

全麦白啤，第一口就与众不同

广告主：青岛啤酒全麦白啤

所属行业：零售

执行时间：2018.09.07-12.01

参选类别：视频内容营销类

营销背景



中国牛饮式啤酒文化盛行的背景下，与青岛啤酒全麦白啤的斟享文化并不一致。青岛啤酒全麦白啤上市初期并没有迅速被大众认可。为庆祝品牌三周年之际欲打造一部 TVC 来为品牌宣传，而在拍摄成本极高的如今，想要完美的展现产品的特色并没那么简单。

营销目标

让更多人了解、熟知青岛全麦白啤；引领从“畅享”到“斟享”的啤酒文化的转变，宣传青岛啤酒全麦白啤的斟享文化；高频词传播 TVC 与企业品牌、提升品牌形象。

策略与创意

视觉中国团队从筹备、定案到拍摄、制作，全程为青岛啤酒全麦白啤定制服务。拍摄中为完美诠释青岛啤酒全麦白啤的三个产品特色“全麦酿造、酒体朦胧、酒香宜人”，视觉中国也精心挑选出了三段视频素材，来生动形象的展现了产品的三个特色，也为整部 TVC 画上了点睛的一笔。



全麦酿造



酒体朦胧



酒香宜人

执行过程/媒体表现

视频链接: <https://v.qq.com/x/page/x0803wzlh9r.html>

自媒体传播

覆盖大量自媒体平台, 发布总媒体数达 100+



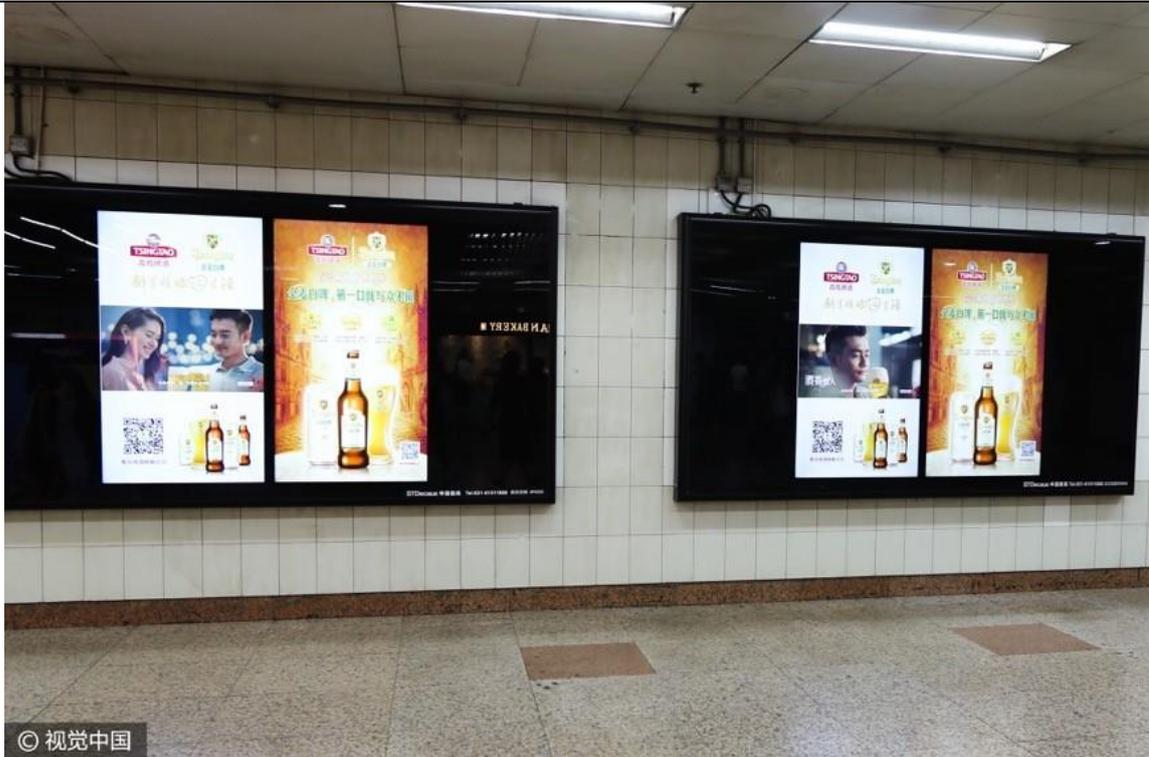
线下荧幕传播

线下传播 TVC, 覆盖北京楼宇来福士广场、富力广场和上海地铁同步首播青岛啤酒全麦白啤 TVC。



张海洋/视觉中国

北京来福士广场大屏



视觉中国

上海地铁荧幕



张海洋/视觉中国

北京富力广场大屏

营销效果与市场反馈

2018年青岛啤酒节，青岛啤酒全麦白啤已逐渐被人们接受；

还联合北广传媒城市电视传播，进行了为期两周的户外大屏传播总触达5000万+人次。同时联合德高广告（上海）地铁荧幕传播，覆盖屏幕达150个、5409.6万+人次。发布媒体总数100+，网络媒体潜在受众达10亿+人次。