

青岛啤酒全麦白啤

所属行业：快消品

参选类别：数字营销最具创新精神品牌

品牌简介

青岛啤酒股份有限公司的前身是 1903 年 8 月由德国商人和英国商人合资在青岛创建的日耳曼啤酒公司青岛股份公司，2008 年北京奥运会官方赞助商，跻身世界品牌 500 强。

近两年，大量进口精酿啤酒品牌已涌入中国市场，精酿啤酒成为了啤酒行业的生力军，众多啤酒企业都在这个领域进行研发投入，不断推出新品类，一个属于精酿啤酒的时代正在来临。

作为百年品牌，青岛啤酒不断紧跟消费升级浪潮，几年前就率先提出了“大精酿战略”，并成立了致力于创新品类研发和推广的“蓝军”事业部，经过几年探索，以“上面发酵法”古法精酿的一支全新产品——全麦白啤，不仅以“第一口就与众不同”的口感征服了很多品质消费者，还打造出了一整套“精酿生活方式”的精众化、垂直化、人格化、社群化的营销平台，不断与消费者进行互动和对话。

2017 年 7 月，在全麦白啤上市两周年之际，青岛啤酒发布了《中国精酿生活方式白啤书》，阐释了“精酿生活”的要义，整合了白啤的“诞生·发展·推广”历史进程，开创了以精酿为核心的品质生活理念。

市场定位：中高端

目标客群：25—45 周岁社会精英群体，具有较好的经济基础，懂啤酒、懂生活、追求品质，关注潮流，思维活跃，热衷社交，喜欢尝试并接受新鲜事物。



- 白啤酒起源于中世纪的欧洲，被誉为“贵族啤酒”。
- 全麦白啤甄选品质上乘的大麦芽、小麦芽为原料，承袭古法金典配比，采用100%全麦芽酿造，拒绝添加任何辅料。用料如此讲究，味道自然不将就。
- 全麦白啤不经过滤，酒体中含有大量益于身体的啤酒酵母，所以呈现浓厚微白、朦胧浑浊的独有云雾状外观，不仅赏心悦目，而且营养丰富。
- 全麦白啤在浓醇的麦芽香甜中伴有突出的花香和果香，带给您更多曼妙享受，并且这种花果香气完全源于自然发酵，与生俱来。

2016年9月13日
开启“全麦白啤中国行”城市之旅，探寻文化营销心路径；



2016年9月18日
全麦白啤实现首次年度过万吨；



2016年12月26日
全麦白啤首届粉丝答谢沙龙在青岛TSINGTAO酒吧举行；



2016年12月31日
“精酿2016，斟享2017”，全麦白啤再创新高，全年实现销量12437千升

2017年2月3日
全麦白啤美食实验室开张：24节气食令篇以短视频方式展示精酿心生活的仪式感，并引发诸多消费者关注



2017年4月7日
全麦白啤首届提速发展专题会在徐州举行，同时宣布“全麦白啤星火计划”在全国范围正式启动。



2017年6月9日
全麦白啤品鉴体验空间正式亮相，“1号空间”落户哈尔滨！



2017年5月31日
全麦白啤星星之火，燎原大江南北。比去年同期累增75%；



2017年6月9日，
庆祝全麦白啤2周岁生日！

精酿是一种品质、精酿是一种趋势、
精酿是一种精神、精酿是一种态度、
精酿是一种担当！精酿是一种梦想！
让我们共同举杯为她庆贺，并期待
《中国精酿生活方式白啤书》的隆重发布！



创业维艰，砥砺前行；
全麦白啤的未来，更值得我们期待！
你我的全麦白啤，你我的精酿时光



古法精酿 爵世斟享

全麦白啤，第一口就与众不同

整体策划：崔虹Brandy

青岛啤酒精酿社区

2018 年数字营销创新性表现

精酿新时代，斟享心生活——全麦白啤战略发布会

为美好生活，耕深度、有态度！前程砥砺心探索，后来开拓启新航。探索消费升级多元化，满足消费多需求！



携手阿里，跨界大咖，汇智大众

精智众创，共创美好。提取、汇聚万千消费者情感滋味。青岛啤酒×阿里文娱智能平台，深耕联合

以全麦白啤为原点，汇聚 530+份原创作品，Top20→Top06 线上网友、线下大咖评审，颁奖“三军会师”，聚众智、集众力，为实现新品上市三年目标撬起高潮的杠杆。



论行业之趋势，谈发展之策略

视角呈现，思想重构，经验分享，中国精酿，质在必得！酿造值得斟享的美好体验是目标，担当啤酒消费文化升级下的探索者是责任，颠覆、创新、尝试，一场论坛精酿无限可能性。



持续解读需求变化，输出精酿生活方式

《中国精酿生活方式白啤书 2.0》——创造消费升级新趋势，引领啤酒消费新文化。基于“精酿社区”日积月累，《白啤书》再升级，洞察啤酒多元化、个性化需求发展趋势，精酿生活六大要义引领品质生活心方式。



百年品牌的时代腔调，提出了精酿生活方式理念
2017年《中国精酿生活方式“白啤书”》发布



全面解析中国精酿生活方式

- ★ 精酿啤酒与精酿生活方式研究
- ★ 中国消费升级与品质生活方式演进
- ★ 精酿啤酒引领精酿生活方式
- ★ 青岛啤酒：精酿啤酒探索者——全麦白啤

青岛啤酒全麦白啤持续创新，实现战略升级
2018年《中国精酿生活方式白啤书2.0》发布



立体洞察中国消费升级

- ★ 2018白啤书升级：深入洞察精酿生活演变
- ★ 消费升级下的品质生活新浪潮
- ★ 品质生活主导的啤酒消费升级趋势
- ★ 精酿生活指数：一杯啤酒折射的消费景象
- ★ 全麦白啤：精酿生活方式引领者

杯酒人生，精酿点滴与众不同

斟享七式鉴藏版礼盒上市，精酿视觉体验，让生活更美好。镇、斟、观、闻、摇、饮、品，以全麦白啤量身定制品鉴法，分步解读，诠释、品饮杯酒人生。



从北至南、三线齐发，线下体验再升级

移动式品鉴体验空间城市之旅，互动体验升级再进一步。6省区 5个月，21站 128场品鉴。落地城市、点面结合、南北同步，共融共生，用体验传达态度。



30s 精粹，穿越百年 斟享·品质

全麦白啤 TVC 首发，第一口就与众不同的舌尖惊喜。全麦酿造，酒体朦胧，酒香宜人，三大卖点斟享七式，编织斟享乌托邦，每一帧的定格，都为斟享精酿心生活。



回望畅想，改变创新，斟享不同

540 秒上市三年纪录片，精炼全麦白啤探索的 1095 个日夜。用时间穿针引线，串联产品。研发、酿造、推广、销售、传播全过程，采访记录探索、实践、创新、破局真实幕后。



《全麦白啤：斟·不同 纪录片》视频链接：

<https://v.qq.com/x/page/c0754liid4z.html?start=124>

青岛啤酒全麦白啤的创新为啤酒行业提供了一种新的范式，从制造的工艺本身，就赋予了丰富的精神元素和哲学概念，因此，在品牌打造上，需要通过在精众人群中的立体式感官和体验的塑造，才能在精神层面与消费者达成共鸣，并塑造出与众不同的品牌形象。

代表案例

阿里文娱智能营销平台&青岛啤酒全麦白啤精智众创大赛

项目概述：

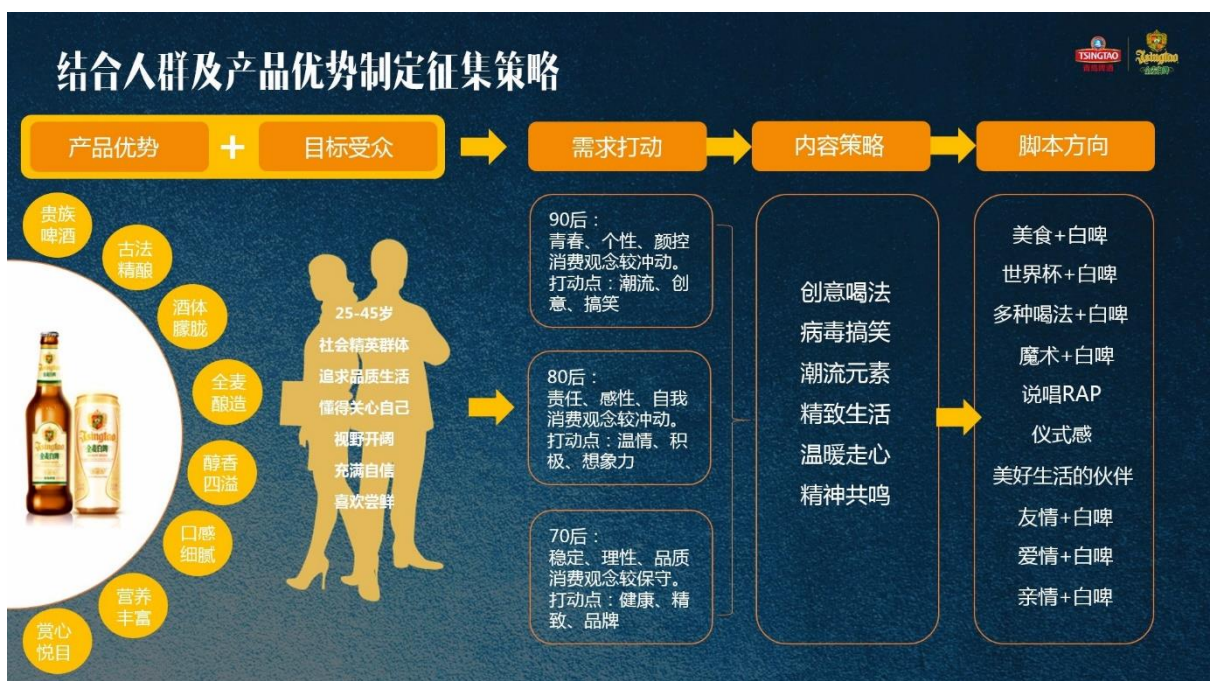
2018 年，青岛啤酒全麦白啤再次获得销售的快速增长，为进一步诠释和传播“精酿生活方式”的理念，青岛啤酒全麦白啤、阿里文娱智能营销平台与知萌咨询机构，共同策划打造了以“**今年流行喝全麦白啤，看你怎么喝**”为主题的“**精智众创大赛**”，围绕“精酿心生活”的诉求，邀请互联网上的 PGC、UGC、生活达人、MCN 专业机构、数字营销机构和广大网友，用当下短视频等创新传播形式进行内容创作，大赛不仅设立了总额达 10 万元的奖金，获奖选手还将成为全麦白啤的创意达人，作品还将会用于后续的全麦白啤的传播中。

2018全麦白啤精智众创大赛



策略创意:

阿里文娱智能营销平台充分发挥自身文娱优势与营销力，与青岛啤酒的品牌精神及精酿生活文化相结合，全面调动消费升级背景下，大众对生活的热爱与创新，用群体智慧为全麦白啤创作具有时代感和传播性的精品内容，让品牌与用户实现深度体验与沟通。



执行亮点:

一、70W+作者资源大鱼任务发布征集令

面向大鱼号全站，发动大众征集令，广义征集优秀创意作品。同时定向邀约优质 MCN 进行 PGC 定制，二力齐发提高活动质量。

二、行业知名营销专家背书评审，保证大赛作品“含金量”

阿里文娱智能营销实验室专家大咖背书，参与征集作品初审及终审，为全麦白啤众创大赛助力打 call，洞察视频创意的品牌契合点，保障作品创意水平。

三、覆盖主流社交平台，多角度持续性调动参与性

系列 H5 引导参赛，以快闪短视频 H5、全网用户上传 H5 及投票比拼 H5，持续性覆盖社交媒体用户，吸引上传并刺激参赛者自传播，保障活动参与度的同时，宣传青岛啤酒全麦白啤产品，令品牌形象深入人心。

四、UC 站内创意信息流资源助推，品牌活动双曝光

Umax 强互动沉浸式广告，以创意信息流形式为入口，嵌入获奖视频作品，为品牌形成精准画像，多维度有效触达消费者，同时打通多场景数据，将品牌营销信息进行精准投放，与目标用户进行深度互动，为品牌实现精准触达消费者的心。



活动宣传H5&面向全网作品征集H5



全麦白啤来电开场

大赛详情引导页面

作品征集H5封面

作品征集广场
以供大众投票并上传

观赏作品并点赞投票

双方联合发布会举办&专家团评审



TOP6 作品脱颖而出

《陪伴是最长情的告白》

- 作者：老炮电影



讲述了一个生活中再平凡不过的故事，借用**全麦白啤富有仪式感的理念**向人们传达了有**全麦白啤的陪伴**，会让很多平凡的瞬间变得不平凡的心路历程。整个视频讲述了从失恋后的失意、陪伴、振作再到直面生活的过程，传达了“全麦白啤陪伴于你我生活的每一个瞬间”这个品牌理念，让白啤“**精酿心生活**”的口号落到实处，陪伴白啤用户学会更好的生活，成为一个更优秀的人。

《十二星座喝全麦白啤》

- 作者：精分小魔女



星座文化作为现在在一个重要的文化符号，是不同人群表达自我的典型方式。《十二星座喝全麦白啤》借大众喜闻乐见的**星座人格化特点**表达方式，将不同人群喝精酿白啤的方式进行了艺术性呈现，团队通过对星座这一流行符号与白啤产品相结合，将拥有不同饮酒习惯的人群置于同一场景之中，充分体现了**全麦白啤深受各阶段人群喜爱的特点**，令人印象深刻。

《青岛小龙虾》

- 作者：太阳猫早餐



夏天一定会想到的就是小龙虾，而吃小龙虾肯定会想到喝冰镇啤酒。创作团队在此基础上又为啤酒提供了另一条搭配小龙虾的方法，那就是加入到小龙虾的烹调过程中去。团队巧妙的将全麦白啤与小龙虾相结合，把**产品融入视频内容本身**中去，利用白啤的酒花祛除小龙虾的腥味，提高虾的鲜度，在充分勾起观众的食欲的同时，也为其他烹饪爱好者者提供了借鉴经验，让白啤可以通过**更多渠道接近消费者**，得到消费者的认可，从而得到更广泛的传播效果。

《全麦白啤，舞动青春》

- 作者：Sonny



MV形式短视频，歌曲风格为**嘻哈式流行说唱**，通过rap和街舞的形式，对全麦白啤进行演绎。歌词生动体现青岛啤酒**全麦白啤产品特点**，将青春朝气及潮流融入其中。发起“**白啤舞**”挑战，引发**二次传播**。

《来自空气的问候》

- 作者：小T姑娘



创作团队通过受众群体的生活状态，挖掘他们的性格特点，以所有城市职场人群都无法逃避的社会现象为创意出发点，借用精众人群日常生活中的物件小物的真情忠告和目标人群达成情感共鸣，为**产品赋予一种情感，赋予它灵魂，使得白啤不再是一个冷冰冰的产品，而是一个陪伴生活的感情伴侣。**

《全麦白啤，逆袭之路》

- 作者：狗哥理万机



以麦子种植生长和酵母发酵过程中产生的泡沫在酒杯里不断向上冲的过程为喻，解读了**勇敢、奋斗、励志的情感关键词**。视频描述了男孩从消极颓废到后来奋发向上的转变过程，强调了陪伴在人成长过程中的价值意义，将全麦白啤“**心生活**”的**陪伴意义**进行了不同阶段的展示，凸显了全麦白啤的**正能量陪伴价值**。

收官传播-UMAX炫景，强互动沉浸式体验



简介
今年夏天走了，带走了温度留下了不少美好的回忆和有趣的故事。5月10日，青岛啤酒全麦白啤联合阿里文娱智能实验室共同发起“今年流行喝全麦白啤，看你怎么喝？”精彩活动大赛，历时3个月共征集到3000+“创意全麦白啤”内容作品，通过TOP9榜单，评选出十万元奖金获奖作品每个名额的惊喜。

(点击播放)

https://broccoli.uc.cn/ad/apps/CAOGF8_GL/routes/OyTY_jPDO?uc_param_str=dsdnfrpfbivnesspgimibtmnjblauptgipintnwktrchmt&uc_biz_str=%3Acustom%7CC%3Atitlebar_hover_2&inline=on&_hash=29ea8470-c097-11e8-9efd-e763e7be3659



- 展示获奖选手作品
- 结合街舞七式
- 盘点活动亮点
- 传播精酿大露亮点

- 位置：
- 推荐频道第四个位置
- 青岛本地频道第四个位置



TOP6 作品鉴赏：

TOP 1: 《全麦白啤，舞动青春》



http://v.youku.com/v_show/id_XNDAxMzY3NjQ5Mg==.html?spm=a2hzp.8244740.0.0

TOP 2: 《陪伴是最长情的告白》



http://v.youku.com/v_show/id_XNDAXMzY4ODY1Mg==.html?spm=a2hzp.8244740.0.0

TOP 3: 《全麦白啤别样青岛小龙虾》



http://v.youku.com/v_show/id_XNDAXMzcwNTY4NA==.html?spm=a2hzp.8244740.0.0

TOP 4: 《十二星座喝全麦白啤》



http://v.youku.com/v_show/id_XNDAXMzY4NDMxMg==.html?spm=a2hzp.8244740.0.0

TOP 5: 《全麦白啤, 逆袭之路》



http://v.youku.com/v_show/id_XNDAXMzY5NDAwOA==.html?spm=a2hzp.8244740.0.0

TOP 6: 《来自空气的问候》



http://v.youku.com/v_show/id_XNDAXMzcwMTUyOA==.html?spm=a2hzp.8244740.0.0

效果:

全麦白啤精致众创大赛共计征集作品 **530 个**，可传播作品 **100+ 个**。活动整体 PR 传播量达 **100000+ 篇**，系列 H5 总传播量：**80000+**，Umax 沉浸式广告曝光量 **330 万+**，青岛本地定向 **CTR: 1.14%**，实现“品牌”和“曝光”双丰收。