

青岛啤酒 X 《环太平洋2》 “聚燃” 营销

- ◆ 广告主: 青岛啤酒
- ◆ 所属行业: 啤酒/酒类
- ◆ 执行时间: 2018.03.12-04.05
- ◆ 参选类别: 创意类

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/q0677qnyav0.html>

或者
扫一扫看视频



- **品牌营销的背景和初衷是什么？**

青岛啤酒作为国际化知名品牌，已经成功销售到了全球100个国家和地区。恰逢《环太平洋2》上映，青岛啤酒作为《环太平洋2》电影官方合作伙伴，希望借助此次契机加强品牌年轻化、国际化的形象。

- **最终想要实现怎样的目标？**

作为《环太平洋2》电影官方合作伙伴，青岛啤酒希望可以结合电影的热度做最大化的品牌露出和传播，利用“啤酒+电影”一体化的营销模式，传递品牌“畅享欢聚时刻”的主张。

- **目前面临的挑战和困境是什么？**

运用“啤酒+电影”一体化的营销模式是一次全新的结合方式，如何利用电影的元素，并与年轻受众产生连接，从而实现品牌的“年轻化”、“国际化”的形象地位成本次案例的挑战。

- 通过对目标人群的洞察有怎样的发现？

《环太平洋2》多为年轻粉丝，他们是一群喜欢科幻类影片和科技感产品的人群，会比较容易接受与影片相关的周边产品，对品牌的植入及互动大多不会很反感，甚至有很大一部分会关注和喜爱线上线下的周边活动。

- 整个案例的核心策略是什么？

基于品牌“欢聚”主张和影片“酷燃”的风格，提炼“聚燃”作为沟通主题。贴合电影IP，围绕电影情节，用多种科技感、年轻化方式与消费者互动，一举打入年轻消费者的市场。



- **案例的最大亮点在哪？**

- 1. 创意“聚燃”效果贴合电影IP:**

创意产出的各项物料十分贴合科技电影IP，礼盒的酷炫外形、首映礼的身临其境、H5的最新技术和科技感、广告片的“聚燃”效果都是通过具有科技感、年轻化的方式与年轻的消费者沟通，与IP的贴合也极大调动了电影粉丝的积极性。

- 2. 线上线下联动，沟通方式多样化:**

通过线上和线下的积极联动，丰富了传播形式的同时，也极大增强了全线的传播效果。

- 3. 贴合用户习惯促进传播效果最大化:**

在创意物料能调动年轻消费者积极性、沟通方式多样化的基础上，极富效率的传播渠道让曝光量最大化；院线上映的广告贴片、猫眼APP合作开屏页、外滩大屏的投放，精准地触及潜在消费群体，使得传播效果最大化。

分阶段阐述策略与创意的实施过程

Step1: 结合电影首映礼
打造“青啤x环2独家定制礼盒”



Step2: 线下打造京东活动



Step3: 线上打造聚燃H5互动



Step1: “聚燃” 限量礼盒-酷炫外形

此次青岛啤酒与京东合作推出了《环太平洋2》联名的“聚燃”限量礼盒，充满了未来机甲风格。并配合礼盒的宣传发布电影联动的海报，青岛啤酒官方微信也同步发文为礼盒造势。



聚燃首映礼 – 身临其境

在《环太平洋2》首映礼上，青岛啤酒以合作形式露出，获得了显著的品牌曝光。青岛啤酒官方微信在当天推送了报道电影首映礼的文章，同时也**预告了青啤礼盒即将上线**，让观众初步了解青啤和电影的联动内容。



Step2: 京东线下活动

此外，京东也为《环太平洋2》举办了一场**线下首映礼**，通过真实的电影场景布景，让观众仿佛身处战场，再加上青岛啤酒的互动元素，加深电影观众对青啤的印象，**互动H5也同步上线**。

 青岛啤酒欢聚时刻 
3月22日 18:47 来自 微博 weibo.com

还有1天#环太平洋2#世纪之战一触即发，大战前夕，京东也举行了一场盛大《环太平洋2》首映礼。四大互动区真实还原电影场景，让到场观众过足机甲瘾！青岛啤酒与《环太平洋2》合作推出H5游戏，360°全景画面模拟真实战场特效+紧张感十足的BGM，令人如同亲临战场驾驶巨型机甲作战全程燃到飞起。保存下方二维码... [展开全文](#) 



阅读 1.5万 推广 |  320 |  400 |  203



Step3: “能量核聚燃”H5-最新科技

“聚燃”H5巧妙地结合了电影场景，利用最新最前沿的全景360环景技术，极具科技感的营造出上海外滩的机甲大战，用户身临其境的感受能量核爆炸的镜头、屏幕捕捉青啤来聚能量，最终赢取奖品。



聚燃倒计时打CALL

电影上映前夕，《环太平洋2》导演现身为青岛啤酒宣传打call，并正式启动电影上映倒计时。



聚燃广告片

同时，青岛啤酒还在院线上线了和《环太平洋2》合作的超现实感贴片广告，并在投放了**外滩大屏广告**，成功吸引了全上海的注意力，加深品牌和电影的互动，帮助青啤获得更多年轻人的青睐。



KOL助推

电影上映后，《环太平洋2》影片中青岛啤酒的品牌露出成为了讨论焦点，众多微博、微信和今日头条KOL也一起助力为电影和青啤宣传。

Happy张江 3月23日 16:30 来自 微博weibo.com

厉害了我的大青啤！我大国货首度进军好莱坞和#环太平洋2#合作，导演斯蒂文·S·迪奈特还亲自为电影和青岛啤酒打call！据说影片中青岛啤酒出演了“重要角色”出场方式十分巧妙，戏份十足，和霸道总裁景甜不相上下！预告片中新升级的机甲，被剧透的巨量档数，加上在这个拯救世界打怪兽的机甲世界观中，青岛啤酒究竟会以何种方式登场？简直让机甲迷好奇心爆棚，期待满满！

环太平洋2
《环太平洋：雷霆再起》海底虫洞不知为何再度开启，毁灭能力剧增的怪兽，肆无忌惮的破坏人类世界，地球危在旦夕。新一代机甲

621 72 233

诡匠 3月23日 15:00 来自 微博 weibo.com

好莱坞科幻巨制#环太平洋2#来了！破坏力MAX的怪兽组团来袭，新生代机甲战士誓死守卫！酷炫的特效X激烈的战斗X强大的阵容，导演斯蒂文·S·迪奈特宣称她不让观众有一秒的走神机会。这次《环2》如此备受关注还有一个重要的原因，就是这次守卫地球的正义方阵里多了许多中国人，让机甲迷的民族自豪感爆棚。其实还有一个大国货也出演了影片！为国货青岛啤酒首度进军好莱坞打call！

阅读 44.7万 推广 236 95 38

(微博)

壹早电影

《环太平洋2》的机甲大战，真的超燃了！“超越传统又带有科幻小看点，剧情佳，正合我们这年龄段”“从动画到真人电影，他们真的在用心做内容”。

《环太平洋2》的机甲大战，真的超燃了！“超越传统又带有科幻小看点，剧情佳，正合我们这年龄段”“从动画到真人电影，他们真的在用心做内容”。

100000+ 6144

当时我就震惊了

环2的机甲，真的超燃超炸吗？

有人，在偷看你们

环2的机甲，真的超燃超炸吗？

100000+ 4016

(微信)

俗哥看电影

满满嚼点的《环太平洋2》，竟然被我找到个亮点

16.3万阅读 · 66评论 · 2018-03-27 14:52

每日热点聚焦

国货品牌这波好莱坞操作，简直666

10.5万播放 · 156评论 · 2018-03-23 14:01

(今日头条)

深度总结活动效果

最终此次活动总曝光量达**5.3亿**，总互动量达到**390万**；

青岛啤酒官方服务号增粉超过1万人

H5参与互动人数接近5万；

猫眼电影开机屏曝光：**1200万+**，点击量**200万+**；

《环太平洋2》营销期间极大拉动销售，总销售额较去年同期增幅**293%**

品牌成功地借助与环2合作的契机，

结合线上线下相互配合传递统一主题，

加深了消费者对青岛啤酒品牌年轻化、国际化的认知。