

朱莉莉:如何用新媒体让天塞酒庄逆袭?

朱莉莉的原创性策略不仅让新疆天塞酒庄实现了从“小而美”到“大单品、强渠道”的华丽转身,更推动了整个行业的数字化转型。

短短三年,新疆天塞酒庄一款曾被大众市场忽视的国产葡萄酒,如今销量暴涨630%,登顶抖音赤霞珠品类榜单。谁能想到,这场逆袭背后,竟是一位年轻女性用短视频撬动的?

新疆天塞酒庄,坐落在新疆天山脚下焉耆盆地,寓意“天山脚下,塞外庄园”。自2009年起便专注于酿造高品质葡萄酒,过去14年主打线下高端品质路线,在国际赛事上屡获殊荣,销售额年均增长约185%,但在国内市场却因品牌认知度低,一直处于小众状态。2020年,朱莉莉带着国际化视野与新媒体敏锐度,回归加入母亲的天塞酒庄,创立“少庄主今天醒酒”账号,利用短视频和直播等新媒体形式,彻底改变了天塞酒庄的市场格局,为这个坚守品质的老牌酒庄注入年轻化基因。她的原创性策略不仅让新疆天塞酒庄实现了从“小而美”到“大单品、强渠道”的华丽转身,更推动了整个行业的数字化转型。

打破传统,用新媒体重塑品牌形象

2020年,朱莉莉创立“少庄主今天

醒酒”账号,她首先是用场景化内容打破葡萄酒的“高冷”形象。例如,在一条点赞近5万的视频中,她身着休闲服装,坐在小区长椅上,搭配外卖享用冰镇霞多丽白葡萄酒,展现了葡萄酒与日常生活的无缝衔接。

这种生活化的表达,迅速拉近了与消费者的距离,视频日涨粉近千人,跻身平台前五。同期,其他博主视频点赞量最高超过10万,其余多位博主点赞量仅2万左右,而朱莉莉凭借该视频日涨粉近1000人,此视频获赞排名位居榜单前5位。

构建信任,用盲品挑战证明品质

流量涌入后,朱莉莉接着通过“盲品挑战”构建消费者信任。她在直播间邀请消费者在不透露品牌的情况下品鉴天塞葡萄酒,结果多次被选为“最佳口感”。

她的策略精准结合了“短视频种草+直播带货+私域运营”,不仅推动天塞线上销量飙升,还让80%的新用户首次接触国产精品葡萄酒。

国际认可,品质与营销的双重背书

2023年,884万电商作者在抖音平台获得新收入,累计GMV破10万元的作者数量超过60万。

2023年“双十一”,天塞悦饮赤霞珠单日销量突破3万单,全渠道销售额在2023年12月5日突破百万元。在抖音直播平台,朱莉莉创造的销售佳绩也挤进了前五名。2023年,天塞旗舰酒款T95马瑟兰干红在布鲁塞尔国际葡萄酒大赛上斩获金奖,产品远销英、法、日等国家,成为国产葡萄酒国际化的代表。布鲁塞尔国际葡萄酒大奖赛(Concours Mondial de Bruxelles)被誉为酒界“奥斯卡”,是世界酒类行业三大顶级赛事之一,每年有来自全球40余个国家的评委,对不少于6000款的葡萄酒进行品评。

个人荣誉,行业影响力的加冕

朱莉莉的卓越贡献为她赢得了多项个人荣誉,包括:中国葡萄酒推广大



使,表彰她在推动国产葡萄酒市场发展中的领导作用;酒业青云奖年度青年榜样;肯定她为传统酒业注入的创新活力;国际女性葡萄酒大奖“年度50人物”;彰显她在全球葡萄酒行业中的影响力。如今回望,朱莉莉的每一步都在

重新定义国产葡萄酒的“打开方式”:短视频里的生活场景是她铺设的“体验入口”,直播间的盲品挑战是她设计的“信任桥梁”。当国际金奖的光芒与直播间的烟火气在天塞身上交织,这个曾经的“戈壁酒庄”早已成为一个符号。

