站物料装饰



国窖1573 七星盛宴 郑州站物料装饰



国窖1573 七星盛宴 郑州站物料装饰



国窖1573 七星盛宴 郑州站物料装饰





© Insight Brand Consulting www.insightbrand.org







- 活动基本情况
- 活动现场照片（部分）
- 活动调查分析
- 活动优缺点总结











© Insight Brand Consulting www.insightbrand.org





© Insight Brand Consulting www.insightbrand.org





© Insight Brand Consulting www.insightbrand.org





© Insight Brand Consulting www.insightbrand.org













© Insight Brand Consulting www.insightbrand.org







© Insight Brand Consulting www.insightbrand.org













© Insight Brand Consulting www.insightbrand.org

















© Insight Brand Consulting www.insightbrand.org





© Insight Brand Consulting www.insightbrand.org







國窖
573
CELLAR IN
味的历史

跨越，只為更高的巔峰
中國酒華年，歷經七部發酵工藝科學研究所公認並受「三低酒」文化所信譽，可以告訴我們，國窖老窖酒歷史到現在，是代表了中國酒工業的最高水平。







© Insight Brand Consulting www.insightbrand.org





© Insight Brand Consulting www.insightbrand.org





















© Insight Brand Consulting www.insightbrand.org









© Insight Brand Consulting www.insightbrand.org





© Insight Brand Consulting www.insightbrand.org







© Insight Brand Consulting www.insightbrand.org







© Insight Brand Consulting www.insightbrand.org





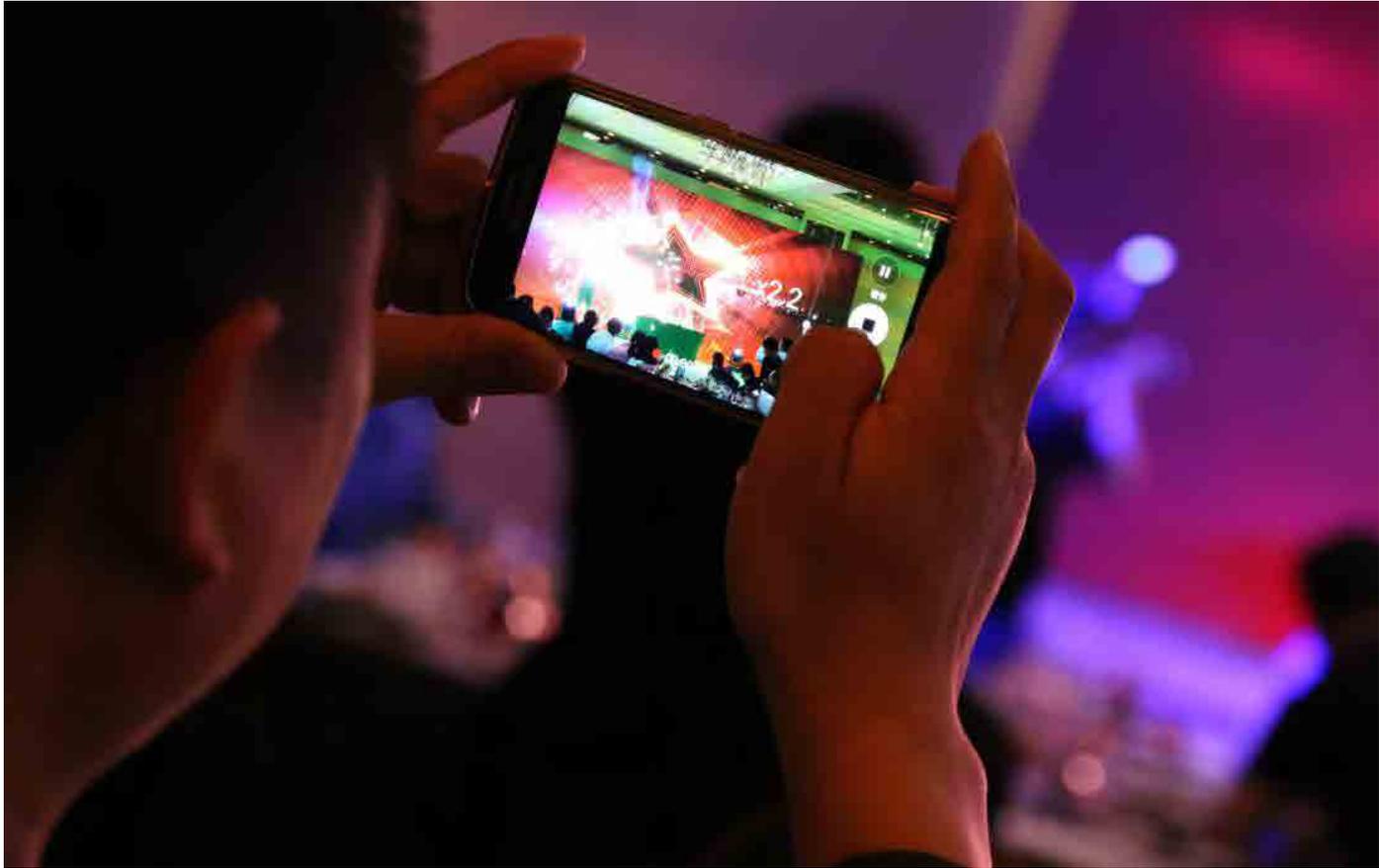
© Insight Brand Consulting www.insightbrand.org



















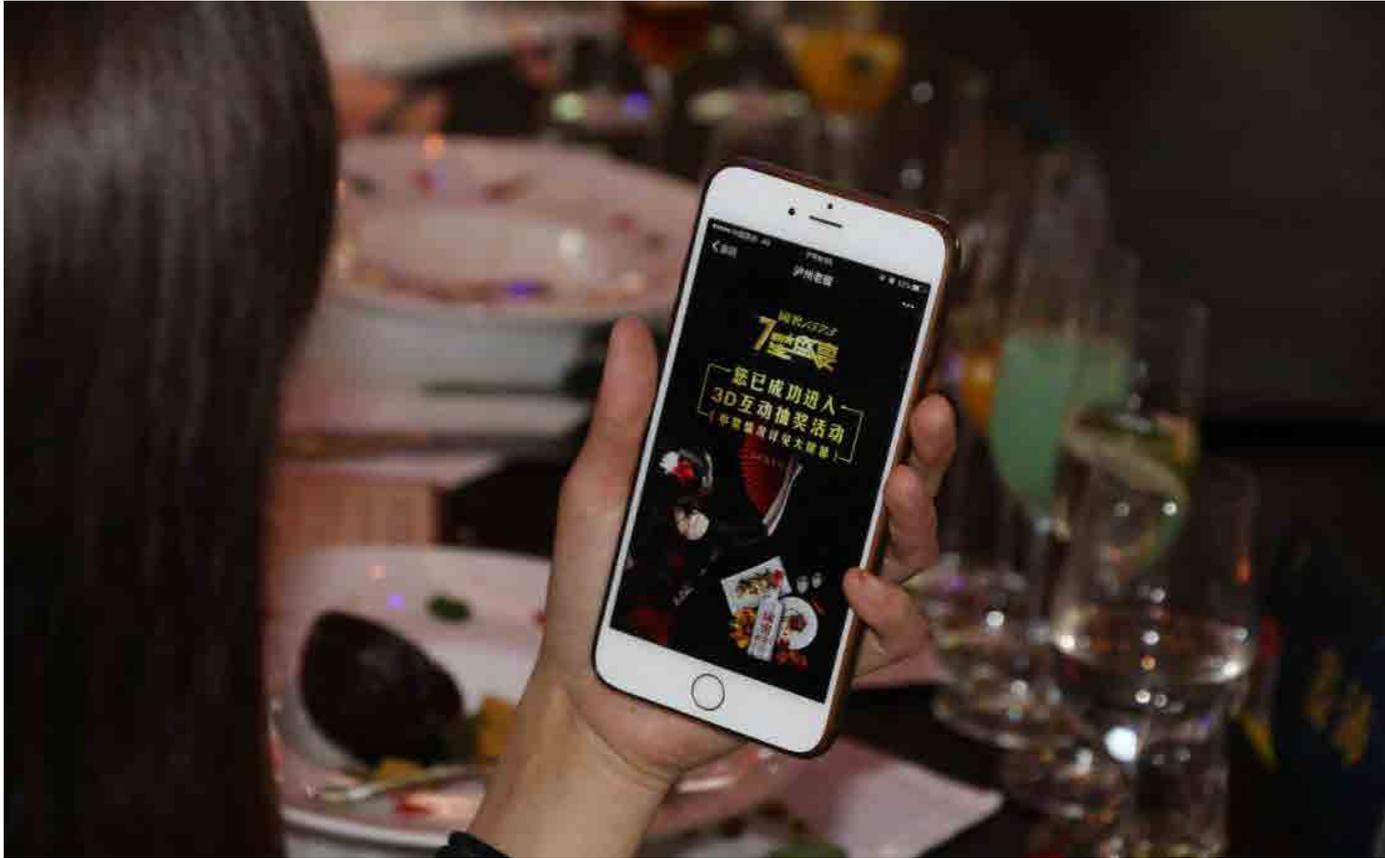
© Insight Brand Consulting www.insightbrand.org

















© Insight Brand Consulting www.insightbrand.org







© Insight Brand Consulting www.insightbrand.org









© Insight Brand Consulting www.insightbrand.org





© Insight Brand Consulting www.insightbrand.org





© Insight Brand Consulting www.insightbrand.org





© Insight Brand Consulting www.insightbrand.org





© Insight Brand Consulting www.insightbrand.org





© Insight Brand Consulting www.insightbrand.org





© Insight Brand Consulting www.insightbrand.org















© Insight Brand Consulting www.insightbrand.org







© Insight Brand Consulting www.insightbrand.org







© Insight Brand Consulting www.insightbrand.org





© Insight Brand Consulting www.insightbrand.org





© Insight Brand Consulting www.insightbrand.org







© Insight Brand Consulting www.insightbrand.org





© Insight Brand Consulting www.insightbrand.org





© Insight Brand Consulting www.insightbrand.org









© Insight Brand Consulting www.insightbrand.org





© Insight Brand Consulting www.insightbrand.org





© Insight Brand Consulting www.insightbrand.org





© Insight Brand Consulting www.insightbrand.org





© Insight Brand Consulting www.insightbrand.org











© Insight Brand Consulting www.insightbrand.org





© Insight Brand Consulting www.insightbrand.org





© Insight Brand Consulting www.insightbrand.org





© Insight Brand Consulting www.insightbrand.org





© Insight Brand Consulting www.insightbrand.org





© Insight Brand Consulting www.insightbrand.org





© Insight Brand Consulting www.insightbrand.org





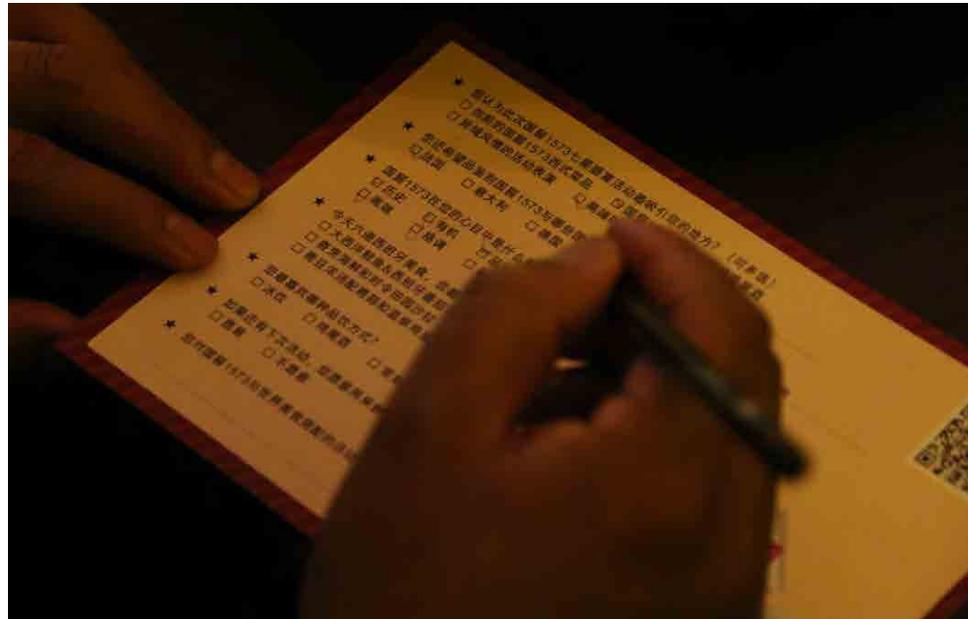
© Insight Brand Consulting www.insightbrand.org



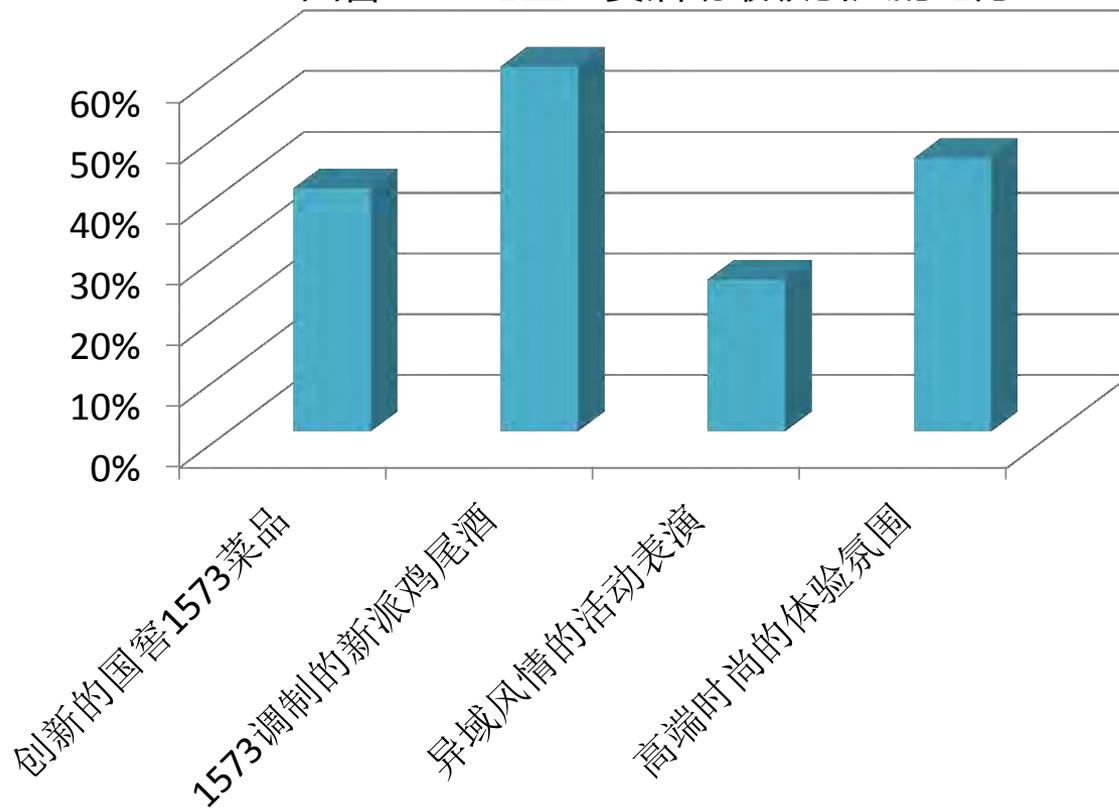
- 活动基本情况
- 活动现场照片（部分）
- 活动调查分析
- 活动优缺点总结



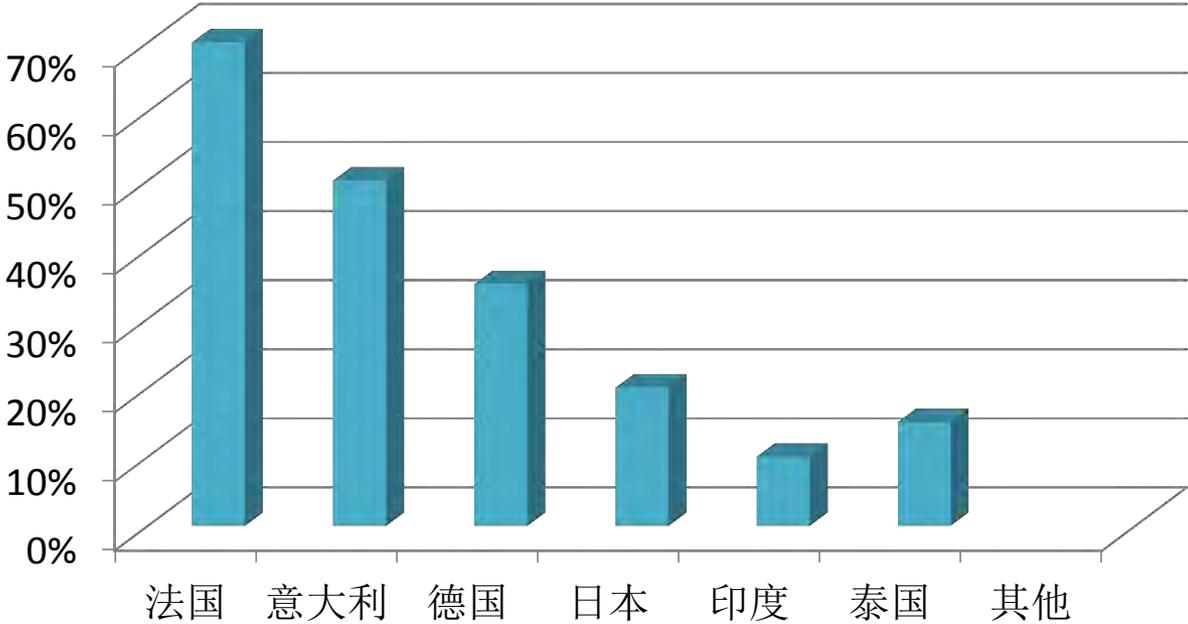
发放问卷106份，实收回72份问卷



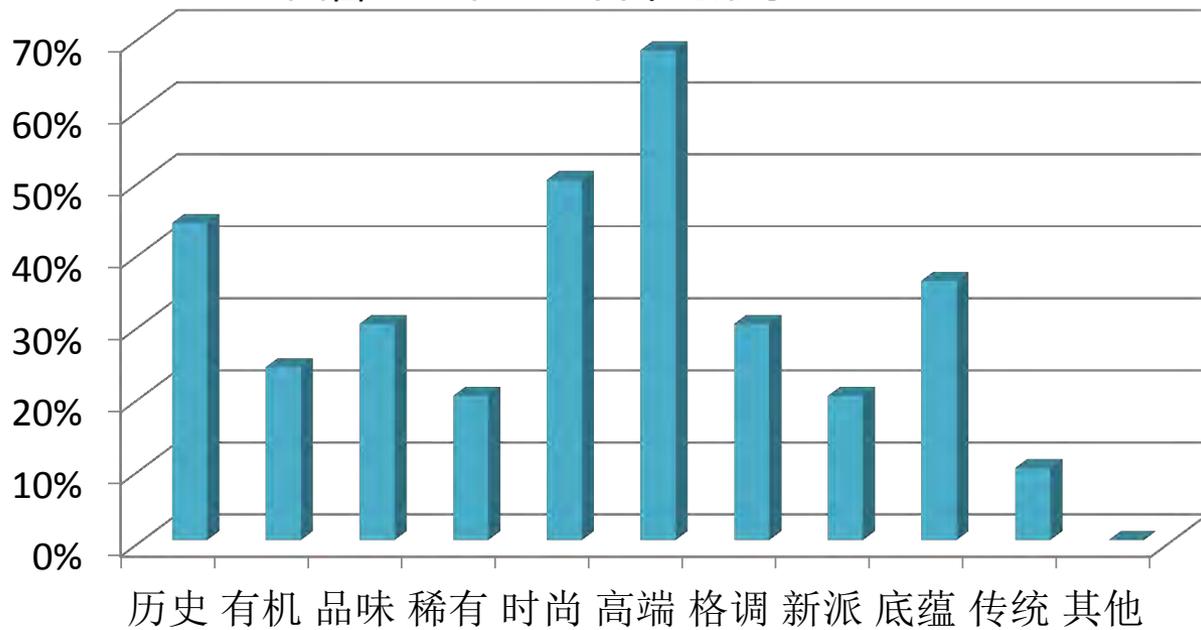
国窖1573七星盛宴活动最吸引人的地方



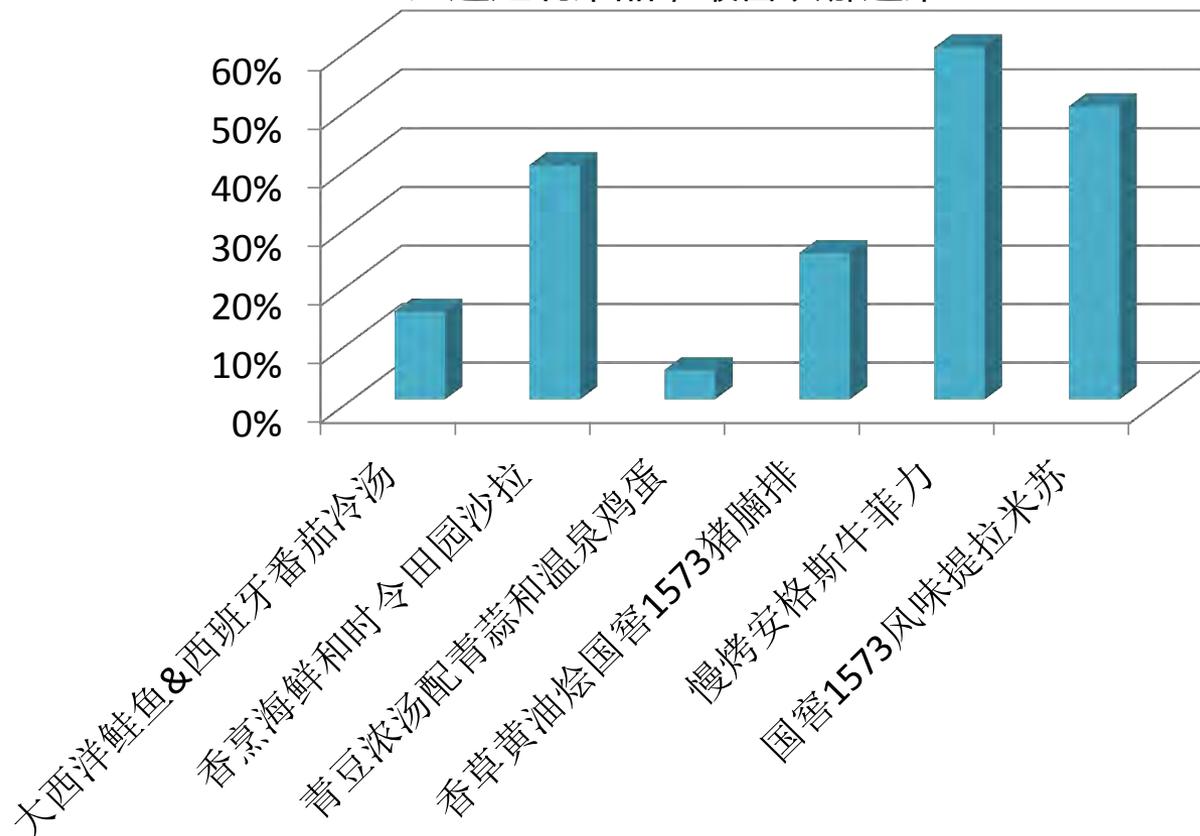
希望品鉴国窖1573与那些国家美食搭配



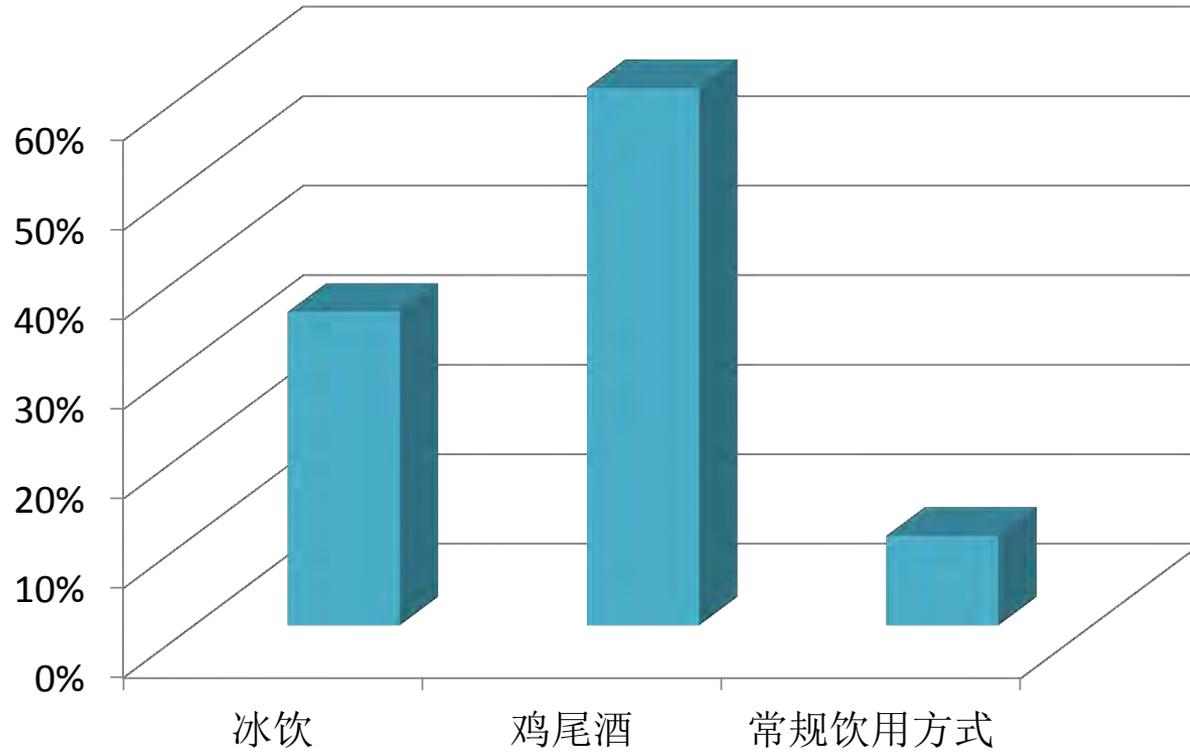
国窖1573在您心目中的形象



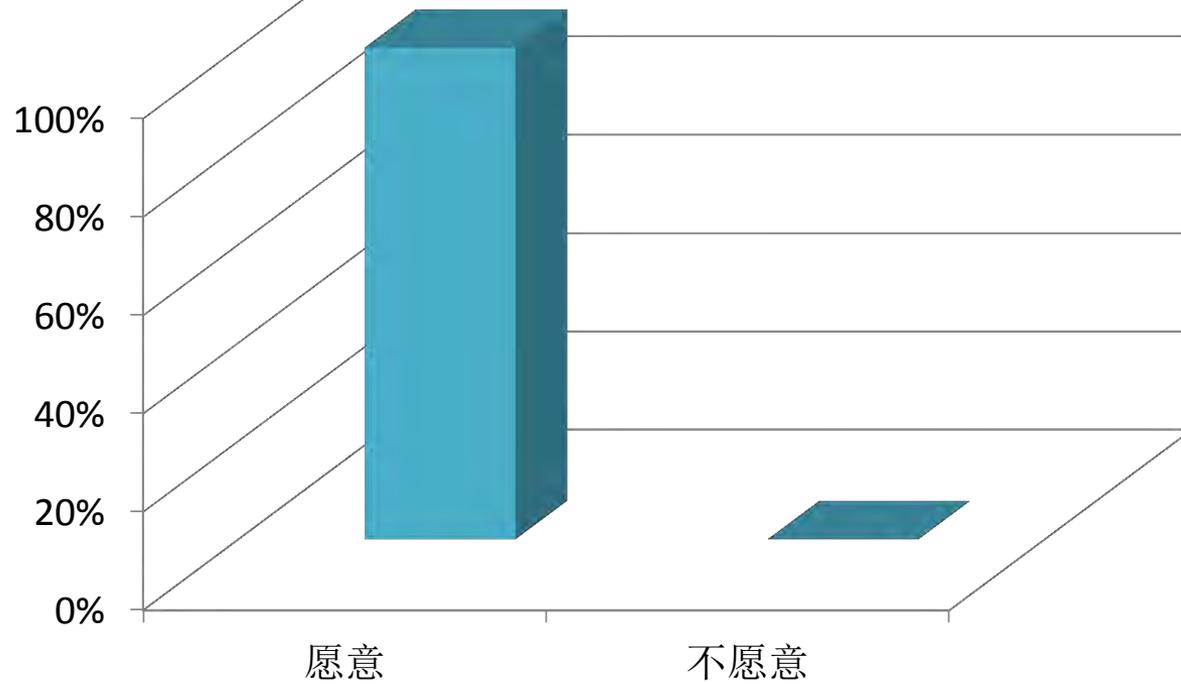
六道定制菜品，最喜欢哪道菜



最喜欢的品饮方式



是否愿意再次参加活动



您对国窖1573与世界美食搭配活动还有什么好的建议？

(以下内容为嘉宾填写，如实记录)

- 在郑州多搞几次
- 非常好
- 希望更上一层楼
- 继续承办
- 可搭配中餐
- 经常做这样的活动，让更多的顾客能了解国窖1573
- 艺术化与传统完美的结合，可以更深入一点
- 希望以后鸡尾酒多调几种口味
- 了解1573，感受1573文化
- 希望1573走向国门，做出中西结合的典范
- 多开展，下次到地级市
- 中西结合
- 多多优惠
- 希望开发出更多的菜式
- 搭配中餐，要用中国美食



- 活动基本情况
- 活动现场照片（部分）
- 活动调查分析
- 活动优缺点总结



优点

- 整体氛围营造与格调上符合预期，提升国窖1573品牌活动的调性
- 国窖1573系列菜品的开发与鸡尾酒的开发受大家所喜爱，通过系列开发，也为未来活动中的菜品及鸡尾酒调配奠定了基础
- 活动表演邀请的外籍嘉宾，活跃了现场的氛围，也让活动整体的感官与调性有了提升
- 活动的布置及道具，相对精致，在现场的氛围营造，与餐桌上的布置都符合国窖1573高端的品牌调性



缺点

- 筹备周期及经验的不足导致流程、串词在活动开场前还在修改，造成活动开场前的忙乱
- 现场灯光舞美的人员沟通不足，导致配合度不够
- 物料考虑不周，导致临时加的物料没有制作周期，细节不够到位
- 表演人员的资料前期没有及时提供，造成活动前的演出调整
- 上菜撤菜的时间没有把握好，同时嘉宾品鉴时间考虑不周，导致菜品的品鉴时间管理不好



改进措施

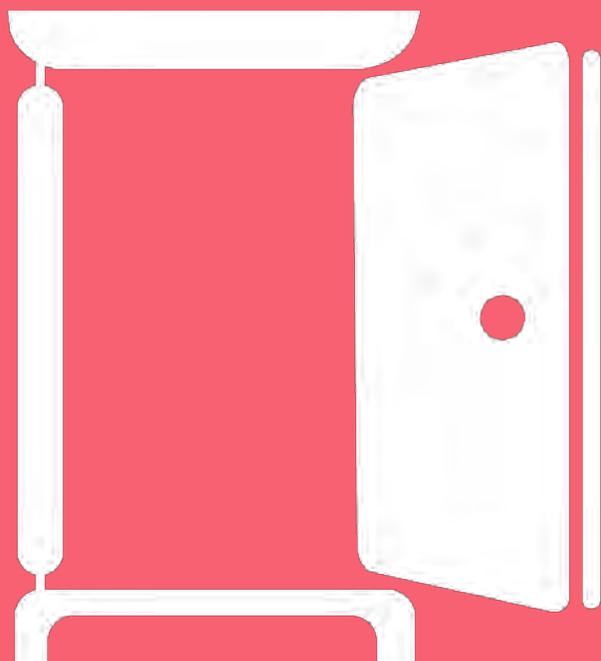
- 尽量保持充足的筹备时间，提前确认活动流程及串词内容
- 加强对品牌及活动的理解，加强文案串词能力，至少活动前三天就确认活动串词，避免活动前流程及串词的修改
- 活动音效、视频等资料保证提前三天提供到位，避免现场挑选
- 演出人员资料至少提前一周提供，预备出调整、更换、协调的时间
- 工作人员分工要提前明确，各司其职，避免环节衔接不畅
- 物料方面提前考虑，需要更加细致周到，提前一周完成所有物料の確認，保证印刷制作的时间



总结

- 通过此次活动的执行，有更多的机会接触到事业部、片区的伙伴，让我们更加了解了国窖1573实际的消费人群与各地方情况，在创作国窖1573品牌传播有很多值得深思的地方
- 虽然活动整场的最终效果还不错，参加的宾客也算满意，但我们不能忽视活动背后在执行中很多考虑不周，造成了活动执行当天的忙乱，这让我们认识到在活动管理上的不足。通过总结经验教训，我们力争在下次活动中能提前准备，提前规划，提前确认，提前预演，保证下次活动更上一层楼
- 同时也再次感谢泸州老窖企划部、事业部、片区的领导、同仁对我们的信任与支持。





营销任意门

www.yxrym.com

你的营销军火库



营销任意门——海量高质量营销策划方案、行业报告、
营销案例、行业资讯!

最新4A方案 | 培训资料 | 网课资料 | 行业报告 | 资源对接
每年超100G资料分享, 每天持续更新.....

品牌策略 / 定位方案 / 媒介策略 / 社会化传播 / 数字营销 / 直播 / 年会 /
整合营销 / 创意方案 / 事件炒作 / 公关活动 / 招商方案 / 发布会.....

快消、汽车、金融、地产、美妆、旅游、互联网、电商、服饰、
游戏、家装、3C、母婴、体育、餐饮、医疗.....



掌门个人微信



网站

便捷搜索

在线查看

随意下载

上汽×阿里·互联网汽车
品牌战略及上市整合营销方案

Answers

一汽-大众华中区2018春节返乡人群网络传播

2018美的扫地机器人新品推广
整合营销推广方案

金锣无淀粉品牌比稿方案

正荣集团20周年年度传播方案

billboard®

· 登陆中国 - 电音派对巡演及音乐节活动方案

成为营销任意门

福州本土品牌整合传播方案

MIA电音节-SHANGHAI站招商方案

钻石会员

天猫超市
CHAOSHI.TMALL.COM

“年终盛惠”活动传播方案

安踏跑步18PF全年推广方案

每年超100G资料

新媒体营销方案

媒·说 一你听见了吗？

2018体育内容大年下的赛事营销

让我们用创意触摸年轻

康佳Kmini洗衣机2017-2018年度品牌传播策略方案
KONKA Kmini washing machine brand promotion strategy scheme in 2017-2018

持续更新1000+方案

慕思抱枕新品开发品牌策略方案

KFC 6大经典国漫IP合作
暑假儿童餐推广计划

双汇2018数字营销

“好食成双 汇聚一堂”

东风雪铁龙
抖音全年运营方案

致力打造营销策划人便捷使用的网站

萌的坚果

零食行业的品牌定位



掌门个人微信



网站

100年润发电商策略提案

威汉营销传播集团

VOLVO第三极暨K516上市传播互动战役



花瑶花 · 品牌定位思考

Powered by Genüditte