



围剿之下

**看区域品牌如何突围？**

——珠江纯生夏季营销案例



## 项目背景

伴随后疫情时代下的消费潮，国内酒水餐饮行业重新洗牌，啤酒行业进入战国时代，全国性品牌开始围剿区域品牌。广东作为中国餐饮大省，珠江啤酒作为华南区最大的区域品牌，已然处于被围剿之中。

# 珠江啤酒如何在围剿中打破困局， 守住华南地区年轻市场？



ROCK YOUR HEART

ROCK YOUR HEART

ROCK YOUR HEART

ROCK YOUR HEART

面临挑战与目标

在预算有限中抵御大品牌的围剿，  
特别是后疫情时代下的报复性消费中  
如何守住年轻增量市场，实现破局？

ROCK YOUR HEART

ROCK YOUR HEART

ROCK YOUR HEART

ROCK YOUR HEART

ROCK YOUR HEART

ROCK YOUR HEART

ROCK YOUR HEART

ROCK YOUR HEART

## 核心洞察与策略



6月是个特殊的月份，因为我们开始面临各种属于自己的场景。

我们希望，在6月份这个特殊的节点，除了日常的情绪宣泄外，更多的去关爱自己，更多的关爱自己的前途、爱情、家庭、学业等，把过往的群体表达，转化为个体情绪的宣泄。



核心洞察与策略

毕业散席

毕业分手

转学升学

离校创业

初入社会

年中求职

半年总结

远离家乡

...



消费场景

我们希望释放这些场景中的个体情绪，将其与产品结合，并转化为消费场景，将群体狂欢的情绪向个人表达引导

## 核心洞察与策略

## 如何将情感场景转化为消费场景？

一起饮酒可以袒露心声，一起聆听音乐可以治愈情绪，  
我们用音乐加啤酒的场景，共鸣用户内心的真实想法，  
打开他们的心扉

毕业前最后一个夜晚，  
我们把酒言欢，畅聊未来很是尽兴。  
——来自告别校园的毕业生

疫情后约上好久不见的好友一起在livehous  
听自己喜欢的乐队的歌最释放！  
——来自热爱摇滚的程序员

最尽兴的事，是第一次拿到工资和同事举杯庆祝。  
——来自“工作狂”式的职场小白

围坐在夜市的摊旁，辛劳一天后，  
坐下来喝一杯是一件非常愉快的事。  
——来自北上广里的小镇青年

难得双休日来一顿小龙虾烤串啤酒三件套  
就是独属自己快乐星球。  
——来自“00后吃货”



创意执行

# 啤酒行业大品牌追求 曝光表面积

通过强势霸屏，广覆盖，重媒介，强资源等  
获得大量曝光面。

由于区域品牌资源不可  
与之争锋，我们唯有  
走入内心里

建立消费者情感连接，通过打开心声与他们内心  
进行深度沟通，才能赢得话语权，打破围剿僵局。

解决方案



×



网易云音乐

**“最纯粹的情感都在酒里”**

作为推出中国第一瓶纯生啤酒的品牌，一直用匠心酿造真正的纯生啤酒，不断追求纯粹的口感，探索年轻消费文化。

**“这里是我们的情绪的聚集地”**

网易云不仅是音乐平台，其乐评已经成为年轻用户抒发情绪，交流情感的方式，能真正打动用户内心。

**打开心声**



## 心声计划

引导「心声」

——制造情感场景内容，引共鸣

沟通「心声」

——渗入圈层消费场景，深沟通

赢得「心声」

——里应外合精准引流，强转化

ROCK YOUR HEART

ROCK YOUR HEART

ROCK YOUR HEART

ROCK YOUR HEART

NIO

1

# 引导「心声」

制造情感场景内容，引共鸣

ROCK YOUR HEART

ROCK YOUR HEART

ROCK YOUR HEART

ROCK YOUR HEART

ROCK YOUR HEART

ROCK YOUR HEART

ROCK YOUR HEART

ROCK YOUR HEART



# 打开

# Rock your heart

你有多久  
没有吐露  
真实的想法？

这  
你  
心  
里  
的  
声  
音  
吗？

忍一忍就过去了

放弃吧 差不多就得了

规则如此

996是福报

习惯就好

我们都在被喧嚣的浪潮裹挟前行  
渐渐地  
我们似乎被外界的声音淹没了  
如果你不愿随波逐流，坠入迷茫  
试试追寻内心的光亮，打开自己的心声  
因为，每一个人内心深处都藏着某种声音

## 在6个当代年轻人情感场景中，追寻他们的心声

昼夜颠倒

大龄单身

爱情坟墓

性别歧视

内卷

放弃热爱

ROCK YOUR HEART

ROCK YOUR HEART

ROCK YOUR HEART

ROCK YOUR HEART

没关系  
毕竟是大公司  
平台好嘛  
虽然996  
但是工资高啊

昼夜  
颠倒

当世俗告诉他们要为公司昼夜颠倒  
我们告诉他：

“追的那束光应该是自己”



ROCK YOUR HEART

ROCK YOUR HEART

ROCK YOUR HEART

ROCK YOUR HEART

ROCK YOUR HEART

ROCK YOUR HEART



当世俗告诉他们要因年龄内卷  
我们告诉他：

“保持热爱，  
人间值得”

30岁前  
混不到管理层  
攒不够首付  
这样的人生  
还有什么意思

内卷



ROCK YOUR HEART

ROCK YOUR HEART

ROCK YOUR HEART

ROCK YOUR HEART

学艺术有什么用，  
以后  
能找到好工作吗？



点击开罐  
释放心声



当世俗告诉他们要因现实**放弃热爱**  
我们告诉他：

“**有**勇气告别海岸的人  
才能发现新的海岸”

ROCK YOUR HEART

ROCK YOUR HEART

ROCK YOUR HEART

ROCK YOUR HEART

ROCK YOUR HEART

ROCK YOUR HEART

ROCK YOUR HEART

ROCK YOUR HEART



当世俗告诉他们不要**大龄单身**  
我们告诉他：

**“不将就，  
是我最后的倔强”**



点击开罐  
释放心声

大龄  
单身

什么年纪  
就该做什么样的事！  
老大不小也该结婚了

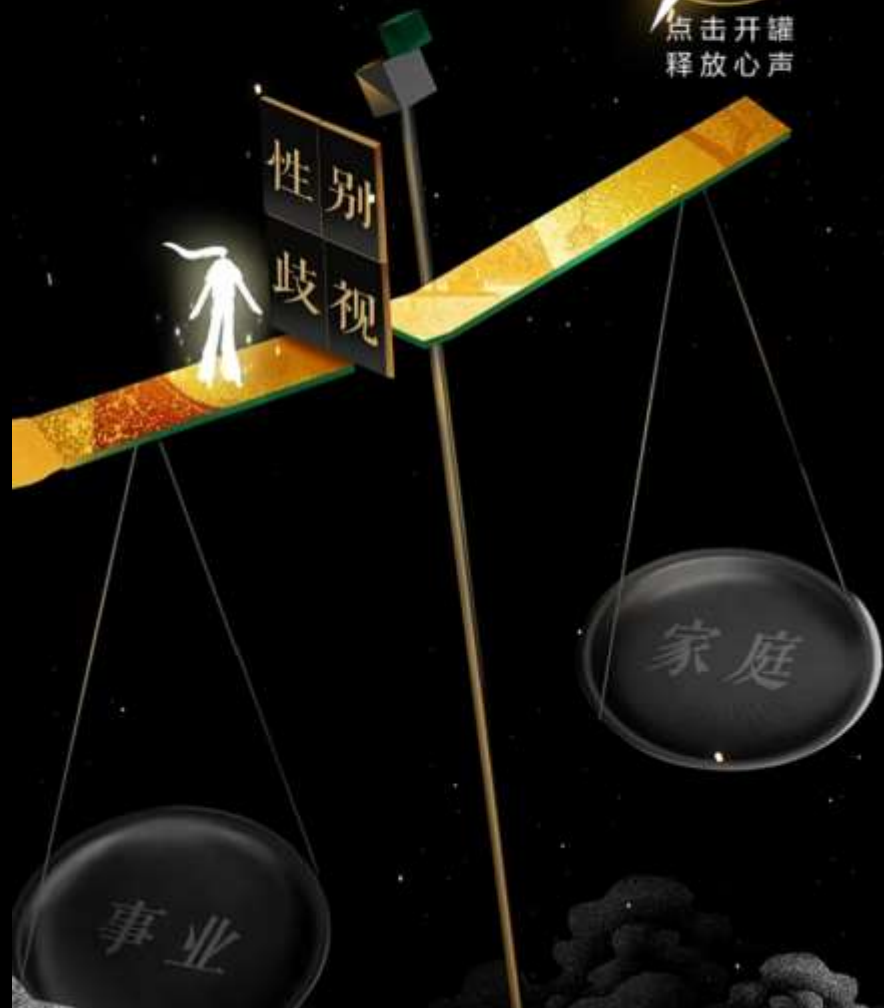
女孩子太强势  
太上进  
会找不到男朋友的



点击开罐  
释放心声

当世俗在对她们性别歧视  
我们告诉他：

“你照顾家，姐姐去  
打拼事业，敢吗？”





ROCK YOUR HEART

ROCK YOUR HEART

ROCK YOUR HEART

ROCK YOUR HEART

婚姻  
是爱情的坟墓  
结婚之后  
才发现单身的好

爱情  
坟墓

当世俗在对她们婚姻是爱情坟墓  
我们告诉他：

“最温馨那盏灯  
一定在你回家路的尽头”

点击开罐

ROCK YOUR HEART

ROCK YOUR HEART

ROCK YOUR HEART

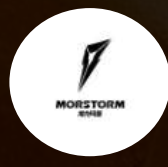
ROCK YOUR HEART

ROCK YOUR HEART

ROCK YOUR HEART



# 一次0成本的联动 让说不出口的心声 都融在酒里



将挖掘的情感内容进行视觉化呈现，利用情感场景的演绎转化为消费场景；

同时，在0成本的情况下，多家蓝V倾情联动，扩大心声发散，让情感持续发酵。





ROCK YOUR HEART

ROCK YOUR HEART

ROCK YOUR HEART

ROCK YOUR HEART

NIO

2

# 沟通「心声」

渗入圈层消费场景，深沟通

ROCK YOUR HEART

ROCK YOUR HEART

ROCK YOUR HEART

ROCK YOUR HEART

ROCK YOUR HEART

ROCK YOUR HEART

ROCK YOUR HEART

ROCK YOUR HEART

# 每一句乐评，都记录着夏天年轻的故事

精选UGC心声乐评，将能代表年轻态度和心声的乐评与珠江纯生啤酒结合，用乐评+啤酒，表达年轻心声。

摇滚硬汉都有一首温柔到骨子里的情歌。

天必须听歌的打工人在《月梦》歌曲下评论 (唐朝乐队)

抱怨身处黑暗，不如提灯前行。

来自网易云音乐用户——多瓜皮 在《粉墨人生》歌曲下的

一直在修行，短的是旅行，长的是人生。

21在《迷途未返》歌曲下评论 (葡萄不愤怒)

愿所有梦见过远方的人心有惊雷，生似

来自网易云音乐用户——壹零1012在《逆流时光》

纵使岁月不饶人，跑赢它也并非难事。

有人走向山，有人走向海，都是好风光。

来自网易云音乐用户——钱朵拉\_831在《带我去找夜生活》歌曲下的评论



侵蚀磨砺后依然纯粹透亮的赤子之心。

来自网易云音乐用户——3.黑猫白猫主人在《火车驶向云外的评论 (刺猬乐队)

不知将去何方，但身体已在路上

5皮在《异乡》歌曲下评论 (痛仰乐队)

在路上，见识世界；在途中，认清自己。

来自网易云音乐用户——4.吃糖少女在《在路上》歌曲下评论 (痛

半山腰总是最挤的，你得去山顶看看。

一拜田八方斋斋在《勇往直前》歌曲下的评论

前路浩浩荡荡，万物皆可期待。

来自网易云音乐用户——tong\_

希望你任何时候都不缺从头再来的勇气。

来自网易云音乐用户——FalaCC在《月梦》歌曲下的评论



ROCK YOUR HEART

ROCK YOUR HEART

ROCK YOUR HEART

ROCK YOUR HEART

# 每一罐定制，都袒露着不敢直言心声

精选乐评内容，为年轻用户定制7.2亿罐“心声罐”

ROCK YOUR HEART

ROCK YOUR HEART

ROCK YOUR HEART



ROCK YOUR HEART

ROCK YOUR HEART

ROCK YOUR HEART

ROCK YOUR HEART



ROCK YOUR HEART

ROCK YOUR HEART

ROCK YOUR HEART

ROCK YOUR HEART

让他们随时畅饮，在啤酒碰杯的激情瞬间，带来情绪迸发的爽快，随时打开心声。



× 网易云音乐

联名心声罐首发上市

打开

心声

在路上  
见识世界  
在途中  
认清自己

ROCK YOUR HEART

侵蚀磨砺后依然纯粹透亮的赤子之心

每一罐心声罐都配有一首  
网易云音乐专属单曲



扫码参与互动 说出你的心声

ROCK YOUR HEART

ROCK YOUR HEART

ROCK YOUR HEART

ROCK YOUR HEART

ROCK YOUR HEART

ROCK YOUR HEART



ROCK YOUR HEART

ROCK YOUR HEART

ROCK YOUR HEART

ROCK YOUR HEART

ROCK YOUR HEART

ROCK YOUR HEART



ROCK YOUR HEART

打开心声

愿所有梦见过远方的人，  
心有惊雷，生似静湖。

网易云音乐

希望你任何时候都不缺  
从头再来的勇气。

网易云音乐

心声罐亮相  
愿每段心声都  
找到归宿



广告片画面截图

ROCK YOUR HEART

ROCK YOUR HEART

ROCK YOUR HEART

ROCK YOUR HEART

# 为迷茫的内心定制每一首歌曲

定制珠江纯生专属歌单，在音乐场景中循环沟通，用聆听歌曲+举杯畅饮的方式，治愈内心的心声与情绪。



罐身扫码收听





ROCK YOUR HEART

ROCK YOUR HEART

ROCK YOUR HEART

ROCK YOUR HEART

NIO

3

# 赢得「心声」

里应外合精准引流，强转化

ROCK YOUR HEART

ROCK YOUR HEART

ROCK YOUR HEART

ROCK YOUR HEART

ROCK YOUR HEART

ROCK YOUR HEART

ROCK YOUR HEART

ROCK YOUR HEART

# 精准种草，跨圈传播造热搜

联动年轻用户喜爱的音乐、娱乐、本地吃喝玩乐等大V一起表达当代年轻人的心声，通过跨圈层传递，使#珠江纯生网易云了#话题连续2次登上热搜。



**#珠江纯生网易云了#**  
 阅读6882.2万 讨论2.2万

音乐账号 + 娱乐账号 + 广州本地吃喝玩乐账号



**KOL总阅读量77652，点赞超过5.6W**

**博文最高传播层级：5级**



# 深度匹配， 活化资源强引流

从硬广曝光到用户使用场景匹配，充分发挥网易云音乐及新浪微博的优质资源，全程发声，完成线上精准引流推广。



引流电商



开机屏、焦点图、通栏广告、信息流、每日歌单推荐、定制歌单、评论区等







ROCK YOUR HEART

ROCK YOUR HEART

ROCK YOUR HEART

ROCK YOUR HEART

# 真情礼盒，建立口碑再传播

独家联名礼盒，为年轻人打造释放心声的载体，  
让用户尽情发声，形成社交裂变及二次传播。



21世纪，当人际关系变得复杂时，你还敢打开你的心声吗？与其害怕，不如get @珠江纯生啤酒 × @网易云音乐 联名“心声罐”啤酒，“敢性”表达→买珠江啤酒（PEARL RIVER）网易云音乐联名乐评... 打开心声，或许就缺一块这样的“敲门砖”。买2箱心声罐还能获赠DIY联名音箱，轻松八步，让你打破啤酒与摇滚的界限！#珠江纯生网易云了#

Boom Box——DIY限量联名礼盒，激发购买，增强体验

ROCK YOUR HEART

ROCK YOUR HEART

ROCK YOUR HEART

ROCK YOUR HEART

ROCK YOUR HEART

ROCK YOUR HEART

ROCK YOUR HEART

ROCK YOUR HEART



ROCK YOUR HEART

ROCK YOUR HEART

ROCK YOUR HEART

ROCK YOUR HEART

## 营销目标

总曝光量

7608万

微博话题阅读量

6882万

总点击量

87万

微博话题讨论量

2.2万

# 完成了超出品牌方预期的溢价目标

活动总点击量近600%超额完成目标

ROCK YOUR HEART

ROCK YOUR HEART

ROCK YOUR HEART

ROCK YOUR HEART

ROCK YOUR HEART

ROCK YOUR HEART

ROCK YOUR HEART

ROCK YOUR HEART