



抖音电商
超级品牌日

雪碧

—— 正品大牌在抖音 ——

从“整活”到“整合” 新品借老梗玩出新增长

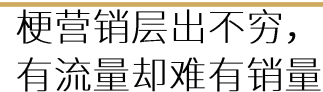
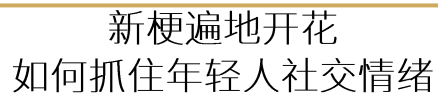
雪碧1982抖音超级品牌日

「82年的雪碧」当然不是指1982年生产的「雪碧」。即使科技不断进步，
我们也无法穿越时空回到过去。它只是致敬一个曾经的玩笑。真的不开玩笑！

IAI AWARDS
传鉴国际广告奖

品牌痛点:

年轻消费者新鲜感阈值走高，品牌梗营销好玩却不好卖



雪碧1982新品上市 如何叫好又叫座？

项目背景

BACKGROUND

品牌机会点： 新品承接老梗流量，让玩笑变成现实

82年的雪碧，一个在互联网“红极一时”的“老梗”，象征-本正经自我调侃的幽默精神



雪碧快消品的有效保质期 vs 82年拉菲的久远奢华感，将一本正经的自我调侃进行到底。有效进行创意转化落地且高能变现。

创意策略

CREATIVE STRATEGY

IAI AWARDS
传鉴国际广告奖

策略思考：

原生内容激发用户共创，让消费者在梗狂欢中真正“入戏”



创意策略

CREATIVE STRATEGY

核心策略:

从整活到整合，借势抖音超品IP打造雪碧全球首场竞拍会

货

极致货品叠加创新权益玩法

- ▶ 新品承接老梗
强势新品翻红网络老梗，
热梗变成现实



- ▶ 超S级营销IP强势赋能
IP资源加持，多点位流量
曝光，强势扶持新品上市



- ▶ 超强组货连带多样权益
极致产品需要极致玩法，
借助平台实现最强组货，
多款尊享权益爆场

雪碧1982-热梗落地抖音变现

人

国民舅舅玩梗带货两不误

- ▶ 明星品鉴官为极致优雅代言

不选流量小鲜肉，只爱
独门幽默国民舅舅，贴
合整体调性

- ▶ 戏精天分解锁多样货品权益

将幽默趣味进行到底，
环节设置细节满满，
吃瓜群众在线玩梗



明星爆笑劣阵-极致优雅氛围拉满

场

前所未有的雪碧全球竞拍直播

- ▶ 首档竞拍直播
前所未有的竞拍会+直播全
球首档直播间形式打造

- ▶ 垂类达人强趣味入场共创
竞拍环节后，巧设奢享派
对，垂类达人化身名流持
续演绎极致优雅

- ▶ 极致细节拿捏
环节设置细节满满，无套
路诠释极致优雅



全球首场竞拍会-现象级直播事件

创意策略

CREATIVE STRATEGY

IAI AWARDS
传鉴国际广告奖

营销实施： 借PGC直播快速出圈引爆声量，全链路破圈，从抖音热梗到生意爆款



造势期

线上多平台霸屏宣发,线下核心商圈霸气亮相



爆发期

明星品鉴官空降直播间,达人现场精彩互动



收割期

上线即爆款,从抖音火到全网

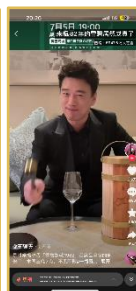
抖音微博双榜
亿级曝光话题出圈



奢华大屏
双城亮相



明星KOL助阵
引发全网讨论热潮



雪碧致敬1982全球首场竞拍会
高度还原竞拍氛围场景，打造营销大事件

雪碧致敬「1982」
限量玻璃瓶
首发上线2日即售罄



新品势能爆发
全网出圈

执行亮点

EXECUTIVE HIGHLIGHTS

1 官方接梗首场竞拍会直播，创意落地细节满满

IAI AWARDS
传鉴国际广告奖

明星拍卖官、高脚杯品尝、音乐演奏、竞拍落锤、气氛步步到位

无套路真实竞拍，完美融合店铺机制、多个权益货品带动转化

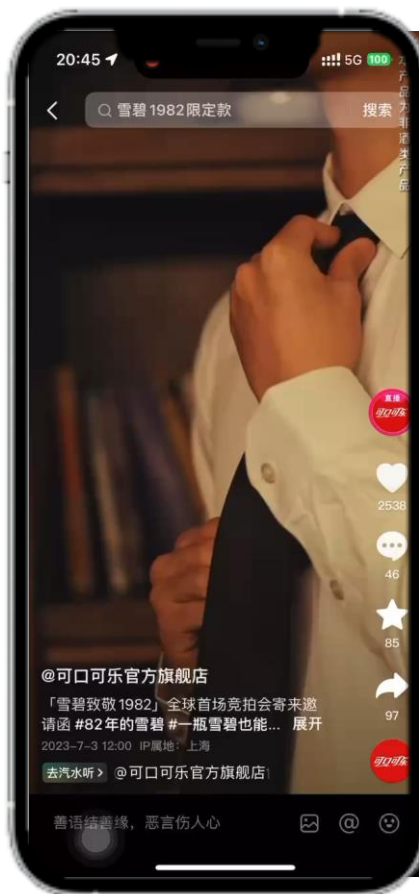


执行亮点

EXECUTIVE HIGHLIGHTS

2 全链路内容贯穿，引发全网火爆讨论

IAI AWARDS
传鉴国际广告奖



自制优质短视频

串联完整故事线,种草新品、预告竞拍会,引发粉丝广泛讨论



设置评论区彩蛋

&预埋小蓝词引导搜索

互动同时完成转化并进行销售承接



360K+ 播放量 8K+ 互动量 3K+ 新增粉丝数

执行亮点

EXECUTIVE HIGHLIGHTS

3 爆款打造链路，高效承接促进销售转化

IAI AWARDS
传鉴国际广告奖

品牌营销

品牌营销

PUGC出发

用户内容精准洞察
反哺产品创意灵感



FACT-
CAMPAIGN

原生内容极致还原
创意活动引爆声量



参与竞拍人数
100K+
新品售罄100%

FACT-
TOP KOL+ALLIANCE

达人优质内容承接
二次发酵扩大传播

达人创意大片承接
强内容+强流量+强联动
内容种草引导小蓝词看后搜+投流
周期内搜索曝光8M+人
环比增长157%

S转化

全域缩短转化路径
实现流量成为销量

评论区彩蛋互动
置顶商品链接
挂载小蓝词引导

P 超级货品

创意概念首先在“打造新品”一环完美呈现

从内容场到销售场

布局达人矩阵全网发酵，
流量直接带动直播销量

多维传播

站内站外媒体投放，
多渠道多维度传播ALL IN

抖音场域联动

泛商城活动有效促进会员
人群沉淀和即刻转化

抖音作为全网首发渠道，**有梗新品+明星加持+创意直播+内容助力 = 销量冲顶**

效果复盘

PROJECT RESULTS

创意直播形式创记录：直播间人气爆棚，参与竞拍人数超出预期

IAI AWARDS
传鉴国际广告奖



同时最高在线人数
Peak concurrent users

10w+

累计观看人次
Livestreaming Viewership

5.08M

5款奢享定制套组限定竞拍



参与竞拍人数
Bidding Participation

超100K

效果复盘

PROJECT RESULTS

爆光和卖光兼得：新品即爆品,借PGC直播造就行业现象级事件营销

商品

店铺

平台

直播间



抖音饮料带货榜
抖音旗舰带货榜 双料TOP1

5.4亿

7.3-7.9活动期
累计曝光超

5X%

新品销量
占比

500%+

全网
搜索词

7M+

7.3-7.9活动期
总GMV突破

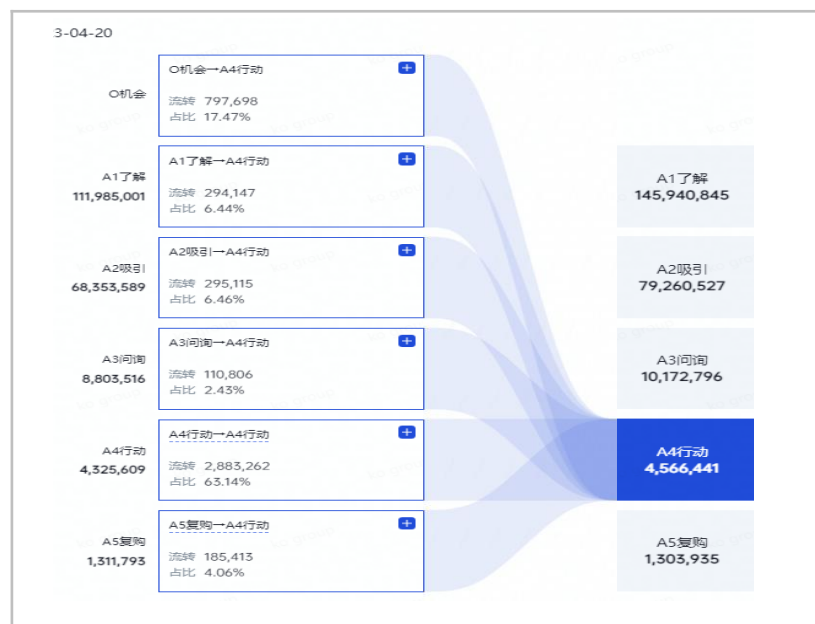
效果复盘

PROJECT RESULTS

销量和声量齐飞：破圈拉新沉淀优质人群，品牌年轻酷爽美誉再度升维

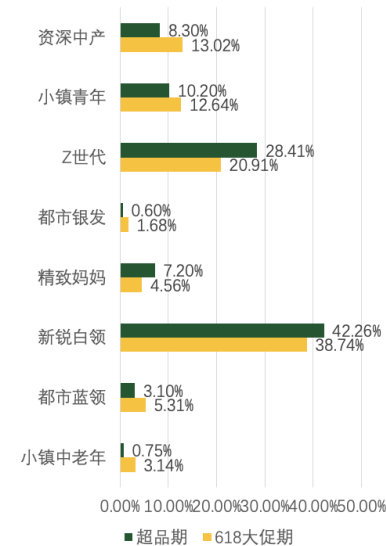


带动品牌的机会、高潜人群的流转，成为首购人群



新品刺激下A3-A4人群流转占比提升，优于同期行业标杆

超品前后八大人群对比



主要增长人群：Z世代、精致妈妈、新锐白领

1200+W

品牌5A优质人群总资产沉淀

86%+

品牌店铺新客占比率

效果复盘

PROJECT RESULTS

话题搜索双丰收：成功带动相关话题，收割年轻TA好感度

IAI AWARDS
传鉴国际广告奖

老宋的微醺23点
23-7-3 来自 微博 weibo.com

喝过82年的红酒，还真没喝过82年的雪碧！今天收到了一封重量级邀请函来自雪碧全球首场竞拍会，我将现场感受#一瓶雪碧也能竞拍吗#的现场，并受邀分享如何优雅品鉴雪碧致敬1982，大家记得上DY搜索【82年的雪碧】预约观看吧！



2

1004

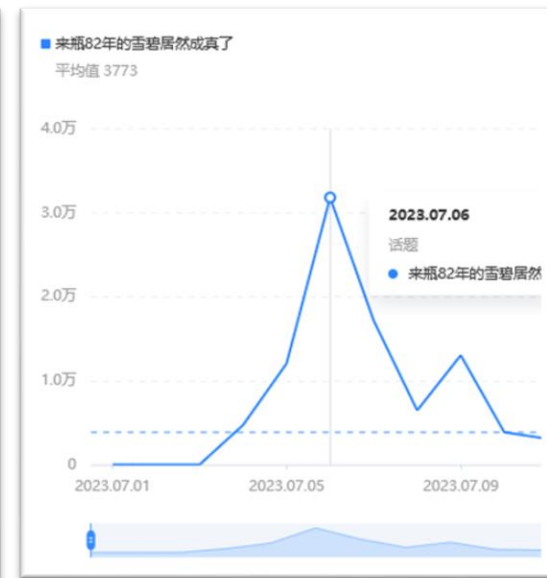
1055

叭叭喳喳屋里玛丽

欧气爆棚的一天！在可口可乐抖音直播间拍到了雪碧的尊享送达礼盒，开心到飞起~

之前经常开玩笑说来瓶82年的雪碧压压惊，活久见系列之真的拿到了1982年雪碧，还拥有了专属礼盒，质感好到可以当传家宝传下去！以及，尊享送达服务兑换成了滴滴专车卡，以后的排面都是雪碧给的了，那种心情be like: 这一刻，我一定要为雪碧卖命.jpg

从小喝到大的雪碧，我真是没白疼你，以后谁欺负你，我第一个不答应！@雪碧
#来瓶82年的雪碧不再是玩笑#



高频话题预热互动 400k+品牌搜索量

7.01-7.09活动传播期间出现搜索小高峰，
活动爆发期相关话题搜索量冲顶



案例总结

品牌

与年轻人“玩在一起”
品牌用一波电商campaign
收割年轻TA好感

市场效果

品宣卖货双管齐下
主推货品火爆售罄
带货榜双料第一
叫好叫座

营销方式

全球首场竞拍会直播
明星竞拍官玩梗
细节到位戏剧性拉满
赚足眼球

策略执行

以一场PGC直播
联动平台营销IP
巧妙撬动店铺销售
创意到生意无缝衔接



雪碧®

——致敬——

Sprite
1982

谢谢观看。