

# i茅台 美生活

## 贵州茅台数字营销平台“i茅台”上线一周年

根据贵州茅台数字营销平台“i茅台”最新数据,截至5月6日,注册用户已突破4000万人,日活用户数超过500万,上线以来取得了亮眼的成绩。

5月19日,“i茅台”迎来正式上线运行一周年。为感恩回馈新老用户,贵州茅台开展了“为‘i’而生·519”周年庆活动,包括5场线上回馈活动和1场线下主题庆祝活动,活动时间为5月15日至5月29日。今后,贵州茅台计划将每年的5月19日设立为“i茅台”品牌推广日。

### 创新求变,深化营销体制改革

顺应数字经济发展趋势,贵州茅台携手浪潮、网易等多家服务供应商,历经半年时间筹备,打造出“i茅台”数字营销平台,于2022年5月19日正式上线运营。

作为自营电商平台,“i茅台”改变了茅台过往传统的服务模式,以数字融合加直面消费者的方式推进营销体系改革,探索使用线上线下融合销售新模式,实现茅台(S端)与渠道商(B端)、消费者(C端)多层面的链接与互动。具体来说,将多款酒品聚合到线上平台,以畅享云购、享约申购、专场申购等形式售卖,再通过线下经销商支持配送和自提服务。如此,企业既可以降本增效,又能为消费者创造更好的消费体验。

目前,“i茅台”共投放9款酒类产品,价格从218元到4599元不等,构建了较为完整的酒类产品矩阵。平台还上线了新研发的茅台冰淇淋,受到广大消费者的喜爱。

此外,“i茅台”把各个营销渠道的客户数据信息进行整合,形成自有可控的客户数据等数字资产,提高C端服务能力,推进茅台向更加自主、精准的数字销售模式转型。

茅台营销渠道改革不断释放活力。今年一季度,贵州茅台直销收入达178.07亿元,同比增长63.56%,其中,“i茅台”酒类营收达49.03亿元,仅3个月就完成了2022年营收的近42%。

### 数字赋能,提升市场服务能力

“i茅台”采用区块链公证技术和智能风控技术,致力于满足消费者对保真、便捷等方面的需求,上线后在创建商业新模式、集成应用新技术、项目管理新方法方面持续发力,不断完善各项功能,提升服务消费者能力。

基于大数据技术建立的矩阵式智能投放模型,“i茅台”链接了超过2300家线下门店,根据门店热度、区域热度、时间热度、区域经济等指标均衡投放产品,并为其提供库存、配送、结算、客服等配套运营服务和技术保障支持,显著提升门店的承载和服务能力。

运用区块链技术,“i茅台”构建了“一物一码”流通溯源平台和全国一体的仓配网络,在包装生产、仓储、物流等全部流通过程中实现完整溯源。目前,“i茅台”已有48种产品数据上链,链上交易总数达1540余万笔,上链产品数量达1039余万箱。

同时,依托大数据、人工智能等技术,“i茅台”持续升级智能风控体系,不断完善安全防护体系。截至2023年5月,“i茅台”已累计拦截代预约、机器请求、风险设备等异常行为约12亿次。

近日,“i茅台”凭借“营销服务S2B2C全链路数字化管控协同”场景,在国务院国资委首届“国企数字场景创新专业赛”中荣获用户服务类一等奖。

### 文化输出,讲好茅台品牌故事

“i茅台”不仅是一个销售平台,还承载着讲述茅台故事、传播茅台文化以及为消费者互动交流等功能,平台上有茅台各类产品介绍、白酒品鉴知识、传统二十四节气等多个板块。

“i茅台”还打造了“小茅”这一IP形象,相继策划上线“小茅的一天”“小茅小百科”等栏目,推出“小茅”公仔玩偶、“小茅”七曜盲盒等文创产品,加强与消费者的情感联结。

茅台集团党委书记、董事长丁雄军表示,作为茅台文化的传播者、产品到商品全链条的链接者、数字化营销的践行者、渠道的协同者,“i茅台”数字营销平台将不断推动茅台深化营销体制改革,努力实现高质量发展。

数据来源:贵州茅台

