

乌苏啤酒·新疆特供就是攒劲

- **品牌名称：**乌苏啤酒
- **所属行业：**酒类
- **执行时间：**2024.05.01-07.30
- **参选类别：**数字媒体整合类

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

<http://t.cn/A6HDy6cx>

项目背景



乌苏3大品牌支柱中
源自新疆
是最具差异化的品牌基因

3 KEY PILLARS		
产品	品牌资产	品牌主张
劲大味浓	源自新疆	品牌价值
<ul style="list-style-type: none">✓ 高品质✓ 高端	<ul style="list-style-type: none">✓ 可信度✓ 高品质	<ul style="list-style-type: none">✓ 情感联结✓ 品牌偏好

新疆2023迎来大规模
旅游热潮
是乌苏接触TA很好的契机

 #那拉提 15.8亿次播放	 #新疆旅游 31.7亿次播放	立即参与
 #那拉提草原 18.6亿次播放	 #新疆旅游 14.6亿次播放	立即参与

2023年“五一”期间，新疆累计接待游客**805.20**万人次，
同比2022年**增长140.81%**

继乌苏风景罐、网红景点
反响不俗
新疆旅游战役值得乘胜追击



 曝光量	 点赞	 互动
6500万+	70万+	102万+

BACKGROUND

需求目标

从乌苏产品卖点「from新疆」出发，瞄准五一黄金周以新疆旅游为切入点，俘获年轻人关注与喜爱。



1 让消费者记住乌苏
“From新疆”的差异化卖点

2 带动旺季品牌传播
推广限定包装，为乌苏持续种草

3 捆绑新疆特色餐饮、联动渠道
占领“到新疆餐厅喝乌苏啤酒”的心智

O B J E C T I V E



THINKING

项目思考

乌苏风景罐

从「新疆网红公路」切入，
围绕品牌“硬核”态度主张与消费者沟通



乌苏网红景点

结合「新疆特色景点」
打造品牌打卡点于消费者互动

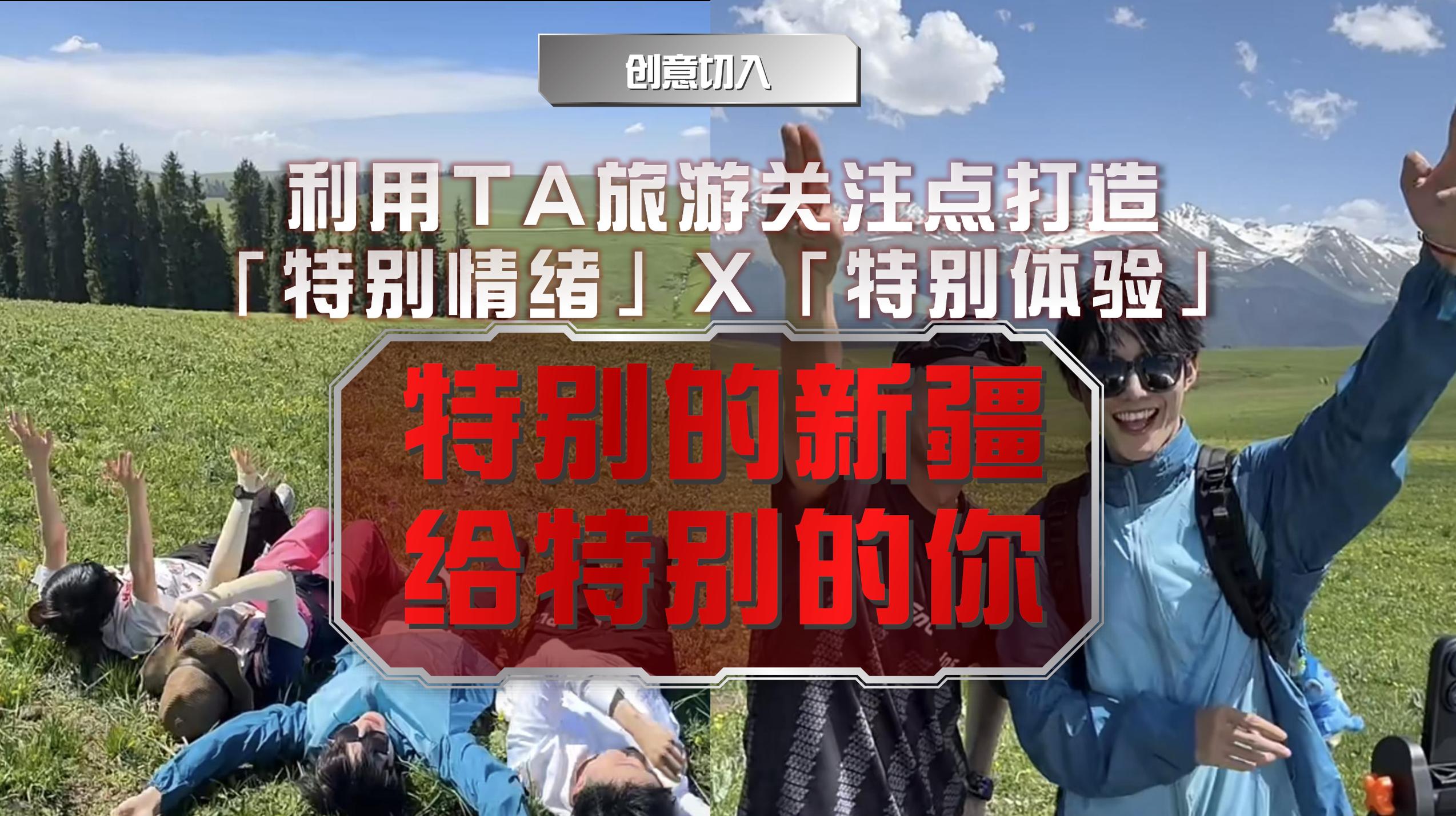


虽然两者都是从“旅行”切入，但单纯以硬核态度/调性与消费者关联不高，不能很好地带动TA参与度和激发饮用需求。

创意切入

利用TA旅游关注点打造
「特别情绪」X「特别体验」

特别的新疆
给特别的你





传播矩阵

特供代言人
新疆美女-哈妮克孜
品牌基因强关联

特供快闪
乌中市集
足不出沪游新疆

**XJ
DNA**

360°
Interpreted
Campaign

特供包装
限定新疆风景罐
突显来自新疆

新疆旅游打卡点
- **新疆博物馆**
- **公路酒馆巡游**
多点包围，打卡乌苏

1个特供主平台
小红书IP
聚拢品牌资产，深度种草

新疆美女-哈妮克孜

品牌基因强关联

Social 电商 SCRM Media&OOH 渠道门店 快闪event

Social video*1

ID视频*4

KV*1

海报*2

人形立牌*1



哈妮克孜

新疆籍明星，新疆旅游文化宣传大使
有效背书新疆DNA



一套新疆风景罐完美带出新疆DNA

6款极具特色的明信片 and 打卡印章



搭配当地特色的文案，成为另一道风景线

特供给想遛弯的人
一路看尽五彩斑斓的绿

新疆特供 就是攒劲

小红书 红葡萄酒社 × WUSU 新疆特供就是攒劲

特供给爱做梦的人
来喀什逛遍梦中情城

新疆特供 就是攒劲

小红书 红葡萄酒社 × WUSU 新疆特供就是攒劲

特供给想火的人
火焰山最热接近60度

新疆特供 就是攒劲

小红书 红葡萄酒社 × WUSU 新疆特供就是攒劲

特供给爱哭的人
要哭也是环湖被美哭

新疆特供 就是攒劲

小红书 红葡萄酒社 × WUSU 新疆特供就是攒劲

上海网红打卡点：乌中市集

新疆特供瓜果摊，足不出沪游新疆，成为网红打卡点，是UGC生产基地



乌苏啤酒作为新疆知名品牌入驻新疆博物馆，游客再次认知新疆大乌苏

授权文物冰箱贴，benefit到各平台礼品，SCRM、OM、快闪店、电商、新疆博物馆

新疆博物馆 X WUSU

伏听俑

他，为何趴在地上？

出土于吐鲁番阿斯塔那古墓群
唐 长89厘米 宽61厘米 泥塑

伏听俑与吐鲁番阿斯塔那墓葬出土的天王俑镇墓兽一样，是防止妖魔鬼怪侵扰墓主人的保护神

泥塑男俑趴在地上的造型，十分独特让人不禁想问，伏听俑为何伏在地上？为何侧首倾听？他的职业，是古代的地震监测员？还是在监测敌方马蹄声的哨兵？



新疆博物馆 X WUSU

彩绘天王踏鬼木俑

“踩小鬼”专业选手

1973年出土于吐鲁番阿斯塔那墓地206号墓

作为古墓守护神，安置于墓室门口守护墓主人的安宁
唐 高89厘米

身披铠甲、脚踏一小鬼
浓眉倒立，双目圆瞪
右臂上举
正气凛然的踏鬼木俑
具有“踩小鬼，去晦气”寓意
受到网友们的喜爱
大家纷纷转发天王踏鬼木俑企图赶走霉运



深受消费者追捧，乌中市集打卡笔记分享率十分高

乌苏公路酒馆2.0 开启疆内巡游 闪现6大新疆景点



整体数据

小红书当期啤酒品类排名第一 曝光量同比提升300%，UGC发帖量提升2000%

