

中国酒业协会

中国期刊协会

中酒协 2018[03]号

关于举办首期“中国酒企企业媒体运营暨传播 高级实战营”的预报名通知

各会员单位：

移动互联网时代，传播环境发生变化。企业与用户及消费者之间，已从单纯的买卖关系，转变为有情感共鸣和人文关怀的人际关系。企业比任何时候都需要更直接地面对用户和消费者，向他们发声并建设这种关系。从企业内刊、企业官网到企业微博、微信和头条号，从图文表达到用视频讲故事，从硬广到原生广告，从品牌营销到危机公关，企业越来越需要媒体化。

传播环境的升级，迫使中国酒企在内的传统行业也要学习

解锁各种新的传播技术和手段。谁更能理解新的传播技术和手段，更能学习和运用新的传播战略和战术，谁就更有可能赢得争夺消费者的战争。反之，则会被市场逐渐淘汰。

中国酒业协会作为行业协会，责无旁贷应当承担起推动整个行业企业传播转型升级的重任。为此，中国酒业协会决定整合相关优质资源，举办系列“中国酒企企业媒体运营暨传播高级实战营”，帮助行业企业全面打造新的企业传播战略，掌握新的企业传播方法。实战营首创跨行业合作案例，将由中国酒业协会主办，国家新闻出版广电总局主管的中国期刊协会数字期刊分会联合主办，共同打造高专业性、高附加值的实战营。

实战营的特色，不仅在于提供 3 天 6 场高质量的企业媒体运营暨传播业务培训，更从内容、技术、渠道不同侧面提供 6 个互相呼应的企业媒体运营暨传播解决方案，为参培企业一站式解决企业媒体运营暨传播难题。

具体如下：

一、培训对象

各酒类企业品牌、营销、广告、公关、新媒体相关岗位负责人。

二、首期拟开班时间及地点

2018 年 3 月下旬，北京，3 天。

三、培训目的

1、提升参培企业运营企业媒体的能力，提升对用户的洞察，建设更富成效与黏性的用户关系。

2、帮助参培企业创新原有的传播模式，适应传播变革，最终提升品牌影响力和销售业绩。

3、帮助参培企业掌握最新有高效的企业传播工具，快速搭建和完善系统的企业传播平台，形成矩阵式传播。

4、帮助参培企业对接行业顶级服务资源，学以致用一站式解决企业传播难题。

四、拟培训内容

1、企业自媒体（微博、微信）运营

人人都是自媒体的时代，企业从后台走向前台，纷纷开通自己的微博、微信、APP等，直接面向消费者，运营企业自媒体是一门必修课。从企业内刊到微博微信，从图文到视频，企业自媒体应该如何运营与传播？

2、线上社群管理

好的内容，还需要高效的技术支撑。有没有技术工具能快速、高效打通微博、微信、微网站、APP等不同渠道间的内容发布和数据共享？甚至让企业与用户之间不仅是单向的信息传播，而是升级为将用户聚集成社群管理和经营？传统企业到互联网+，并没有那么遥不可及。

3、短视频制作及传播

在内容营销 2.0 时代，短视频在有限的时间内能够承载更多信息，浓缩的视频内容更加直观地能触达用户，使其有身临其境的体验。同时，短视频能支持企业媒体化实施路径中各环节所需要呈现的完整传播内容。从图文到短视频，受众的注意力正发生哪些迁移起伏？企业该如何用短视频讲故事？

4、互联网舆情情报及大数据决策支持

如何管理品牌的大数据？如何精准分析消费者画像？如何跟踪新媒体投放效果？分秒级的舆情监测及分析，以及背后的大数据挖掘，已成为现代企业公关、市场乃至销售决策的标准配备。互联网舆情情报能让企业媒体运营与传播更具针对性、可控性。

5、大数据营销

关于大数据，如何采集和处理数据，如何建模分析，又如何解读？如何利用大数据触发精准营销？资深大数据营销专家将用案例深入剖析关于大数据的一切。

6、危机公关

好事不出门，坏事传千里，在数字时代，这种传播更会以可怕的速度扩散，带给企业公关更大的挑战。而在接二连三的食品安全事件的冲击下，民众对食品安全更是基本上处于零容忍状态。有专家指出，白酒企业简直就是坐在“火山口”上，随时有喷发的危险。处理不当，很可能造成灭顶之灾。但是，

危机公关不能等到危机来了才做。公关行业如何才能做到未雨绸缪？当危机来临，企业如何处理又才能转危为机？

7、原生广告及内容营销

原生广告近年来风声水起，主要在于其显著的营销效果，通过“和谐”的内容呈现品牌信息，不破坏用户的体验，为用户提供有价值的信息，让用户自然地接受品牌及产品。

eMarketer 显示，美国原生广告规模将于 2017 年将增长 3 倍达 46 亿美元。是否能生产具有高认可度与传播性的原生广告，是企业媒体运营暨传播的核心能力之一。

8、整合营销

整合营销的核心是以消费者为中心。是对信息内容、传播工具、传播要素资源的整合，是跨平台、跨媒体、跨渠道的整体合作，是更具战略性的营销策略。通常而言，在对消费者深刻洞察的基础上，通过多项综合手段，将企业信息以更高效的手段向自己的目标用户、合作伙伴等群体快速传递。整合营销是现代企业应当具备的意识及策略。

五、拟邀导师团队

1、劳维维 易简传媒品牌事业群合伙人

曾在时趣互动 SocialTouch 任职品牌合伙人，负责大客户的社会化媒体营销与技术服务的团队管理工作。随后加入瑞意恒动任职副总裁，负责公司整体业务的管理工作，帮助公司以

2 亿元人民币被久其数字收购，是近几年最大金额的新媒体公司并购之一。

目前在易简广告传媒集团任职品牌事业群合伙人，推动这个新型移动互联网传媒集团，聚焦品牌客户在整合数字营销、自媒体商业服务、网络互娱营销等领域的营销创新工作。

带领团队获得多个顶级营销行业活动金奖，包括金投赏、长城奖、艾菲奖、金鼠标、金网奖等，多个营销行业评选活动的评委，包括金鼠标、媒介 360、TMA 等。

代表客户：华为、蒙牛、箭牌、汤臣倍健、科勒、尼桑等。

授课方向：企业自媒体运营

2、郭乐音 古纳雅尔 (G+J) 出版人

古纳雅尔 (G+J) 隶属于财富 500 强之一，全球五大媒体集团之一贝塔斯曼传媒集团成员，欧洲最大的媒体出版集团，总部位于汉堡，在世界 30 个国家从事近 500 种期刊杂志和数字内容生产。自 1991 年，应品牌/企业传播需求开始提供定制传播服务，目前正在服务的定制品牌超过 50 个，曾获得 86 个国家在企业出版领域国际行业性的奖项。

郭乐音将以古纳雅尔服务全球客户的经验，破解企业媒体运营暨企业传播的奥秘。

代表客户：交通银行、宝马、劳斯劳斯、美赞臣、多美滋、费雪等

授课方向：企业自媒体运营

3、导师：文杰 大家社区创始人、CEO

大家社区为传统企业打造专属的线上客户经营平台，通过移动互联网工具，帮助企业吸引新客户，留住老客户，提高复购率，提升市场投资回报，最终让传统企业实现互联网转型。其为江阴嘉特网络信息有限公司（隶属于中国第三大纺织企业—海特股份）打造的嘉特汇手工电商平台，成功完成了 C2M 商业模式的转型，客单价提升了 90%，老客户复购率提升了 280%，聚集了 50000 多编织爱好者。

代表客户：嘉特汇、小邻通、乐高中国、郎酒、洪城乐骑行、信义嘉庭等

授课方向：线上社群管理

4、导师：李明 二更创始人、CEO

二更创立于 2015 年 4 月，是国内领先的原创精品短视频内容平台。创立以来，二更已原创短视频 3300 多部，覆盖线上线下渠道 300 多家，总播放量达 220 多亿，日播放量超 5000 万，拥有全网粉丝近 5000 万，斩获国内外专业大奖 200 多项，在全国乃至海外 20 多个城市建立起多元化、全球化、垂直化的内容品牌矩阵，过去两年，二更服务过 400 多个一线品牌客户。企业构建并强化自身媒体能力的进程中，二更通过与企业共建内容、联合运营、培养人才、输出方法论等方式为企业赋能，协助企业成长，从而将企业所构成的品牌优势、产品优势、服务优势，通过企业媒体化的能力，转变为显而易见的竞争优势。

代表客户：联合利华、宝洁、Nike、Adidas、可口可乐、麦当劳、统一、汤臣倍健、伊利、青岛啤酒、奔驰、大众、丰田、路虎、凯迪拉克、中信银行、招商银行、平安人寿、阿里、腾讯、京东、苏宁、携程、万科、碧桂园、华为、三星、苏宁易购、长隆等。

授课方向：短视频营销

5、导师：徐志斌 微播易副总裁/热销书籍《社交红利》《社交红利 2.0：即时引爆》作者

加入微播易之前，徐志斌曾服务腾讯8年时间，组建并领导腾讯微博开放平台。自此大部分时间都投入在社交网络的实际工作和研究中。期间不断与诸多创业团队、创业应用等进行过广泛而深入的合作、沟通，在社交化和社交网络方面有着独特而深刻的见解。

微播易是国内领先的以短视频为核心的一体化、自助式社会化媒体精准投放平台。横跨微博、微信公众账号、朋友圈、短视频、网红直播超80万细分账号资源，累计超75万成功社媒营销案例，为包括宝洁、华为、三星、苏宁易购等在内的30多万广告主提供在社会化媒体上推广服务。

代表客户：宝洁、华为、三星、苏宁易购等。

授课方向：短视频营销

6、导师：于霄 宏博知微创始人、CEO

宏博知微是国内顶尖的互联网舆情情报服务商。互联网舆情情报旨在帮助企业做品牌大数据管理，搜集竞争情报，整理行业动态，用大数据分析消费者画像，也可以认为是企业决策部门的情报中心。

代表客户：包含 BAT 为代表顶尖新兴行业代表，中央网等权威国家机构，并与财新传媒联合推出“财新数据+”，为泛一级市场，包括投行、私募、风投、律所、会计师、企业家（含其战略、IR 和投资部门）、政府部门和学者提供专业数据挖掘服务。

授课方向：互联网舆情情报及大数据决策支持

7、导师：于勇毅 《大数据营销》作者

13 年数据营销经验，十年作为甲方任职于 IBM，担任数据策略师，三年作为乙方服务于戴尔、惠普、中国电信、NBA、利洁时等多家世界五百强企业，现任职于电通安吉斯旗下全球领先的数字营销机构美库尔 Merkle。同时还担任上海师范大学兼职教授等职务，为上海师范大学，北京航空航天大学等主讲《大数据营销》课程。《大数据营销》作者。

代表客户：戴尔、惠普、中国电信、NBA、利洁时等多家世界五百强企业。

授课方向：大数据营销

8、导师：陈阳 蓝色光标集团副总裁、首席媒体顾问

陈阳在公关行业浸润 17 年，精于政府公关、媒介高层运作和危机公关的管理与执行，熟悉中国公关业务和品牌策划、推广，

有丰富的市场运作和管理经验，为 Cartier、Dunhill、HP、ICA、IBM、BP 以及政府项目提供公关服务和大型策划，此次为大家带来面对危机公关的成熟方法论与实操案例。

授课方向：危机公关

9、导师：李伟 三联生活周刊副主编

《三联生活周刊》可能是中国最会讲故事的媒体，深刻影响着中国中产阶级的生活方式。其主编将从专业媒体角度，分享什么样的故事是好故事，好故事又如何能带来好生意。

代表客户：滴滴打车、IBM、爱奇艺、腾讯、奥迪等

授课方向：原生广告

10、导师：魏玮 群邑移动营销董事总经理

群邑集团 (GroupM) 是世界上最大的广告传媒公司，其总部位于美国纽约市。魏玮于 2010 年加入群邑，建立移动营销事业部，在移动营销领域服务于群邑旗下代理公司（传立、尚扬、竞立和迈势）的知名客户，当时正是移动刚起步的时候。多年来他和团队建立了独有的移动传播解决方案；并自研“蜂鸟”平台，运用线下和线上的数据去挖掘关于消费者的更真实的洞察，给客户输出更直接的价值，让移动媒介策略和沟通策略更高效。

代表客户：众多国际国内 500 强企业

授课方向：整合营销、数字营销

11、导师：肖明超 商业趋势观察家，知萌咨询创办人兼 CEO

知名营销专家，资深消费者行为与趋势专家、数字营销专家、商业趋势观察家。创立了多项关于中国消费趋势洞察、新技术与新媒体研究和品牌研究的指标体系，每年主持并持续发布“中国消费与营销趋势报告”，备受企业界和媒体的关注。常年受邀请担任中国顶级营销传播奖项——中国 4A 金印奖、美国艾菲奖、金鼠标网络营销大赛、第三种人数字金投赏、中国互联网协会金网奖、中国娱乐营销案例奖、中国创意传播国际大奖等评委，在国内财经媒体发表过消费趋势与营销类专业文章近 100 万字。

对于中国消费文化和消费市场有深入和独特的视角与洞察，善于捕捉最新的社会文化、消费潮流与新技术和新媒体趋势，被媒体称之为中国消费趋势与营销传播领域的“趋势占卜师”。并能结合研究咨询的工具和方法将其转化为能够被企业产品研发、营销和品牌战略所用的策略，常年为国际国内 500 强企业和媒体机构等提供趋势洞察、策略咨询、数字营销与创新传播服务。

代表客户：国际国内 500 强企业和媒体机构

授课方向：商业趋势、整合营销、精众营销

（注：实际授课主题及导师将根据导师日程安排调整）

六、特别活动

1、活动期间，根据权威第三方数据（微博、微信），评选出 2017 年度中国酒企自媒体 TOP20，由中国酒业协会、中国期刊协会数字期刊分会联合颁发证书。

2、活动期间，将组织主编沙龙，邀请主流媒体主编至现场，与参会成员把盏畅谈。

七、培训费用

培训费：中国酒业协会会员每人 9800.00 元，非会员每人 12800.00。含培训费、资料费、场租费。不含差旅食宿费。食宿可统一安排，费用自理。

八、培训证书

经考核、考勤合格的学员，将获得由中国酒业协会与中国期刊协会数字期刊分会联合颁发的结业证书。

九、预报名方式：

中国酒业协会培训部 毛雪

电 话：010—57811300-9107 13581529149

中国期刊协会数字期刊分会 谭海燕

电 话：010—68236581 18612844767

传 真：010—68186998

邮 箱：267476920@qq.com

附件：首期中国酒企企业媒体运营暨传播高级实战营预报名表



附件：

首期中国酒企企业媒体运营暨传播高级实战营预 报名表

单位名称					
通讯地址				邮编	
联系人		电话		传真	
姓名	职务	性别	手机	QQ 或邮箱	身份证号（必填）
住宿预订	<input type="checkbox"/> 双人标准间		<input type="checkbox"/> 单人间		
	拟住日期：2017 年 月 日— 月 日				
中国酒业协会会员证书编码			付款方式	<input type="checkbox"/> 银行转账 <input type="checkbox"/> 现场刷卡	
开发票抬头					
	银行账号				
	注册地址				
	单位电话				
	税 号				
您最感兴趣的话题	（请将 8 个话题序号按优先顺序排序）				
您最想邀请的导师	（请将 11 位导师序号按优先顺序排序）				
您最想互动的媒体	（列举 5 家，我们将按优先级邀请）				

备注：1. 请发电子版报名回执表

2. 限额 50 名，额满即止，此表请尽快传至 267476920@qq.com