

青岛啤酒 “中国的世界球迷” 整合营销

- ◆ 广告主: 青岛啤酒
- ◆ 所属行业: 酒水/啤酒
- ◆ 执行时间: 2018.06.19-07.20
- ◆ 参选类别: 内容营销类

案例视频

请复制以下链接，粘贴到新浏览器页面里观看视频
<https://v.qq.com/x/page/o07023c13q6.html>

或者
扫一扫看视频



- **品牌营销的背景和初衷是什么？**

青岛啤酒一直希望给受众传达国际化、年轻化的品牌形象，恰逢2018年世界杯来临，青啤作为非世界杯官方赞助商，借势营销升级，提升其品牌声量，提高它在世界杯球迷心中的喜好度与忠诚度。

- **最终想要实现怎样的目标？**

- 1、全面打造青岛啤酒在世界杯期间的整合营销，提升品牌声量；
- 2、打造热度话题，提高青岛啤酒在世界杯球迷心中的喜好度和忠诚度；
- 3、突出青岛啤酒是世界的啤酒，体现中国人的民族自信心。

- **目前面临的挑战和困境是什么？**

2018世界杯期间，各大品牌争相收割流量。而青岛啤酒作为非官方赞助商，该如何从其中脱颖是最大的挑战。

- **通过对目标人群的洞察有怎样的发现？**

中国球迷是世界球迷，他们没有必须力挺的国家队，没有狭隘的民族偏见，他们不畏时差享受着最纯粹的足球乐趣。他们为了看一场球，他们可以想100个请假的理由；他们比任何一支主队球迷，更像主队球迷；中国球迷是最纯粹的球迷，他们唯一支持的只有足球。

- **整个案例的核心策略是什么？**

以“中国的世界球迷”为核心点，通过多个视频演绎最真实的球迷故事，从H5引发球迷互动热议，实现跨界合作的销售转化，从而完成了一场成功的借势营销。

- **案例的最大亮点在哪？**

- 1、聚焦“**中国的世界球迷**”，定制了以32个国家为主题的“缤纷加油罐”，并借势营销引发情感共鸣。
- 2、从用户需求出发，**联合高夫共同打造#敬可攻颜可守#熬夜看球战术包**。趣味概念+超高颜值，助其成功拿下天猫超级CP日S级资源，在众多 CP 品牌中脱颖而出。

分阶段阐述策略与创意的实施过程

STEP 1

概念传递

#中国的世界球迷#概念
释出

球迷故事
引发情感共鸣

主题海报 * 4	视频海报 * 13
张爷爷视频 * 1	H5 * 1
黄健翔视频 * 1	UGC海报 * 8
阿福视频 * 1	
二更视频 * 10	

STEP 2

口碑转化

#中国的世界球迷#
跨界借力

CP打造
实现销售转化

超级CP日
CP熬夜战术包礼盒
熬夜看球攻略条漫

STEP 3

品牌沉淀

#中国的世界球迷#
案例回顾

二次传播
实现口碑沉淀

盘点海报 * 3
外滩户外大屏 * 10
行业平台案例输出



中国的世界球迷洞察海报



诠释#中国的世界球迷#概念-形成消费者认同感

球迷张爷爷的真实故事 引发情感共鸣

青岛啤酒推出张爷爷的故事来诠释“中国的世界球迷”。为了不打扰老伴休息，球迷张爷爷独自上演几十年“世界哑剧杯”，真实故事戳中观众泪点。



播放量: 948万 <https://v.qq.com/x/page/b0698bqegd5.html>

两大KOL 引爆燃点和热点

黄健翔微博转评赞达7500+，引发粉丝集体回忆，并收获诸多好评。



ScorpioN浩 这广告可以!
6-24 20:18

赛虎的姐姐 你不是一个人!
6-24 20:55

闻小闻爱君小君 老黄，因为懂你，所以我们爱你!
6-24 19:50

幕竹_Nightly-- 中国球迷文化并没有形成专业的周边产品！看看日本的球迷，形成风格了。他们有漂亮的球服可以穿，有漂亮的围巾可以戴，有漂亮的道具可以用！有袋子可以捡垃圾~😂我们的球迷就是想买也买不到漂亮的球服，买不到漂亮的围巾，买不到漂亮的道具！我们的球迷文化产业太不被重视了！一股土鳖味道！
6-25 09:09

黄健翔 6月24日 19:48 来自 iPhone 7 Plus
不管过多少年，我都会为了那片绿茵场而热血沸腾！而我也从来没有孤军奋战过！感谢@青岛啤酒欢聚时刻 敬这一杯！在话题#中国的世界球迷#下，分享你身边的球迷故事，一起为热爱举杯！为足球举杯！
[青岛啤酒欢聚时刻的秒拍视频](#)

大自然老虎 这个广告不错
6-24 19:59

张子翔同学 您的声音伴随了我的童年青春 感谢有您 今年我将第一次踏上世界杯的观赛之路
6-24 19:56

马哈_马哈 很多时候看球其实骂解说比骂球员多，多么希望解说安安静静看球别瞎叫，想念你啊
6-24 19:54

厕所里的板砖 当年为了这事还在论坛上跟人吵架，封了好多号 @天堂醉鬼 @醉车场
6-25 09:28

lu_sunshine 那一刻激动万分
6-25 08:18

收藏 2057 712 4796

两大KOL 引爆燃点和热点

阿福的创意视频，紧贴德国队被淘汰爆冷的热点，契合传播主题。



播放量：277万 <https://v.qq.com/x/page/w0709qfvurn.html>

二更十城：创意视频+海报

携手二更视频，挖掘更具代表性的球迷故事，进一步扩大触及人群，形成话题共鸣。



用户UGC收集

创意H5提供UGC平台，广泛搜集中国的世界球迷故事，进一步扩大话题影响力。



Step2: 口碑转化 联合高夫 推出熬夜看球战术包

青岛啤酒从用户需求出发，联合高夫共同打造#敬可攻颜可守#熬夜看球战术包——欢呼助威，有青岛啤酒为你加油；熬夜看球，用高夫面膜为你控油。趣味概念+超高颜值，助其成功拿下天猫超级CP日S级资源，在众多CP品牌中脱颖而出，也成为营销精英朋友圈的时尚好物。



Step3: 品牌沉淀 投放外滩户外大屏

青岛啤酒实时贴合赛事热点投放外滩户外大屏，强势绑定世界杯。同时利用多媒体传播矩阵，精准覆盖用户流量形成大声量。



深度总结活动效果

#中国的世界球迷# 活动总曝光达 **9亿**

三支视频累计播放量**1960万**

收集UGC海报**3万+**

超级CP日当天 创全网酒水和啤酒类目的**销量第一**

整体销量远超618当日 高达**200%**

口碑及影响力

朋友圈的世界杯人口图鉴
狗哥 有趣青年 6月24日

AVbody 晚上好我是狗哥

四年一度的 **足球盛会**

正在热火朝天地进行



狗哥身边的朋友都出现了各种症状

有趣青年
阅读量: 10w+
点赞: 720

中国球迷是全世界最好的球迷，没有之一
斜杠先生 1周前

【点击上方蓝字关注「斜杠先生」每晚推送】



最近，有这样一群人，接连几天，他们满眼血丝、黑眼圈沉重，但眼睛里却散发出异样兴奋的光芒，在他们激动地交谈中，你会听到一大堆地理教材中一带而过的国家和地名，还有一堆冗长绕口的外国名字。

斜杠先生
阅读量: 10w+
点赞: 814

从乌贼刘到张家辉，强刷存在感的中国的世界球迷，我敬你！
原创: 体育界 体育界 6月24日

最近最热的话题，莫过于这场四年一度的足球赛事了，关于足球的一丁点消息，都能成为热搜的话题，微博上也是各种转播每个国家球赛的战况，而每条新闻下面，都会有各种中国球迷发表自己的意见和看法。

对于这场赛事，球迷们无疑是最热爱最狂欢的，尤其中国球迷。

他们迷恋德意志的青春风暴，也欣赏斗牛士的华丽王朝；他们为了C罗的帽子戏法欢呼，也同样推崇斯科斯的梅开二度，他们既能分析利弊的在赛前预测球赛内容，也能根据每个球员的表现讨论发表意见。

他们可以比德国球迷更迷德国，不论肤色，无论输赢，他们就是**中国的**世界球迷。



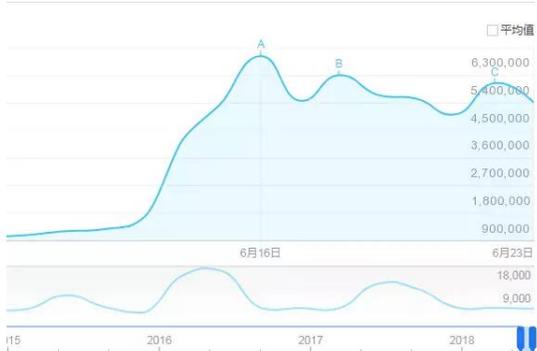
体育界
阅读量: 53601
点赞: 307

只有中国球迷才是真球迷
壹读 1周前

最近半个月以来，大事只有一件，那就是四年一次的世界足球比赛。

在百度指数上，此次足球比赛的热度一直居高不下。

最近 24h 7天 30天 90天 半年 全部 自定义



体育界
阅读量: 44321
点赞: 301