



Top
Mobile
Awards

“小蓝瓶配火锅”，燃爆这个夏天

- ◆ 品牌名称：雪花啤酒
- ◆ 所属行业：酒类
- ◆ 执行时间：2020.08.15
- ◆ 参选类别：场景营销类



市场环境分析：

从产品到品牌，实现真正的年轻化

- 2018年，雪花啤酒就开始了品牌重塑之路，而勇闯天涯superX作为雪花啤酒旗下首款核心产品，从产品到品牌做到了真正的年轻化。勇闯天涯superX从2018年开始冠名街舞系列，持续不断的宣传“生而无畏”的品牌主张，与年轻人进行深度沟通。用全新的产品、全新的品牌精神和主张，通过年轻人喜爱的节目来与年轻人沟通，是雪花啤酒对当下市场的深刻洞察。



市场环境分析：

面临挑战

- 不管广告在电视上或者综艺节目上打的多火热，终究与消费者消费啤酒的场景还是脱节的，观众不可能一边隔着屏幕看街舞节目一边喝啤酒，这也导致了广告无法在短时间内带来效果转化。

市场目标

- 在当下媒介碎片化、信息粉尘化的时代，线上传播信息极度分散，消费者在线上主要看内容，导致品牌很难在短时间内覆盖大量人群并把品牌核心诉求植入到消费者心智中。因此品牌在传播上，必须采取线上+线下配合的打法。



营销策略：

- 创意策略：勇闯天涯superX与电梯媒体的合作，在电梯上做的包梯广告，并且随梯附赠啤酒小样，将啤酒与网红火锅店进行捆绑，把场景、体验和人群完美的融合。
- 参与城市：上海、广州、深圳、成都、杭州，共计5个城市
- 包梯明细：共计10个楼栋，18座电梯





执行效果：



14:27

#夏日小蓝瓶组局造不停#
阅读424.1万 讨论1.8万

年轻化全链路营销不知如何做？学学勇闯天涯superX!

原创 | 听来风 万护侯 品牌新内参 今天

主编：万护侯 | 作者：听来风

啤酒和街舞，看上去是两个毫无关联的事物，却在这个夏天激情的碰撞到了一起。

由华润雪花啤酒旗下的勇闯天涯superX独家冠名的高口碑网络综艺街舞选拔类真人秀——《这！就是街舞3》在2020年7月18日如期而至。街舞的青春、热血和啤酒的爽、酷的完美结合，让这个原本有点压抑的夏天，一时间活力无限，令人振奋。

事实上，这并不是勇闯天涯superX第一次与街舞结合。早在2008年11月，就

年轻化全链路营销不知如何做？学学勇闯天涯superX!

2020-09-07

年轻化全链路营销不知如何做？学学勇闯天涯superX!

2020-09-07

- 累积领取SuperX的小样共计**2400瓶**
- 微信公众号、头条号、搜狐号、百家号和网易号等官方账号进行推广
- 新浪微博话题#夏日小蓝瓶组局造不停#、话题阅读量**424w+**，讨论数**1.8w+**



市场反馈:



卡乐B卡乐B
广告确实很重要。#这就是街舞##勇闯天涯superx# 周六必备



#夏日小蓝瓶组局造不停#看我隔空和这就是街舞
辽。



08月23日 10:06 来自 微博云剪

#夏日小蓝瓶组局造不停#要一起才更酷



08月31日 23:47 来自 iPhone客户端

婷Stay620
王嘉尔一进电梯就被漫画圈围着



【超话】王嘉尔
120万 帖子118.9万 粉丝

+ 关注

王嘉尔< 08月17日 12:07 来自 王嘉尔超话

局造不停#，喜欢嘉尔@王嘉尔 这么久，希望他能翻到我！

