

雪花马尔斯绿M·SPACE潮玩派对

- **品牌名称：**雪花
- **所属行业：**酒水类
- **执行时间：**2024.07.19-10.17
- **参选类别：**场景营销类

年轻消费者需求变化：

01 Z世代成消费主力

Z世代成为消费主力，追求**个性化和社交化消费体验**，对啤酒需求延伸至**配套体验和文化**；

他们更倾向于选择能够表达自我个性和生活方式的品牌和产品。

02 音乐节/Live house作为消费场景

音乐和娱乐活动是年轻人社交和休闲的重要方式；，

音乐节和Live house等现场音乐活动尤其受到年轻人的欢迎。

数据显示，**音乐节/Live house**在啤酒主要消费场景中的占比高达51.9%。





竞争激烈的啤酒市场，
马尔斯绿需要寻找到【最对的】潮流场景，
找到【最会玩】的年轻消费者

夜场渠道

赋能夜场渠道建设，激活**线下消费场景**，提振销量

► 01

品牌传播

借势热点艺人（邀请超强说唱阵容与热爱音乐的潮流玩家），**粉丝流量助力IP破圈**，实现从“线下活动参与者”到“品牌IP关注者”的人群转化

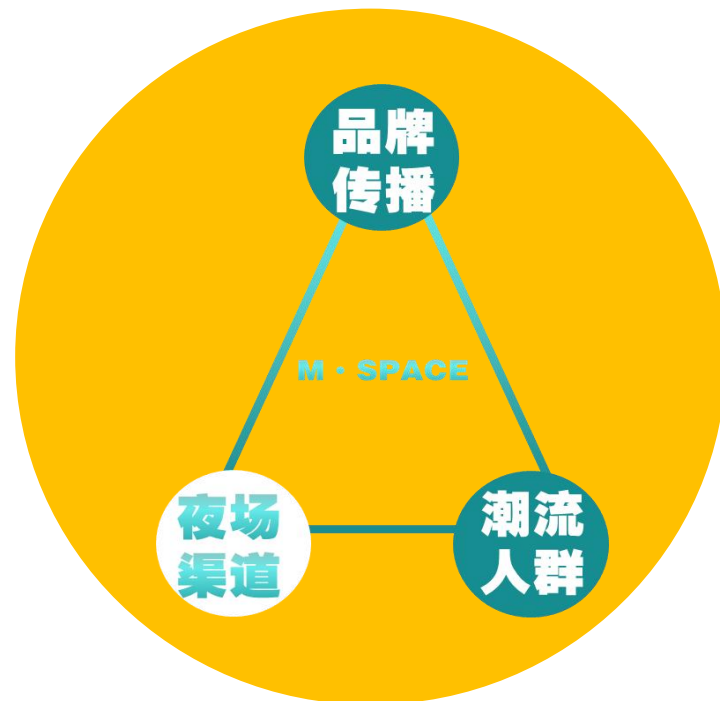
► 02

潮流人群

深耕潮流音乐，沉淀品牌潮流调性。实现“潮流场景+潮流音乐+潮流文化”的全面升级，为年轻消费者打造一个集音乐、潮流、互动于一体的全新体验

► 03

雪花马尔斯绿打造**M·SPACE潮流音乐IP**，
携手QQ音乐·Boom Party三大纬度持续升级，
塑造马尔斯绿**M·SPACE品牌潮流IP影响力**



一、【潮现场】渠道联动精准触达潮流夜场人群

举办潮玩派对

结合重点及新兴市场规模，洞察夜场文化和年轻消费者的需求；
邀约TOP级Rapper和新兴说唱选手，在6城打造沉浸式潮玩派对

覆盖夜场PUB

活动覆盖新疆、云南、贵州、成都等大区夜场PUB，以音乐
潮流LIVE赋能线下销售渠道，激活线下消费场景，提振销量。



0920

贵阳Playhouse

TizzyT、福来、Jessie宗祈辰



0716

成都听Livehouse

布瑞吉、小咪、NOTTBO1



0726

保定梦田Livehouse

王齐铭、朴鲨、陈斯瑞



0822

乌鲁木齐Seestar

谢帝、刘思达、何道明&罗密欧

二、【潮体验】AI赋能共创品牌潮流资产

腾讯音乐AIGC技术赋能

利用腾讯音乐**AIGC技术**，创造马尔斯绿**专属潮流形象玩法**；
打造**AI海报**、**AI歌曲**、**AI先导片**，提升活动的科技感和潮流感

线上消费者互动

在线上发起消费者互动“**打造你的AIGC潮流派对形象**”，
吸引用户广泛参与&参演艺人打卡。

玩转潮玩形象 AIGC潮流派对形象

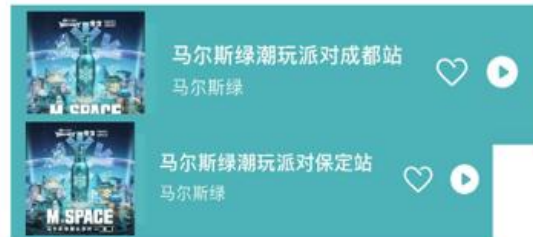


消费者可选择自己喜欢的形象风格，上传照片即可解锁专属的M.SPACE潮玩派对形象，在QQ音乐站内&马尔斯绿自媒体平台联合发起用户互动，拓圈吸引先锋技术爱好者

构建潮玩虚拟空间 AIGC音画技术打造派对先导片

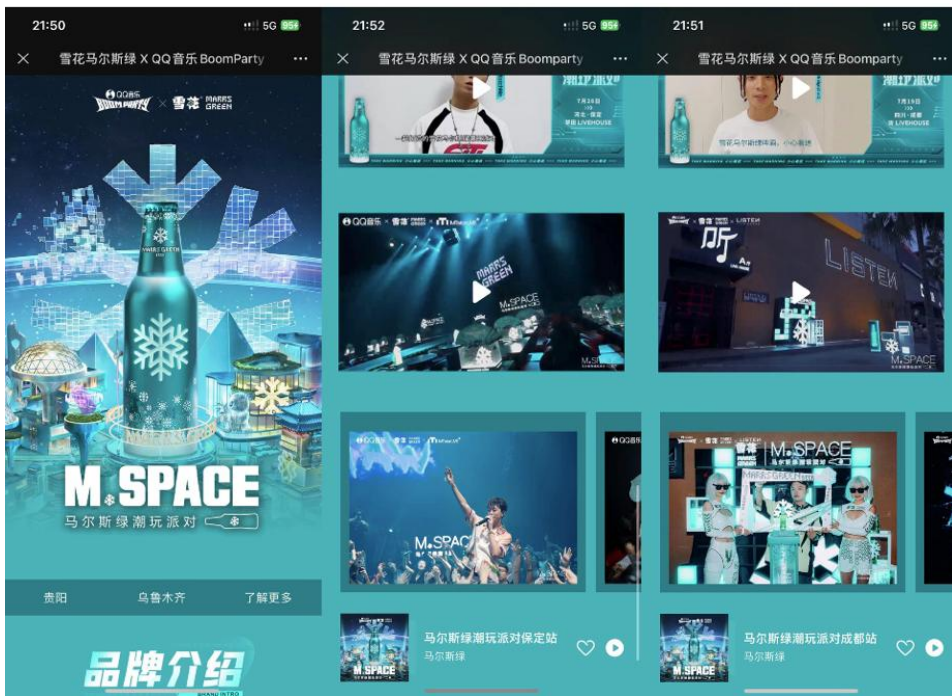


聆听城市潮玩之音 AI写歌技术生成城市AI主题曲



利用TME独有的AIGC大模型为
每场城市演出活动打造专属AI海报&AI歌曲
在线下演出中用于品牌时刻演艺
锐化品牌先锋调性

三、【潮声量】全网宣发构建潮流宣发矩阵



线上打造QQ音乐专属营销阵地

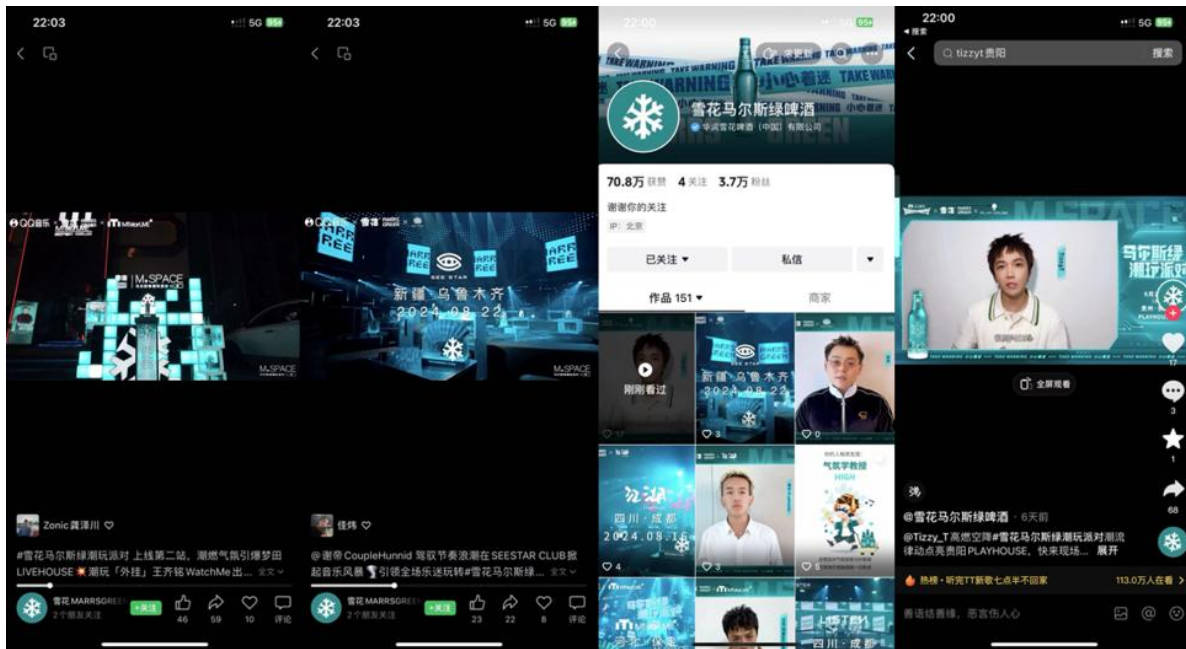
线上打造QQ音乐长期阵地，设立**活动主站**推广活动详情，包含**活动信息、直播预约、艺人ID、演出歌单、往期回顾**，吸引用户关注。



联动视频号打通微信生态

联动视频号进行**物料分发&同步直播**，打通**微信生态**，扩展营销人群。

三、【潮声量】全网宣发构建潮流宣发矩阵



打造社媒宣发矩阵

打造「品牌+媒体+艺人」三位一体的社媒传播矩阵，
全程发布活动预热ID及精彩回顾视频，聚拢社媒流量吸引粉丝关注的同时沉淀品牌话题资产。



三、【潮声量】全网宣发构建潮流宣发矩阵

线下户外大屏&线下KOL投放

- 活动中围绕终端所在地投放户外地广大屏，引爆**线下流量**，将潮玩派对打造为“**城中热事**”；
- 活动当天邀请本地**KOL打卡探店**，为门店引流，打造“**网红门店**”为**终端持续赋能**。





线上曝光

M.Space潮玩派对线上曝光量达10亿+

社交扩散

品牌微博话题突破2亿

线下传播

活动线下传播覆盖人次达60万+

终端转化

活动当天终端销售增长100%+