

乘龙追光

开启新轻奢主义生活

38-39 品牌盛宴

心有光,自高光。泸州老窖高光(GOGOON)传递精彩与闪耀、值得纪念与珍藏的时刻,是人生的难忘美好,也是品质的淬炼升华。高光以创新轻奢主义白酒时代、打造新轻奢主义白酒第一品牌,成为高端光瓶白酒发展风向标为目标,向全新的阶段迈进。

坚守核心价值 入局国际白酒



泸州老窖高光是打破传统白酒形象的新物种、对话国际与未来的先锋者。泸州老窖高光作为国际标准高品质白酒,以国际度数、国际产区、国际口感、国际美学四个品牌核心价值夯实新轻奢主义白酒定位。产自于国际黄金酿酒带——北纬28°长江上游地区,甄选独有的、优质的单一糯红高粱,加之泸州老窖酿酒有益微生物的代谢生香,以40.9度的舒适品饮酒度,成就口感纯净、风味多元,比肩国际品质的新轻奢主义白酒“高光”,致敬时代。并以荣获IF、A'Design国际大奖的简约美学瓶身设计,让千年白酒韵致更具国际品味与审美。



聚焦战略高地 引领生活方式

泸州老窖高光聚焦成都、深圳、上海三座引领活力潮流的战略高地城市,融合各城市的人文属性、生活调性,围绕战略合作客户,探索厂商共建新模式,以KOL为核心,引领打造新轻奢主义的生活方式。2023年泸州老窖高光携手优质合作客户,深挖探索泸州老窖资源、客户资源共创可能性,采用“一商一策”战略打法,实现品牌与客户强强联合,打造客户资源场景下专属消费者权益,塑造全新的高光生活方式。

以营销6.0模式与客户共创蓉城高光新轻奢生活馆,打造“线上线下+B/C一体化超级共享门店”,构建“宣传中心、培育中心、体验中心、众创中心、会员中心、营销中心”为一体的高端生活方式体验中心,构成了“多圈层”交流、交友、交际的社交平台,精耕培育核心消费者,真正做到让消费者主动喝,主动买,主动卖。



高光新轻奢生活馆



高光夜场

泸州老窖高光引领传统白酒客户创新入局夜场场景,打通众多夜场酒吧,玩转各类特调文化节、生活方式集市活动,并在调酒师圈层活动中声名鹊起,成功在夜场消费场景中,为高光客户构建专属泸州老窖高光品牌的商业模式,在新轻奢主义生活方式下精准培育目标消费群体。

高光作为一款对标国际品质标准的白酒产品,既为中国白酒文化自豪,又不断拥抱国际文化,中西结合。泸州老窖高光品牌在三座战略高地城市联合多位星级厨师打造高光主厨季,共创国际美食,并将国际背景下的文化沙龙与高光主厨季深度融合,带领核心消费者感受高光视野下的国际文化与生活方式。

精耕轻奢场景 实现圈层突破

泸州老窖高光锚定具有国际视野的中国精英,围绕核心消费者,探寻并打造轻奢目标消费场景,精耕圈层青年榜样、小众户外运动圈层、新兴兴趣圈层。以青年企业家、留学归国群体为主的青年榜样,连接在圈层中有一定影响力的意见领袖,以“群主”带动“粉丝”,引入品牌、介绍品牌、培育场景、突破圈层;精耕小众户外运动圈层,当代年轻人更愿意与自然有更多互动,此类圈层人群与高光目标消费者画像高度匹配,在圈层场景中植入品牌并培育消费者;挖掘新兴兴趣圈层,持续观察时下新兴的兴趣圈层、生活方式,并快速反应,找寻与高光产品契合的圈层内容进行结合、推广,保持品牌活力及年轻度。



高光“梵行之路”

2023年泸州老窖高光不断在各种新轻奢主义场景中实现圈层突破,精准触达目标消费群体,并不断为高光客户输送潜在消费者流量,培育转化成品牌忠实KOL,进而不断影响核心KOL背后圈层潜在消费者。如品牌携手“梵行之路”第四届商界精英戈壁徒步挑战赛,进驻徒步圈层场景,同终端青年企业家代表们进行深入交流;与众多野奢露营基地合作打造高光露营季,共创高光露营文化,相互突破圈层引流野奢露营流量等。



高光生活家

高光,不只是白酒,更是一种新轻奢主义生活方式。通过高光会客厅(主题沙龙、小型品鉴),高光生活家(户外运动、新兴生活方式),高光梦想家(品牌超级粉丝极致体验)等一系列线下品牌主题活动,精耕轻奢消费场景,接触并培育消费者,将消费者带入各类场景,感受丰富多元的品牌体验。

因为相信,所以看见;把握趋势,成就未来。心有光,自高光!