

“找回状态 脉动回来” 脉动2024草莓音乐节互动展位

- **品牌名称：**脉动
- **所属行业：**饮料
- **执行时间：**2024.05.02-05.04（北京站）
2024.05.25-05.26（杭州站）
- **参选类别：**场景营销类



📍 北京站

2024.5.2 – 2024.5.4

点击查看视频:

<https://v.qq.com/x/page/i3560snwxip.html>



📍 杭州站

2024.5.25 – 2024.5.26

点击查看视频:

<https://v.qq.com/x/page/v35604j2exo.html>



脉动作为维生素饮料的先驱和领导者
致力于提供健康美味有营养的补水饮品
为广大中国消费者带来更活力积极的生活方式

近年来，脉动快速发展
现已成为**维生素饮料品类中的NO.1**

1、年轻消费群体对产品功能和情绪提出高诉求

当代年轻人有着高消费热情、强社交互动意愿，除了关注产品功能卖点外，更在情绪、情感和精神、文化等层面对品牌提出了更高诉求。品牌需洞察场景和情绪需求并做及时回应，融入年轻社交圈，达成有效沟通。

2、年轻化营销频频出圈，有效延续热点声量成难点

茅台“酱香拿铁”爆红出圈、瑞幸争做跨界联名特种兵、LINLEE集盲盒式路线晋升显眼包.....各品牌营销手段频出，爆梗余波不停。在品牌们花式争热点的态势下，如何抢占热点C位，制造一场颇有“后劲”的EVENT，是品牌思考的课题。



营销目标



融入年轻社交

强化产品属性

引爆年轻传播力

拉升品牌好感度

传递品牌理念

产品体验具象化

1、认知(Awareness)

挥汗现场，脉动回来，通过线下场景强化产品卖点记忆，抢占消费者“暴汗就喝脉动”的心智，形成“脉动超懂年轻人”的品牌形象认知。

2、倡导(Advocacy)

自带话题度的炫酷互动装置和高颜值“状态保安”，吸引乐迷自发传播，强化脉动户外场景适用性及品牌年轻形象。



用户+场景

精准定位目标受众，找准场景突破口

体验营销

将巨型脉动瓶搬到音乐节现场
互动展位清爽补水，产品特征放大并具象化
通过视觉冲击和体验赢得好感

事件营销

颜值“状态保安”上演花式“大抓补”
成功让人牢记“状态保安出现=有脉动”
“脉动守护年轻人蹦LIVE泼天好状态”
的认知深入人心



项目亮点



六大维度

以年轻人偏爱的方式

触达现场乐迷

给予其独特的场景需求满足感

冰感装置

体验感MAX

视觉亮点

网红感MAX

试饮&周边

新鲜感MAX

多元展示植入

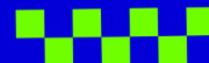
品牌露出MAX

氛围演艺

话题度MAX

互动环节

产品&场景关联MAX





草莓音乐节上的显眼包↓

年轻人为何自愿加入“脉门”？

IP入局

颜值天花板

状态保安

趣味“抓补”

185+肌肉爆棚

互动装置体验

巨型脉动瓶

泼天瀑布

圈层传播

打入年轻人内部

脉门报道

MIZONE NEWS

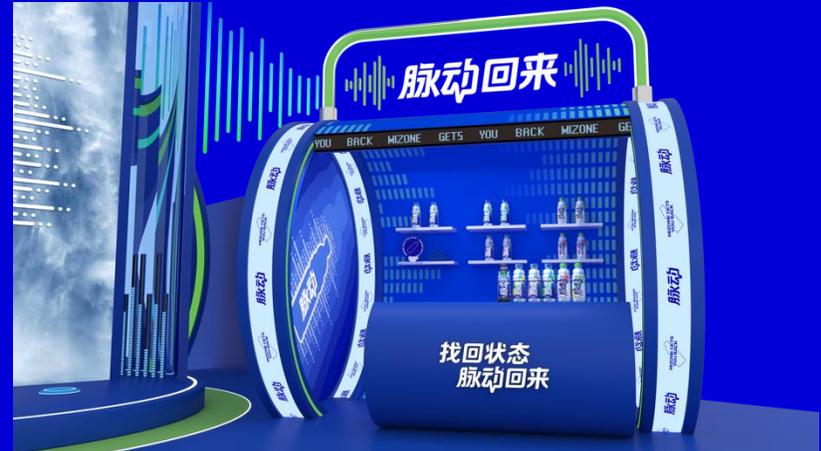
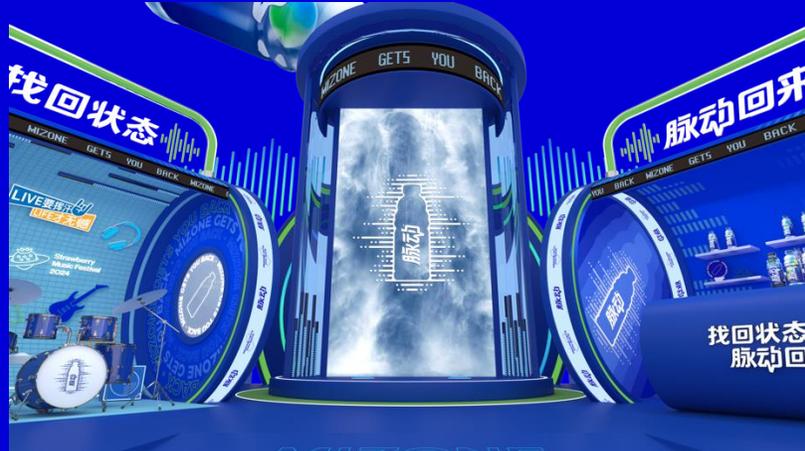
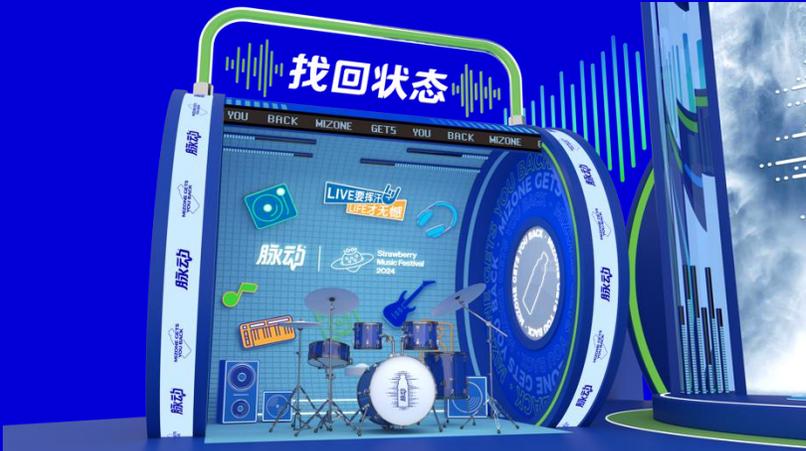


欢迎收看
脉门头条





执行过程





执行过程



脉动瓶下安排了MINI蹦迪舞台
只要在挥汗瀑布下跟随节奏跳动
装置就会喷出水雾

一边蹦还能一边“掉装备”

给尽情挥汗后的挑战者带来清爽的体感冲击



脉动回来

巨型脉动瓶两边滚轮状装置为
打卡区和试饮区

摆放音浪架子鼓任意乐迷拍照打卡
承包年轻人在现场美美出片的快乐

疲惫退散，状态爆赞！

找回状态
脉动回来

状态补给站

颠覆传统试饮体验

以特殊试饮装置作为切入点强化产品属性



泼天瀑布式装置体验升级

“巨型脉动瓶”做成“泼天瀑布”

成为全场最亮眼

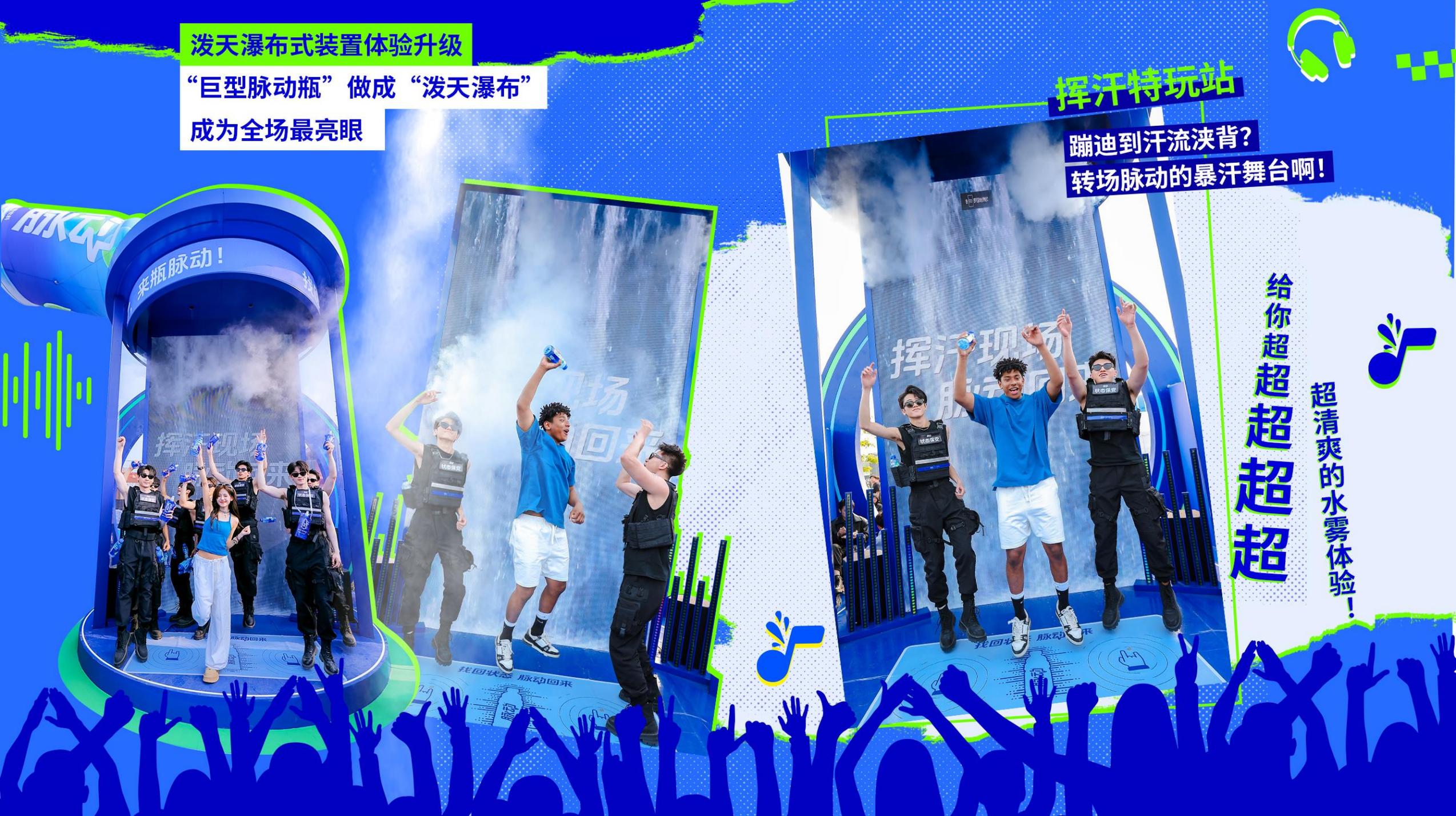
挥汗特玩站

蹦迪到汗流浹背？

转场脉动的暴汗舞台啊！

给你超超超超超

超清爽的水雾体验！





执行过程

185+状态保安天团炸场

状态无了?你的保来了!



脉动邀请了一支

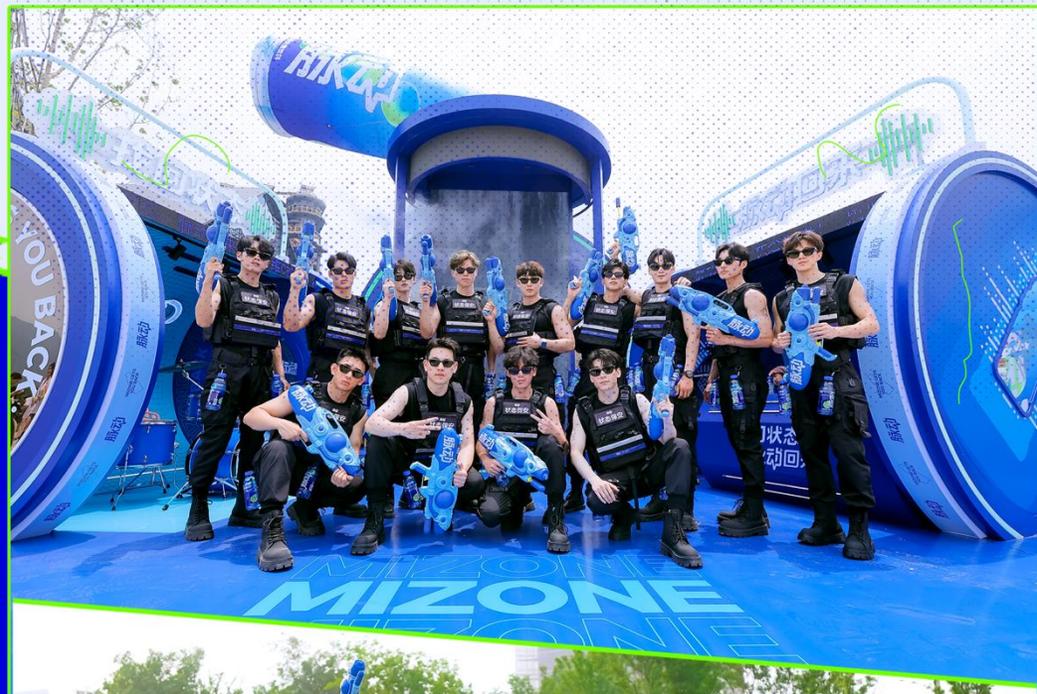
身高185+、肌肉爆棚、人均颜霸的“状态保安”

花式“抓补”现场状态不佳的乐迷

用水雾水枪为其降温

让乐迷感受到脉动带来的清爽体验

把每一个不在状态的人都**脉动回来!**





执行过程



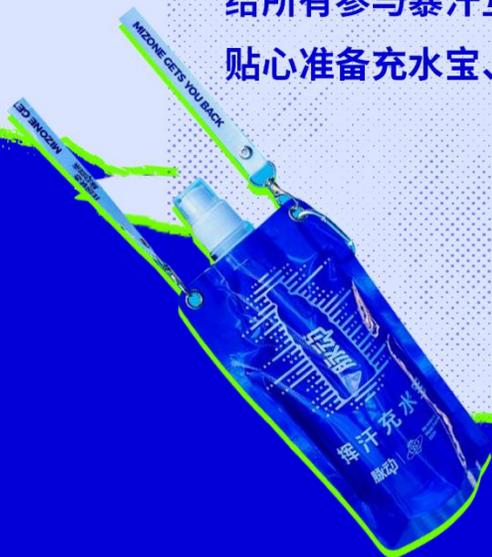
乐迷挥汗搭子

结合音乐节现场实用功能赋能打卡属性

打造具有品牌个性DNA的潮流周边

给所有参与暴汗互动挑战的乐迷掉落装备

贴心准备充水宝、凉扇和野餐垫等降温周边





营销效果



OFFLINE EFFECT

线下效果

在年轻人感兴趣的场景中将**产品体验具象化**

搭建**“泼天瀑布”**体验式营销

树立**“脉动超懂年轻人”**的品牌形象

刷新年轻人群对脉动的**品牌印象**和**产品记忆点**

北京站



清爽周边总派发

充水宝**4500份**

风扇**300把**

编织袋**600个**

杭州站



清爽周边总派发

充水宝**2200份**

风扇**200把**

编织袋**400个**



营销效果



ONLINE EFFECT

线上效果

线下辐射至线上

迅速撬动粉丝自发传播力

高颜值“状态保安”和炫酷互动装置双BUFF加持

#你的保来了

#脉动状态保安

#泼天好状态

等热点话题

自带话题出圈各大平台破百万流量



#状态保安大抓补#

分享

申请主持人

阅读量8.1万 讨论量30 详情>



#泼天好状态#

分享

申请主持人

阅读量215.4万 讨论量129 详情>





营销效果

“状态保安”

也成为脉动的联想符号
成功守护年轻人蹦LIVE泼天好状态

不得不说，脉动真会玩
保安天团首次亮相

#你的保来了 刷爆小红书、抖音等平台

“状态保安NPC”直接燃爆现场

联合KOL助推，圈层联动扩大声量

引发大批乐迷关注，实现了自发传播

纷纷喊话下一场也要脉动回来

