

华润雪花马尔斯绿潮玩派对

- ◆ **品牌名称：**华润雪花马尔斯绿
- ◆ **所属行业：**快消
- ◆ **执行时间：**2022.05.09 – 2023.03.28
- ◆ **参选类别：**酒水类

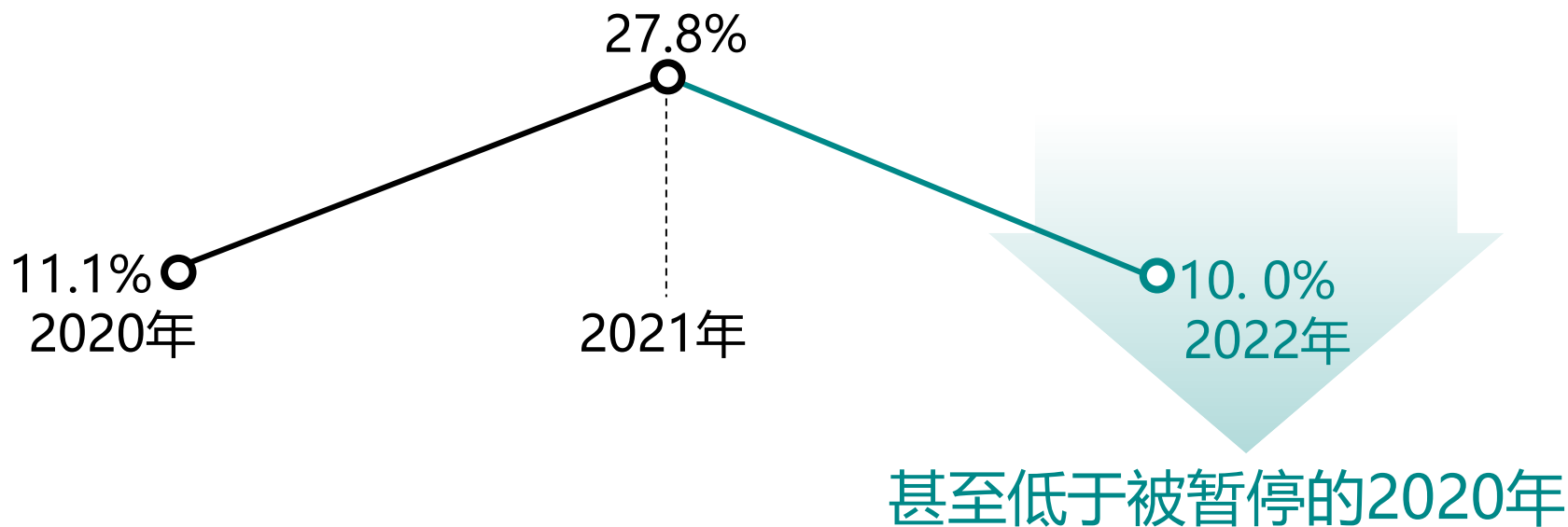
结案视频

查看视频请复制链接，粘贴到新浏览器页面里观看视频

https://www.bilibili.com/video/BV19p4y1E74j/?spm_id_from=333.999.0.0

2022华润雪花啤酒销量增长乏力，实体经营者失去信心

2022华润啤酒次高档及以上啤酒销量增长率



55%

2022年上半年行业投资总量下降率

&

1天

2022年夜店最快倒闭记录

让行业重新运转，我们需要一个初始的强推力

雪花马尔斯绿，做线下渠道营销的助燃剂

用音乐让场景

重回

让年轻人重回线下娱乐场

释放压抑已久的荷尔蒙

热闹

样本传播
激活行业

用流量让行业

重燃

让经销商重燃直面未来的信心

焕新经营活力，盘活消费场景

信心



雪花 MARRS GREEN × 网易云音乐

以天花板级说唱为精神内核，共创一场.....

雪花马尔斯绿潮玩派对

让“说唱”帮助蜂拥而来的年轻人释放自我
用渠道啤酒销量，重振经销商采购信心

第一步：重回热闹



人星引力

大数据筛选中国说唱“天花板”，超级吸粉力+粉丝传播力，点燃派对最大声势

10大Rapper

话题讨论度

网易云音乐数据扫描
综合人气筛选

单曲播放数

乐评热度

作品传唱度



直火帮



杨和苏



董唧唧



黄旭



KA咩咩



艾福杰尼



艾热AIR



Capper



AY杨佬叁

人星引力

1、高燃炫技，用分贝释放“压抑已久的情绪”



黄旭《强你好几倍》

到底冠军被谁内定
难道我就应该认命



弹走身上的灰抬起自卑的头
面对质疑和诋毁要像只倔强的牛

黄旭
《yellow skin flow》



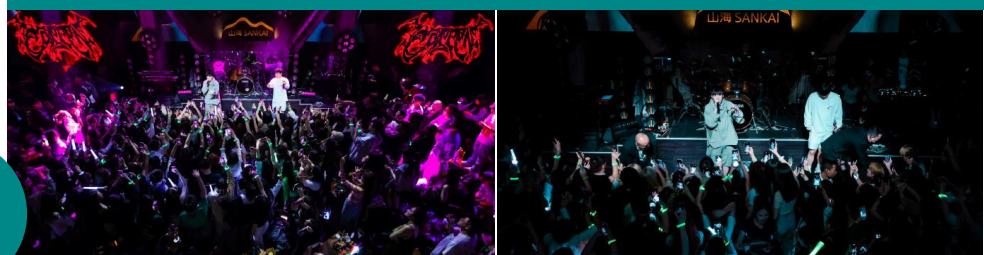
杨老叁《翻身仗》

我靠真本领致富
用不着神明指路

2、经典重现，全场合唱，制造“潮咖身份归属”



3、开启MARRSGREEN TIME，重新定义“带货”

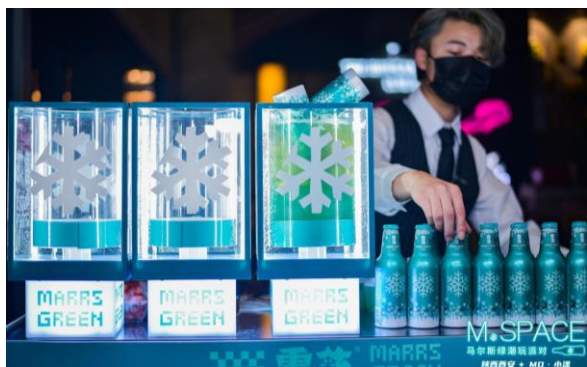


货趣体验

多重产品时刻，马尔斯绿潮啤态度溢出，刷新带货新模式

“潮啤特调”

味蕾比氛围更炸



“近桌互动”

“啤”气相投，构建第三空间社交



“氛围担当”

更多马尔斯绿，让年轻人触手干杯



“潮流周边”

潮要全副武装



场

破边界 7城 + 11家

行业标杆级夜店，制造一场打破空间边界的信心“传染”运动



城市影响力

占位重点销售城市区域，制造区域产品偏好度

行业标杆力

区域标杆级夜店，制造行业最大影响力，吸粉更多终端加入

双赢增效力

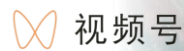
店终端联动，最小化潮玩派对落地成本

场破边界

线上多元媒体矩阵打开“派对超级入口”，让全网潮咖跨时空为重聚干杯

4端同步直播

网易云音乐、LOOK直播、
网易新闻客户端视频号、品牌视频号



多端联动导流派对直播

雪花马尔斯绿品牌自媒体、10大Rapper自媒体从预热到落地全程导流



大批终端夜店首次与顶流同框传播，信心倍增

网易优质资源全程导流制造过亿流量扶持



最终这场以重燃B端市场为目标的行动，最终也收获了C端用户的青睐，带来了“效”与“品”的双赢。



6000位

年轻潮咖因说唱、啤酒、朋友
而重回夜店
(3场大型派对平均700人/单场)
(8场小型派对平均500人/单场)

2.11亿

次广告曝光
让用户与经销商感受品牌精神

5,453万

年轻人通过线上直播的方式
跨时空干杯

20%

单场销量增长

463万

次广告点击
让用户与经销商接收派对燃力

50.3万

年轻人通过线上直播
参与直播活动



大批年轻人分享了自己的潮玩经历

并在互联网上积极参与关于派对的讨论



B站1000+视频上传

小红书1000+视频上传

抖音2000+视频上传

第二步：重燃信心

M.SPACE
雪花马尔斯绿潮玩派对

×



网易云音乐



网易新闻

让“火爆”被更多渠道伙伴看到

邀伙伴

头部夜店品牌
派对活动邀请

传经验

华润雪花啤酒
渠道伙伴大会

拓声量

相关行业媒体
最大化信息覆盖

众多渠道伙伴看到透过马尔斯绿潮玩派对的热闹景象，看到了线下娱乐行业的未来与希望。



> 30万

行业公关稿件阅读
分享了这次行业新模式探索



> 100位

渠道伙伴被邀请
参与华润渠道伙伴大会聆听分享

11家
区域头部夜店
参与了这场信心重燃行动

近30家
区域夜店意向加入
品牌终端阵营



重回热闹

品牌态度溢价

以说唱为精神内核吸引年轻人线下相聚，释放压抑已久的荷尔蒙的同时，捆绑潮流音乐标签，深化马尔斯绿潮流态度，吸粉更多年轻人。

内容赋能全新模式

创造了优质音乐内容赋能渠道的全新模式，炒热终端人气的同时为年轻人打造了一个持续的，有音乐、有酒、有朋友的第三空间社交场。

提效+降本

派对现场带货马尔斯绿，带来销量的直接提升，终端夜店的加入，也降低了此轮营销成本。

创新渠道传播内容

首次以11场派对的“真实效果”为传播素材，以成功运营经验进行渠道信心的重振。

无死角渠道传播

在行业背书层面，以华润雪花啤酒渠道伙伴大会为契机分享派对成功模式、在声量拓圈层面，联合垂直媒体剖析派对成功经验、在伙伴关系层面邀请终端领导到场感受派对氛围，最终争取到30家顶级夜店品牌的合作意向。

重燃信心

231天

2022年8月9日 — 2023年3月28日

这场本来只想陪年轻人度过夏末的狂欢，却因偶尔暂停
陪我们从夏到冬，最终迎来了真正的“春天”

现在我们可以毫无忌惮线下相聚
而夜店也只是一个开始，未来还有更多美好与期待等我们一起解锁。