

# 百事可乐冠名TFBOYS演唱会共赴「十年之约」！

- **品牌名称：**百事可乐
- **所属行业：**食品饮料
- **执行时间：**2023.07
- **参选类别：**大事件营销类



以十年之约  
燃动百事可乐最强音



200+

当日热搜

亿级

优酷直播互动

TOP1

大麦想看人数  
优酷付费直播

带动销量

百事专供西安演唱会饮品  
带动区域经销商销量

## 背景

TFBOYS不可复制的十年之约，是内娱不可复制的营销盛宴。适逢百事最强音十周年，以「十年」强化百事最强音印记，以百事之名，在“十年之约”的音乐时代经典场景里，留下永恒的影像记忆。

## 目标

瞄准TFBOYS“十年之约”的巨大流量红利，实现品牌流量跃升，传递品牌态度，并撬动TFBOYS背后庞大的年轻粉丝市场，深化品牌年轻化形象。

## 表现

「官宣期」粉丝狂欢热搜不断，百事冠名无处不在：  
演唱会官宣引爆内娱舆论场，刷屏微博热搜，百事品牌声量实现极致爆发。

「售票期」百事社交平台整活儿，十年情怀拉满：  
百事发起“百事可乐音乐热爱故事征集活动”和“我在\_\_（地点）共赴十年之约”话题，通过情怀牌拉近与粉丝的距离。

「开唱期」线上线下一起狂欢，引爆十年最强音：  
线上直播，百事可乐定格在各个出圈名场面中，实现二传素材的溢出曝光。线下演唱会，360度陪伴使喝畅爽百事成为每位粉丝标配，同时，全国网红地标城市巨幕大屏排面拉满。





一直以来百事可乐瞄准的都是年轻人的消费市场，这一点也体现在百事对代言人的选择上。从张国荣到周杰伦，再到众多当红流量明星，精准拿捏每一代粉丝的喜好。

而且百事可乐和音乐的结合一直很紧密，从冠名音乐综艺到赞助演唱会、音乐节，通过音乐不断扩大品牌影响力，持续抢占年轻人心智。

百事可乐独家冠名TFBOYS演唱会，一是瞅准了TFBOYS组合尤其是十年之约“绝唱”的巨大流量红利，二是品牌形象与音乐和演唱会的契合度高，三是看中了背后庞大的年轻粉丝市场。

- 目标1、瞄准TFBOYS尤其是十年之约“绝唱”的巨大流量红利，实现品牌流量跃升。
- 目标2、品牌形象与音乐和演唱会的契合度高，传递品牌态度。
- 目标3、撬动TFBOYS背后庞大的年轻粉丝市场，深化品牌年轻化形象。

内娱不可复制的TFBOYS，TFBOYS不可复制的十年之约，便是内娱不可复制的营销盛宴。

如同这次演唱会的主题“十年之约”，2023年也是百事最强音的十周年，十年来百事一直努力用音乐与热爱连接的年轻人都将共赴这场“十年之约”。以「十年」强化百事最强音印记，以百事之名，在“十年之约”的音乐时代经典场景里，留下永恒的影像记忆。

借势TFBOYS「十年之约」演唱会带来的巨大话题度和曝光度，百事可乐从官宣到售票到开唱将重点放在与粉丝的情怀互动上，从表面上收割粉丝提升销量，但更高阶的是提升品牌形象，持续性地挖掘潜在消费者，将粉丝流量转化为品牌长期效益。

用音乐，为热爱，是百事校园最强音的10年，也是TFBOYS成长的10年。十年转眼不过一首歌的时间，却也是一代人整整10年的青春与记忆。借势演唱会超级热点来打品牌与粉丝的十年情怀牌，收获大量年轻用户的认可与好感。

「官宣期」

粉丝狂欢热搜不断  
百事冠名无处不在



「售票期」

百事发起粉丝活动  
十年情怀拉满



「开唱期」

百事线上线下沉浸式陪伴  
定格十年之约经典



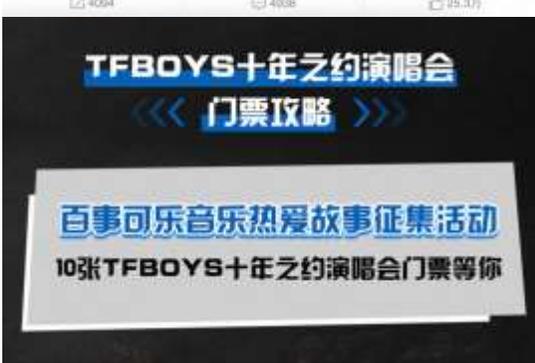
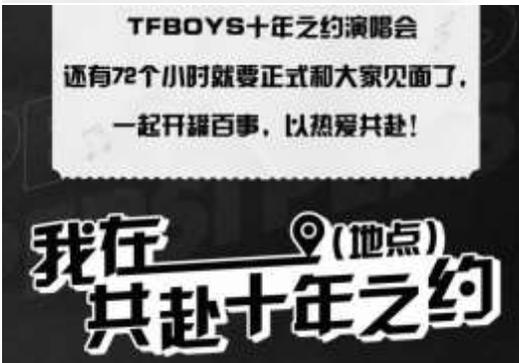
## 「官宣期」粉丝狂欢热搜不断，百事冠名无处不在

演唱会官宣血洗内娱舆论场，屠榜微博热搜，发新歌、彩排，只要有任何风吹草动，都引发粉丝狂欢。演唱会想看人数破纪录达到670多万，冠名logo海报出现在各大新闻媒体头条与热搜话题中，#tfboys十年之约#阅读超34亿，百事官微官宣微博破50万点赞。



## 「售票期」百事发起粉丝活动，十年情怀拉满

百事可乐利用线上线下票务权益将重点放在与粉丝的互动上。在线上先后发起“百事可乐音乐热爱故事征集活动”和“我在\_\_（地点）共赴十年之约”的活动，通过打情怀牌不断拉近与粉丝之间的距离。并发布收集的十年粉丝故事UGC视频引发共鸣获1300万+播放与27万点赞。



## 「售票期」百事发起粉丝活动，十年情怀拉满

用情怀将品牌与TFBOYS和粉丝进行绑定，粉丝一方面为支持偶像，另一方面被话题情怀感动，主动参与晒照打卡充当“自来水”，这波百事不仅省下了不少宣传营销费，还收获了粉丝好感度。



“谁的青春没有三小只，今天是特别的一天，见证他们十年成长，来一杯百事可乐敬青春！”

“空调房里喝着百事可乐看TFBOYS十周年演唱会的开心程度：10000000000000%！”

“一杯百事干了它，让我怀念，我的整个青春啊。”

## 「开唱期」百事线上线下沉浸式陪伴，定格十年之约经典

线下演唱会以品牌展区、场馆专供饮品、座位帖、暖场MV等360度陪伴粉丝，喝畅爽百事观看演唱会成为每位粉丝标配。



## 「开唱期」百事线上线下沉浸式陪伴，定格十年之约经典

线上直播同时在线168万人，直播互动量1亿+，演唱会当天刷屏热搜200+个，百事可乐融入VCR、采访、舞台中定格在演唱会各个经典出圈名场面中，实现二传素材的更多溢出曝光。



微博热搜	
排名	热搜内容
1	TFBOYS十年之约演唱会 12064888
2	TFBOYS官方微博了 7619108
3	青春修炼手册开场 6983832
4	大寒少年志2四年之约 6595801
5	他们全都笑了 3285193
6	凯源 3058432
7	易烊千玺手上戴的星粉水晶 3043393
8	王源好像小王子 1818872
9	灯牌 1677439
10	TFBOYS线上直播 1573607
11	TFBOYS你们不是能站一起吗 1385410
12	优酷刷屏 1331126
13	黄纸进楼 1220885
14	优酷客服回应网友有信共享TFBOYS直播 811
15	优酷直播 1817362

## 「开唱期」百事线上线下沉浸式陪伴，定格十年之约经典

更有宠粉大动作，全国网红地标城市巨幕大屏排面拉满，十年粉丝回忆视频全国30+商场循环播放引发热议。



## 1、品牌精神深化：以「十年」强化百事最强音印记，引发粉丝共鸣

2023年是百事最强音的十周年，十年来百事一直努力用音乐与热爱连接的年轻人都将共赴这场“十年之约”。以百事之名，在“十年之约”的音乐时代经典场景里，留下永恒的影像记忆，同时以十年情怀发起粉丝互动活动，**#tfboys十年之约#**阅读超**34亿**，百事官微官宣微博破**50万**点赞。发布收集的十年粉丝故事UGC视频引发共鸣获**1300万+**播放与**27万**点赞。

## 2、品牌声量销量提振：借势事件热度引爆百事夏季声量&销量

TFBOYS十年之约演唱会从官宣到售票到开唱均血洗内娱舆论场，屠榜微博热搜，光演唱会当天刷屏热搜**200+**个，打破多项记录：大麦售票想看人数达到**670多万**刷新大麦记录；线上直播同时在线**168万人**，直播互动量**1亿+**，线上VV超**1亿**，刷新优酷直播记录。二次social传播更是让独家冠名百事获得**数以亿计**的曝光溢出。同时西安演唱会饮品专供**直接带动**区域经销商销量。