“放开去浪”
乐堡纯生海滩热浪派对

- **品牌名称：**乐堡纯生
- **所属行业：**食品行业
- **执行时间：**2021.07
- **参选类别：**场景营销类

背景&目标

➢ 汇聚“年轻”力量，开启营销变革

成熟啤酒市场需求多元化，大同小异的传统营销方式不再备受关注，乐堡啤酒作为头部啤酒企业之一，**打破传统营销方式**，开启营销方式变革，**以沉浸式场景体验和KOL营销**的方式迎合年轻消费群体的喜好，彰显了年轻活力的品牌形象。

➢ 应对升级，打造独有“快乐空间”

乐堡啤酒对音乐的热爱深植于乐堡的品牌基因之中，于2017年启动了乐堡开噪全球音乐计划，它的参与已经成为现代音乐世界中不可或缺的部分。乐堡啤酒2020年提出配合全新音乐主题，以**“放开玩，玩出彩”为主题展开系列活动**，展现“持续开噪”的音乐热情，为年轻人打造出一个属于音乐、啤酒和朋友们的“快乐空间”，让音乐节成为中国年轻人交朋识友、汇聚欢乐、释放无限能量的新阵地。

➢ “偏就玩”社交趋势下，乐堡纯生领“浪”前行

新的社交趋势背景下，越来越多**年轻群体追求个性化**，以开辟独特的社交新玩法，享受不寻常的方式中的“不经意”和“意外”。乐堡纯生凭借年轻活力、潮流国际化、高端品质的形象，精准切入规模庞大的纯生品类，以“放开去浪”为新主题，用更加张扬的态度展现品牌调性，凸显乐堡纯生的无限夏日活力和张扬个性，打造属于乐堡的独一无二的新玩法。

- **放开去浪，在盛夏的海边打造一场热浪派对**

日常玩乐方式已很难满足喜爱吃喝玩乐的年轻群体，对夏日的幻想更是与海边、沙滩密不可分。在疫情时代下，来一场尽兴的海边旅行，满足年轻人到处去浪的渴望。利用冲浪天堂海南清水湾的地理优势，开启**三天三夜的海滩热浪派对**，通过这场派对将新潮的旅行与生活方式带给年轻人，号召年轻人“放开去浪”，释放活力，加强品牌与目标群体的行为和情感联系。

- **平地起巨浪滑道，丰富场景全方位体验**

结合品牌风格打造一座沙滩乐园，从**听觉、视觉、味觉、触觉多方位感受**出发，设置多样化的浪玩互动体验区。针对海边沙滩这一特殊地理环境加入**冲浪、滑梯**元素，建立起大型的乐玩互动设施，以潮流的视觉设计、全方位的互动体验，点燃年轻群体的体验和分享激情。

- **达人大咖集结，海上演出够浪够出彩**

邀请**旅游圈、潮流圈玩咖**到场打卡体验，演绎各种花式浪法；舞台演出引入深受年轻人喜爱的**嘻哈说唱和电音DJ**，将舞台环节推向高潮。通过小红书、抖音、微博等**社交媒体持续扩大活动声量**，有效触达目标圈层用户，让乐堡纯生年轻活力的品牌形象深植用户心智。

乐堡纯生啤酒
TUBORG
PURE DRAFT
放开去做

洞察&策略

1、豪礼抽奖+地铁宣广+门店宣广，提前引爆活动热点

全国渠道门店包装焕新，全方位推广预热，消费抽奖成功送出30套三亚双人往返机酒，消费者参与热情高涨。三城打造沉浸式海滩地铁站，明星代言引发打卡合照狂潮。

2、50公里全包裹路线，派对车队热情巡游

逐浪延绵海岸线，正适合开启旅途好时光。结合当地海岸线优势，乐堡纯生定制敞篷跑车，围绕三亚和陵水商圈进行长达50公里的海岸巡游，车身化身移动广告，车模热情传递活动信息，邀请热浪体验官上车。

3、空中超长巨浪滑梯，海边浪力爆发

堆填潮汐线，平地起层楼，沙丘建滑道。以“巨型滑梯”作为创意点进行发散，打造一个好玩、好拍、热浪四射的必打卡点，突破制造技术、安全因素、户外天气等系列限制，在平地沙滩中建起一整座放浪乐园。巨浪滑梯作为最夺目的存在，让这场海滩活动更具独特性与可玩性。

4、Level1-level5，体验玩法层层升级

入口领取去浪进阶玩法攻略，从入口激爽人心的冰烟开始，正式按下乐堡纯生的浪玩按钮。多样化的互动体验区，体验环环相扣，张张都是大片：放开浪Bar痛快畅饮，空中巨浪滑道直达浪尖，水上飞行表演浪出天际，冰爽浪力制造机直面浪花冲击……尽情释放夏日能量之后，海边露天影院观看乐堡纯生放开去浪大片。

TUBORG
乐堡纯生啤酒
TUBORG
放开去浪

TUBORG
乐堡纯生啤酒
TUBORG
乐堡纯生啤酒
DRAFT
开去浪
TUBORG

TUBORG
放开去浪

PURE DRAFT
放开去浪

5、燃爆舞台，活力演出气氛推至浪尖

嘻哈说唱组合“天府事变”新歌现场首演，海岛风情乐队热舞DJ电音狂欢，以年轻群体喜爱的音乐方式，掀起躁动音浪。现场乐堡纯生畅饮，音乐+酒的绝佳组合，让乐堡纯生从早到晚，三天三夜贯穿活动始终，有效增强品牌与参与者的情感联结。

TUBORG
乐堡纯生啤酒
TUBORG
乐堡纯生啤酒

6、浪人大咖集结，引领潮玩生活方式

旅行达人、户外运动先锋、穿搭博主，现场就地扎营、自由潜水、放肆冲浪，演绎花式去浪姿势。潮流圈顶流媒体和国家级专业旅游频道到场报道盛况，扩大活动声量。

TUBORG

乐堡纯生啤酒

效果&反馈

➢ 超千人现场放开去浪，豪派2000+支啤酒

敢想敢为，平地起高楼，突破户外高温天气、施工难度等限制，在沙滩上筑起一座乐堡纯生浪玩乐园。大胆的创新设计，亮眼的设计呈现，让这场三天三夜的海滩热浪派对在潮流圈、音乐圈、时尚达人圈掀起一阵打卡热浪。在高温和雷雨天气下，**超千人到场参与**，现场派出**超过2000支品牌啤酒**，参与热情高涨。

➢ 线上+线下热推，覆盖1000万+人次，官方公众号增粉5000+

全国渠道全方位推广，提前为活动预热，设置多重惊喜抽奖，有效提高销售量。乐堡纯生**昆明、成都、贵阳三城海滩地铁站**加强宣广，打造沉浸式主题广告，覆盖**1000万+人次**。线上通过推文提前放送活动信息，设置有奖互动，共送出30套三亚双人往返机酒。从活动前期到结束，官方公众号**增粉5000+**。

➢ 重启海边文化生活“浪”模式

作为国际年轻潮流啤酒品牌，乐堡啤酒懂年轻人、爱整活。对于旗下主打活力的乐堡纯生而言，如何激发年轻人活力，号召一起放开去浪，是品牌举办活动所思考的问题。而本场海滩派对便是最佳诠释。这不仅是一场活动，更是**重启了海边文化生活的“浪”模式**，让大家从多角度感受海滩派对魅力，在层层推进的感官刺激里获得放开去浪的**沉浸式体验**。这精彩的三天，不仅带给潮人们浪到极致的全方位体验，更代表着一种放开去浪的新潮旅行与生活方式。