

1664

礼庆此刻
为节日季「开场好戏」！

凯旋1664啤酒节日季创意营销案例

- 品牌名称：凯旋1664
- 所属行业：酒水
- 执行时间：2024.12.05-02.28
- 参选类别：创意传播类

结案视频

直接点击链接观看视频，或复制链接到新浏览器页面查看

<https://xyvewd.58u.cn/a/Ag4zQox/>

项目概况



background

凯旋1664，作为全球销量NO.1的法国啤酒品牌，拥有360年的酿造经验和技術积累，畅销全球70多个国家。

「节日欢聚」一直是1664品牌重要的饮用场景，每年岁末节日季，1664品牌都会推出节日限量版产品，抢占节日消费高峰。

但根据最新的品牌健康测试反映，1664品牌形象中“高端”、“国际化”的标签有所下滑。品牌希望能借此次全新节日限量包装的推出，重新建立1664品牌形象，建立消费者“1664=适合节日享用的高端礼品酒”的心智。

challenge

在节日季，我们面临一个天生的挑战：比起红酒、香槟以及白酒，啤酒品类在【礼品】需求下从来不是首选（甚至有“低端”感）。

如何扭转消费者固有印象，给予消费者购买1664的坚实理由，是本次项目的核心挑战。



击中“送礼需求”

★为新年祈福 ★需要上档次 ★需要能体现用心

双旦送礼需求点



TA festival insight

我们从消费者【送礼】洞察出发：
和国外的文化不一样，
中国人过节，很需要传递 “good wishes”

Report

消费者在节日选择礼品时的TOP 3需求点：

- 1 喜庆感 CELEBRATIVE
- 2 高端感 PREMIUM
- 3 仪式感 RITUAL

STRATEGY

三管齐下

帮助1664占稳节日心智

喜庆感
CELEBRATIVE

TO IMPROVE

在保持国际化调性前提下
贴合中国人愿景
加强与好意头的linkage



TO KEEP &
strengthen

以新法式的时尚
+ 艺术美学
拉升高端感

高端感
premium

仪式感
ritual

TO KEEP &
strengthen

周边设计&线下体验
玩味互动性
加强过节仪式感

核心视觉创意

1664 × 法国皇室御用喜庆表演——马戏艺术 Cirque

法国马戏艺术

本是法国皇家御用的喜庆表演形式

在西方世界自古以来
就是盛大节日里不可或缺的娱乐方式
甚至留下这样的谚语

“一个小丑进城 胜过一打医生”

多彩的造型、趣味的表演等等
都让马戏为人们带来顶级的娱乐享受自带满满
喜庆&节日氛围



马戏艺术 与 1664品牌时尚玩味、前卫大胆的品牌调性极为契合



FASHION

天生戏剧魅力，成为时尚界灵感缪斯

RITUAL

国外节日庆祝必备，特别在圣诞期间
多个马戏团会汇聚巴黎进行表演

ART

融合舞蹈、戏剧、杂技和视听艺术的表演

KEY ASSETS

提取精炼马戏意象，与1664品牌相结合，艺术化处理赋予全新祝福寓意

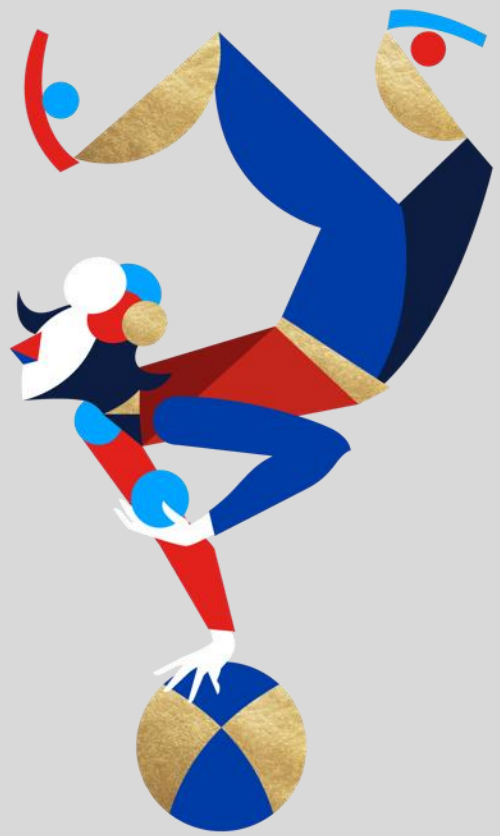
1664



法斗马戏团长
(法斗为1664品牌吉祥物)



寓意-凯旋临门



王牌小丑

寓意-吉兆连连



旋转舞者

寓意-好运飞腾



高空飞人

Key Assets – limited can design

1664



礼庆此刻 分享1664

全球销量**NO.1**的法国啤酒品牌*



礼庆此刻 分享1664

CELEBRATE WITH A TWIST

*数据来源: GLOBALDATA公司关于2022年1月-2022年12月的法国啤酒品牌销量调查报告。

执行亮点

亮点1——五城联动震撼创意媒体投放，打造线下话题，引爆关注

上海徐家汇地铁 | XXXXXL号1664节日限定罐玩味登场，「巨」有看头！



亮点1——五城联动震撼创意媒体投放，打造线下话题，引爆关注

重庆观音桥星光缆车 | 1664节日马戏巡游专列到站，你的罐装节日祝福已送达！



亮点1——五城联动震撼创意媒体投放，打造线下话题，引爆关注

成都春熙路 | 在成都市中心空降一个节日氛围拉满的马戏派对



亮点1——五城联动震撼创意媒体投放，打造线下话题，引爆关注

北京三里屯

沉浸式三面舞台环绕舞台同时共演1664节日马戏



西安钟楼地铁

把节日马戏表演搬上70米长廊，进地铁就像逛展！



亮点2——聚焦节日欢聚场景，KOL精准种草1664节日限定装

1664×时尚KOL 礼庆欢聚派对

好友节日欢聚派对



同事年末尾牙聚会



1664×萌宠KOL 真法斗遇上1664法斗团长 玩味复刻马戏盛宴



1664×美食KOL 打造氛围感节日季



案例结果

总曝光 2.3亿

• 线上曝光 1.3亿 (抖音信息流/电商/朋友圈等投放)

• 线下曝光 1亿 (OOH/event)

强势助推销售增长
12月当月出货量较去年同期

增加 74%



(数据来源：嘉士伯集团内部销售数据)