

雪碧×虾米音乐节，让夏日酷爽VIBE飞扬

- **品牌名称：**雪碧
- **所属行业：**国际快消/饮料
- **执行时间：**2024.08-09
- **参选类别：**场景营销类

视频

雪碧×阿那亚·虾米音乐节-现场视频

<https://v.youku.com/video?vid=XNjQ1ODkxODY0MA%3D%3D>

背景：

雪碧长期深耕音乐营销，与年轻消费者建立情感沟通，不断深化酷爽理念。其中，音乐现场是雪碧在线下触达年轻人的重要场景。

挑战：

2024年，雪碧音乐现场营销需有新的突破，赋予“酷爽”更有共鸣、更具像的表达，抢占关注与认同。

1.稀缺性音乐节IP选择：

在阵容与体验同质化/口碑不稳定的音乐节市场上，雪碧需要筛选更稀缺、更有差异化的音乐节IP，满足年轻人对生活品质的追求，同时也贴合自身作为国际品牌的形象。

2.高质感体验共创：

品牌入局音乐节，不只有赞助商的身份标签，更应是共创者。一场音乐节是音乐人、乐迷与品牌共同完成的作品，雪碧需要洞察年轻乐迷兴趣所在，才能将“酷爽”理念无缝融入其中，发挥强大的感染力。

1.年轻人群线下触达：

锁定高适配度/高稀缺性的音乐节IP，实现目标人群覆盖。

2.酷爽理念具像感知：

酷爽场景与音乐场景融合，共创高质感体验，吸引现场人流，激发线上讨论。

合作品质标杆虾米音乐节，让雪碧酷爽VIBE随乐飞扬

国际化阵容x极致阿那亚海景x艺术生活体验，让酷爽定格在人生中的难忘瞬间

寻光舞台 雪碧C位展示

寻光舞台冠名，音乐节现场100%吸睛
TVC+水雾炮+灯光配合，酷爽vibe拉满



寻光舞台冠名



双舞台TVC播放，寻光舞台搭配水雾炮+灯光

双互动展位 打卡售卖两不误

酷爽清凉站/冰桶畅饮吧空降海边
音乐节场景赋能产品售卖



酷爽清凉站



冰桶畅饮吧

官方空间冠名/植入 用户沉浸体验

官方饮品站冠名+VIP专区植入
品牌存在感up up



官方饮品站冠名，使用虾米&雪碧联名杯



VIP专区展牌+周边植入

多维传播助力雪碧心智出圈

户外大屏+艺人ID+淘麦硬广+虾米官微+PR矩阵
全域宣推，助力品牌心智出圈



户外大屏硬广



艺人ID授权包框传播



淘麦长周期硬广曝光



虾米官微互动



PR媒体矩阵传播

寻光舞台拉满酷爽VIBE，极致升级观演互动体验

寻光舞台冠名，设置2个雪碧瓶子形状的水雾炮配合喷射水雾，营造酷爽氛围

演出间隙，双舞台屏幕展示品牌TVC，加强品牌曝光



坐拥极致海景“房”吸引打卡，两大展位拿捏声量与生意

雪碧酷爽清凉站、冰桶畅饮吧空降海边，设计风格与海景完美融合
成为绝美打卡点，激发社交po图讨论、现场产品售卖



IP联名周边强化圈层认同，环海景分布随时随地拥抱酷爽

官方饮品站冠名/VIP区福利共创，联名饮品杯/手环等，随时降燥
站点围绕观众动线设置，雪碧视觉随处可见，助力产品售卖



线下线下传播助力，多重物料持续扩散酷爽理念

线下音乐节现场物料、周边城市媒介曝光，

线上联合虾米官方及大麦乐迷社群及硬广，扩散品牌活动；PR媒体放大行业影响力



1.雪碧的酷爽理念在3天3夜的音乐节**现场传递给7万余人。**

2.全网相关话题的总阅读量突**破3亿。**