

老雪酒馆&老雪歌厅， 雪花啤酒打造梯内沉浸式场景

- **品牌名称：**雪花啤酒
- **所属行业：**酒水
- **执行时间：**2023年9月
- **参选类别：**场景营销类

结案视频

直接点击链接观看视频，或复制链接到新浏览器页面查看

https://v.youku.com/v_show/id_XNjl5OTQ5Njl0NA==.html

中国啤酒产业特点趋势

一是市场结构不断改变，高端化与集中化成为主要发展方向。

二是终端方面，餐饮与娱乐的现饮渠道占据啤酒渠道结构的半壁江山。

三是需求方面，伴随着消费水平的提高，啤酒品质、口味多样化以及产品潮流化越来越成为年轻消费者购买啤酒时的重要衡量标准。



雪花啤酒推出兼顾高端与个性化品牌产品“老雪花”
(简称“老雪”)，满足消费者多元化需求的同时，**需要在餐饮娱乐的现饮渠道中更进一步强化场景认知与消费。**

让老雪产品与雪花品牌触达消费者心智端，产生情感共振，传递品牌价值与态度，拓展场景化营销思路，将营销渗透至消费者的生活场景，为他们带来了一场沉浸式场景化感官新体验。



营销目的： 赋能餐饮终端，实现品效协同，引发社交裂变，助力品牌传播。

营销策略： 围绕“人货场”的场景化传播思路，打造场景化的内容输出和事件营销



传播执行：采用规模化精准的方式进行选点

选点**围绕老雪线下销售渠道**门店周边人流量较大的CBD及商圈（汉江路步行街商圈、汉阳区王家湾商圈等）。

覆盖5大楼盘项目（写字楼、商场），包梯数量共计19座。

武汉·汉阳 人信汇



武汉·硚口 汇丰企业天地



武汉·江汉 威宝大厦



城市	项目名称	项目类型	包梯数量
武汉	威宝大厦	商务楼	2
	汇丰企业天地	商务楼	4
	俊华大厦	高级公寓楼	1
	人信汇商场 (A、B、C馆)	商场	6
	人信汇一期6栋	商务楼	6
共计			19

传播执行：以创意场景，打造沉浸式体验

电梯外侧区域：

老雪啤酒以电梯门为场景门面，用“老雪酒馆”和“老雪歌厅”两大招牌与“武汉”两个大字吸引电梯乘客的关注。



传播执行：以创意场景，打造沉浸式体验

电梯内部区域：

以复古沉浸式场景打造的方式，还原酒馆 & 歌厅场景，营造出复古的氛围感。并通过电梯内部“老雪一入口，江湖有朋友”的品牌slogan，及“走起”、“我提一杯”、“海量”等标牌文字信息，进一步烘托老雪酒馆与老雪歌厅的饮酒氛围。



传播效果：线下人群高覆盖

包梯期间 **覆盖人次**
日均 **7w+**

数据来源：汉阳人信汇商场人流监测系统

2023-09月进人数统计

时间	星期	汉阳人信汇AB馆	汉阳人信汇C馆
2023/9/16	周六	70349	17844
2023/9/17	周日	69083	16680
2023/9/18	周一	44726	14830
2023/9/19	周二	46259	14595
2023/9/20	周三	50612	15419
2023/9/21	周四	52541	15661
2023/9/22	周五	54126	16157
2023/9/23	周六	70932	17746
2023/9/24	周日	69008	17705
2023/9/25	周一	43211	15862
2023/9/26	周二	44811	14778
2023/9/27	周三	51402	14930
2023/9/28	周四	53954	15824
2023/9/29	周五	62788	16540
日均		55985	16040

传播效果：线上KOL传播，成为新晋网红打卡点

分众电梯版“老雪酒馆”与“老雪歌厅”已
成为新晋网红打卡点

武汉本地美食达人KOL线上打卡造势，播放量高达

342w+

达人	粉丝量 (万)	播放量 (万)	点赞	评论	转发
梨涡少女mini	577.0	180.07	9558	275	952
一勺cici酱	75.1	82.8	7219	102	434
武汉大石惠	41.2	58.38	5082	93	299
001空空	9.7	20.94	2109	98	579



