

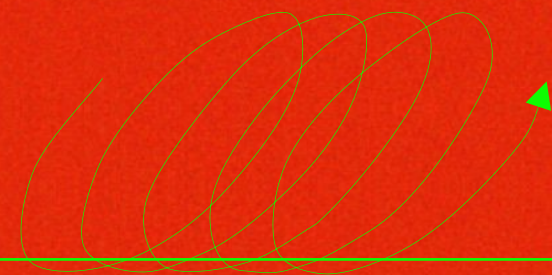


TUBORG

乐堡「吉时行乐」

解锁潮人新年新玩法 引领春节营销新风向

- 品牌名称：乐堡啤酒
- 所属行业：酒水
- 执行时间：2024.01.15-02.28
- 参选类别：跨界联合营销类



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/Rj32VJr/>

乐堡啤酒 放开玩 WHY NOT!

年轻潮流的啤酒品牌，啤酒届的潮流玩咖

乐堡啤酒（Tuborg）是全球第四大酿酒集团嘉士伯旗下的品牌，拥有独特易拉啤酒瓶盖设计，于2012年进入中国。始于1880年哥本哈根的乐堡啤酒，是丹麦第一款淡味型啤酒。拥有清爽顺口的口感和淡雅适中苦度的乐堡，畅销全球80多个国家和地区，被誉为“全球十大高档啤酒品牌之一”，并被打造为一款面对全球年轻消费者的时尚啤酒品牌。

基于对当下年轻人明明很向往体验新鲜事物，却往往想太多而不敢去试的心态洞察，秉持对青年文化领域放胆去试的探索态度，以“放开玩 WHY NOT!” 的品牌slogan与年轻人沟通。



项目挑战

- 新春佳节，是中国非常重要的传统节日，对于所有品牌而言也是具有极其重要的意义。
- 每年的新春营销都是一场大战，如何与其他品牌拉开差异化更是一道难题。
- 龙年又是非常特殊的年份，基本中国所有的品牌都会去做龙的元素，更难拉开内容差异。
- 年轻人与传统文化的理解差异，他们不执着于太过传统的内容，希望有自己的新见解。

TUBORG

沟通策略：打破传统新年祝福的一成不变，以说唱文化
PUNCHLINE为灵感，以年轻人的视角，焕新玩转传统新年祝福！

WHY NOT!

WHY
NOT!

TUBORG

2024 TUBORG CNY
WHY NOT!

吉时行乐 WHY NOT!

吉时行乐 WHY NOT!

吉时行乐 WHY NOT!

吉时行乐

WHY NOT!

吉时行乐 WHY NOT!

吉时行乐 WHY NOT!

吉时行乐 WHY NOT!

YEAR OF DRAGON

龍 +

对中国人**重要级MAX**的新年

HAPPY
CHINESE
NEW YEAR

CREATIVE PLATFORM

吉时行乐

用年轻的、潮流的**新方式**
致敬传统新年 WHY NOT!

CONSUMER CNY INSIGHT

+

GEN Z
CNY INSIGHT

新年就要**玩到尽**

TUBORG

2024 TUBORG CNY
WHY NOT!



吉时
WHY



行乐
NOT

新春行乐装



好运
HBEER

吉时
BUZZ

步步
GIRL

鱼跃
龙门

吉时行乐 WHY NOT!

吉时行乐 WHY NOT!

吉时行乐 WHY NOT!



拉盖是乐堡啤酒的专利和资产，意味随时都可以享受乐堡啤酒。
我们用产品与场景结合，去表达随时随地拉开年轻祝福的概念。



脱单快乐
脱单快LOVE



事业兴旺
事YEAH兴旺



好运加倍
好运+BEER



及时暴富
吉时BUFF

乐堡啤酒2024CNY

吉时行乐一条龙

B1

AWARENESS

12.22 -1. 16

Content

- 新春行乐装上市
- 笑喜人集团官宣
- 吉时行乐一条龙上线
- 乐堡吉时行乐祝福接龙

B2

BLOCKBUSTER

1.17 -1. 18

- 笑喜人集团说唱喜剧
- 喜剧之王投票

B3

PR STUNT & EXP

2.1 – 2.2

- 笑喜人集团
吉时行乐年夜饭
Feat.车澈

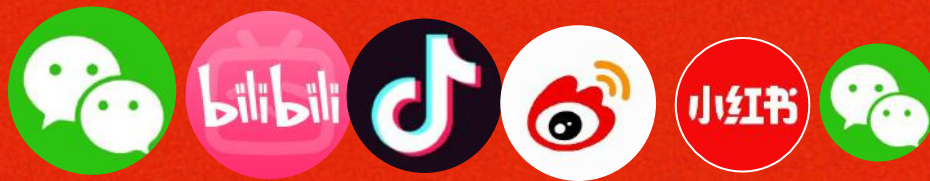
SUSTAIN

2.6– 2.16

- 笑喜人集团祝福ID
- 祝福一条龙H5

- MASS MEDIA & OOH & CHANNEL

Platform



2024
CNY

© 2024 CHINESE NEW YEAR 吉时行乐
TUBORG TILT YOUR WORLD WHY NOT

WHY NOT!



TUBORG
吉时行乐
WHY NOT

WHY NOT!
WHY NOT!

BURST 1 - AWARENESS

乐堡啤酒成立
新春限定厂牌「笑喜人集团」
焕新传统新年贺岁歌曲
用各种年轻的祝福，串联起一首属于乐堡年轻人精神的说唱新春歌曲

宜·一鸣惊人



© 2024 CHINESE NEW YEAR
TUBORG WHY NOT

吉时行乐



吉时
Buff

步步
GIRL

吉时行乐官
Jarstick

吉时行乐官
DDG邓典果

吉时行乐官
小精灵

吉时行乐官
李毅杰PISSY

乐堡啤酒 × 「笑喜人集团」

《吉时行乐一条龙》

吉时行乐 |

BURST 1 -AWARENESS

说唱贺岁 与年轻人群高效建联

乐堡啤酒成立新春限定厂牌「笑喜人集团」
焕新传统新年贺岁歌曲,透出新春限定包装与
传播内容,推出贺年歌《吉时行乐一条龙》送
出乐堡祝福。



NEW

Y2024

贺年歌CYPHER 《吉时行乐一条龙》

用说唱RENEW传统新年歌
送出乐堡祝福一条龙

送上18个新潮新春祝福
吉时行乐一条龙, WHY NOT!

WHY
NOT!

© 2024 CHINESE NEW YEAR
TUBORG WHY NOT

TUBORG

2024 TUBORG CNY
WHY NOT!

2024
CNY

© 2024 CHINESE NEW YEAR 吉时行乐
TUBORG TILT YOUR WORLD WHY NOT

WHY NOT!



TUBORG
吉时行乐
WHY NOT

BURST 2 - BLOCKBUSTER

最会玩的乐堡啤酒 X 新春限定厂牌「笑喜人集团」

用说唱喜剧玩转新祝福接龙
吉时行乐笑呵呵!

宜 · 大火一波

WHY NOT!
WHY NOT!

吉时行乐

吉时行乐

BURST 2 - BLOCKBUSTER

TUBORG 乐堡啤酒

bilibili

TUBORG x 笑喜人集团

吉时行乐

新年说唱喜剧

1.18 吉时上映

吉时行乐 WHY NOT 新春行乐装

18款新祝福吉时上市

说唱喜剧 @Bilibili: 吉时一条龙发布, 全民四连追番

TUBORG x 笑喜人集团 事YEAH兴旺 8:00

TUBORG x 笑喜人集团 吉时BUFF 12:00

TUBORG x 笑喜人集团 TOUR个吉利 15:00

TUBORG x 笑喜人集团 脱单快LOVE 18:00

说唱喜剧 玩转新祝福接龙,
说唱+综艺+新年+喜剧元素,
为品牌话题大力造势。

最会玩的乐堡啤酒
X 新春限定厂牌「笑喜人集团」
推出《吉时一条龙》综艺节目,
选在年轻潮人聚集地—bilibili四
连播出, 播出时间为平台高活跃
时段, 用四连的形式把活动长尾
效应贯穿全日。

© 2024 CHINESE NEW YEAR
TUBORG WHY NOT

TUBORG

2024 TUBORG CNY
WHY NOT!

2024
CNY

© 2024 CHINESE NEW YEAR 吉时行乐
TUBORG TILT YOUR WORLD WHY NOT

WHY NOT!



TUBORG
吉时行乐
WHY NOT

BURST 3 – MINI REALITY SHOW & OOH SUSTAIN

乐堡啤酒「笑喜人集团」x 车导饭局
《吉时行乐年夜饭》
怡饭喝酒爆料一条龙!

Jan.29-Feb.2
宜·全民接祝福

WHY NOT!
WHY NOT!

吉时行乐

吉时行乐 | BURST 3 –MINI REALITY SHOW

2.1-2.2 MINI REALITY SHOW



梦幻联动@车轱的减肥日记

车导现身饭局畅聊，揭秘「笑喜人集团」成员新年趣事、不和传闻、酒后真面目等

衍生内容 《吉时行乐年夜饭》
延续在线热度，扩大潮人受众范围。

乐堡啤酒×「笑喜人集团」联动车
澈导演推出《吉时行乐年夜饭》
访谈类综艺节目，揭秘「笑喜人
集团」成员新年趣事、不和传闻、
酒后真面目等，有趣有梗有爆点，
吸引年轻潮人收看、传播。

© 2024 CHINESE NEW YEAR
TUBORG WHY NOT

TUBORG

2024 TUBORG CNY
WHY NOT!

DATA SUMMARY

全网数字营销总曝光量 **超42.4亿**

(含OM+media+KOL)

+18.4%
(2023=3,581,823,956)

阅读量

Total Reads

1209.18mil+

互动量

Engagement

765.16w+

视频播放量

Video Viewership

304.73mil+

DATA SUMMARY

强势资源辐射全域人群，全平台传播表现优异



微博热搜
#乐堡啤酒吉时行乐一条龙#
#乐堡啤酒喜剧片冲击贺岁档#
笑喜人集团官宣+MV上线讨论互动



贺岁单曲《吉时行乐一条龙》
冲上赏音榜、说唱榜等多个榜单TOP 1



乐堡啤酒×「笑喜人集团」
说唱喜剧四集连发，重新定义新春祝福
联动车澈推出《吉时行乐年夜饭》
年夜饭正片上线，趣味内容引粉丝搞笑互动

话题阅读量 **3325mil**
讨论量 **211.1w**
互动量 **691.2w**

总曝光量 **2383.5w**
总播放量 **1925.8w**

总曝光量 **164.7mil**
互动量 **107.4w**

音乐+喜剧+综艺多元化内容深度植入
成功打造符合年轻人喜好的全新春节体验

HIGHLIGHTS

01 打破常规

传统文化与现代潮流巧妙融合，独特视角打破常规春节贺岁模式

02 文化创新

品牌文化创新与年轻消费群体需求的精准结合

03 品牌IP强输出

差异化营销策略将乐堡啤酒新春品牌IP“吉时行乐”牢牢植根于消费者心智

04 市场地位

稳固品牌的潮流标杆地位，进一步提升了品牌知名度和市场影响力