

青岛啤酒 “暴走的年货”

- ◆ 广告主：青岛啤酒
- ◆ 所属行业：酒类
- ◆ 执行时间：2016.01.29-2016.02.27
- ◆ 参选类别：互动体验类

背景&目标

齊天大聖

喜庆中国红

专属猴年生肖图案

麦香浓郁金色原液

喜迎猴年，鸿运当头焕新上市。助力青岛啤酒成为新年欢聚第一酒，扩大知名度。

青島啤酒



洞察&策略

青啤携手媒体新闻客户端**资深游戏基因**年终独家定制
大型春节欢乐互动主题游戏



“奔跑吧大圣”

热点

春节黄金期
抢占最佳营销契机
酷跑形式创新
过年娱乐不拘一格

亮点

路线

一带
一路

西天
取经

不谋而合

欢聚

游戏内容**深度植入**
全民**欢乐**齐参与
年终优质互动游戏
重点资源强势推荐

曝光

媒介&执行

合作内容

品牌形象植入+年货超市产品植入

合作内容：活动启动页



跑酷形象植入

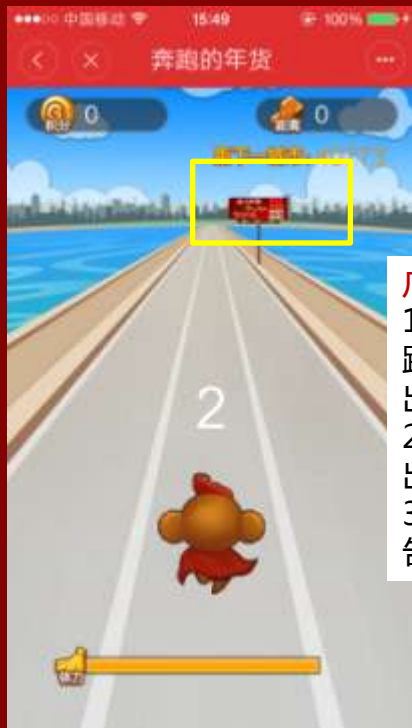
奖品植入



青啤跑酷形象植入



品牌广告牌植入



广告牌内容说明：

- 1、总共五条线路，给到其中线路1/3/4，与总赞的广告牌交替出现。
- 2、广告牌中体现客户利益（露出品牌logo，产品等）。
- 3、广告牌为由远及近，整体广告频率为4-5屏出现一个。



五个路线所有弹窗页植入



弹窗内容说明:

(1) "本局结束" "挑战成功" "挑战失败" "恭喜" 4类弹窗

(2) 弹窗样式见附件swf



年货超市·品牌产品植入



效果&反馈

活动执行效果：

执行周期：2016.01.29---2016.02.27

游戏主页面pv：4,334,950

页面中广告牌pv：21,435,214

弹窗pv：53,902,923

数据由代理公司提供