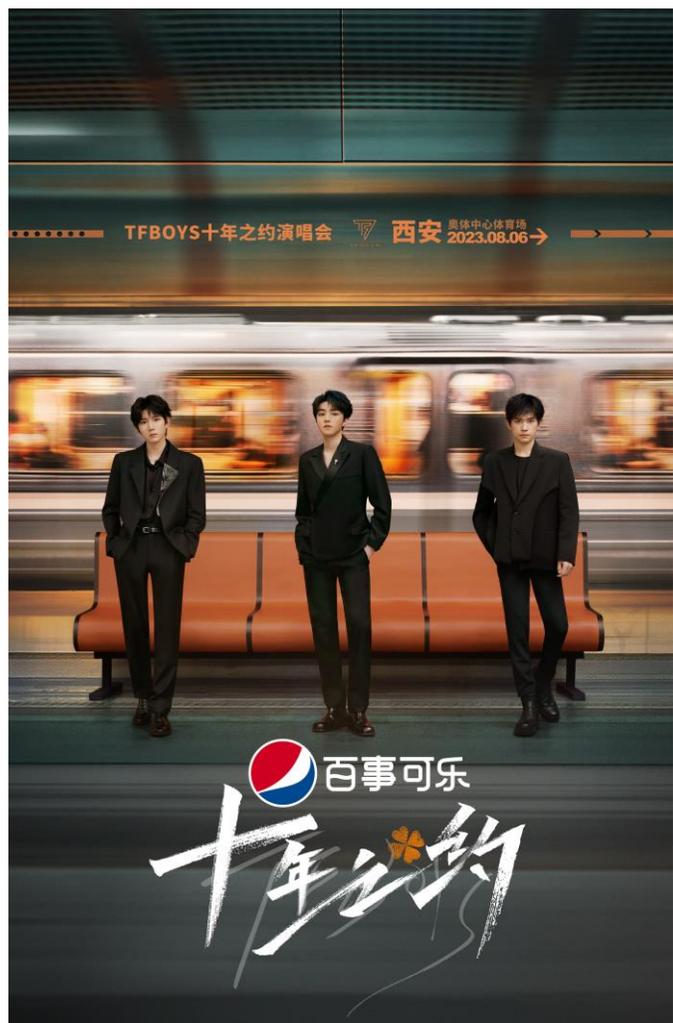


# 百事可乐冠名TFBOYS演唱会 共赴「十年之约」！

- ◆ **品牌名称:** 百事可乐
- ◆ **所属行业:** 饮料行业
- ◆ **执行时间:** 2023.07.20 – 仍在继续
- ◆ **参选类别:** IP营销类



一直以来百事可乐瞄准的都是年轻人的消费市场，这一点也体现在百事对代言人的选择上。从张国荣到周杰伦，再到众多当红流量明星，精准拿捏每一代粉丝的喜好，

而且百事可乐和音乐的结合一直很紧密，从冠名音乐综艺到赞助演唱会、音乐节，通过音乐不断扩大品牌影响力，持续抢占年轻人心智。

百事可乐独家冠名TFBOYS演唱会，一是瞅准了TFBOYS组合尤其是十年之约“绝唱”的巨大流量红利，二是品牌形象与音乐和演唱会的契合度高，三是看中了背后庞大的年轻粉丝市场。

- 内娱不可复制的TFBOYS，TFBOYS不可复制的十年之约，便是内娱不可复制的营销盛宴。
- 如同这次演唱会的主题“十年之约”，2023年也是百事最强音的十周年，十年来百事一直努力用音乐与热爱连接的年轻人都将共赴这场“十年之约”。以「十年」强化百事最强音印记，以百事之名，在“十年之约”的音乐时代经典场景里，留下永恒的影像记忆。
- 借势TFBOYS「十年之约」演唱会带来的巨大话题度和曝光度，百事可乐从官宣到售票到开唱将重点放在与粉丝的情怀互动上，从表面上收割粉丝提升销量，但更高阶的是提升品牌形象，持续性地挖掘潜在消费者，将粉丝流量转化为品牌长期效益。

用音乐，为热爱，是百事校园最强音的10年，也是TFBOYS成长的10年。十年转眼不过一首歌的时间，却也是一代人整整10年的青春与记忆。借势演唱会超级热点来打品牌与粉丝的十年情怀牌，收获大量年轻用户的认可与好感。

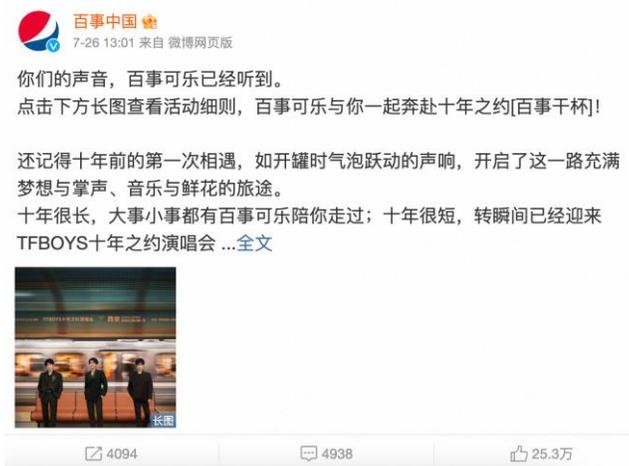
## 「官宣期」

粉丝狂欢热搜不断  
百事冠名无处不在



## 「售票期」

百事发起粉丝活动  
十年情怀拉满



## 「开唱期」

百事线上线下沉浸式陪伴  
定格十年之约经典



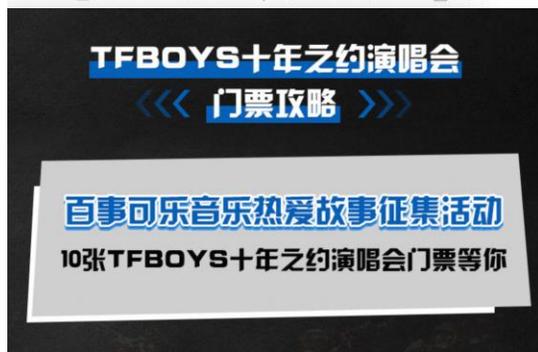
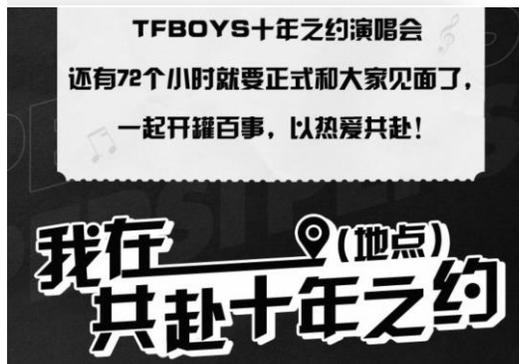
## 「官宣期」粉丝狂欢热搜不断，百事冠名无处不在

演唱会官宣血洗内娱舆论场，屠榜微博热搜，发新歌、彩排，只要有任何风吹草动，都引发粉丝狂欢。演唱会想看人数破纪录达到670多万，冠名logo海报出现在各大新闻媒体头条与热搜话题中，#tfboys十年之约#阅读超34亿，百事官微官宣微博破50万点赞。



## 「售票期」百事发起粉丝活动，十年情怀拉满

百事可乐利用线上线下票务权益将重点放在与粉丝的互动上。在线上先后发起“百事可乐音乐热爱故事征集活动”和“我在\_\_（地点）共赴十年之约”的活动，通过打情怀牌不断拉近与粉丝之间的距离。并发布收集的十年粉丝故事UGC视频引发共鸣获1300万+播放与27万点赞。



如果说十年是一首歌，这首歌里有哪些闪闪发光的故事？#十年不过一首歌的时间#

是蝉鸣盛夏里，那些忘不掉的人生第一次；  
是青葱岁月中，被梦想鼓励着的努力时刻；  
是在热爱的驱动下学会了自信，是敢于突破自我的勇气，是拥有双重意义的纪念日，是每一段真挚的友情，是一起笑过的青春.....

百事可乐愿意...全文



1180 2655 27.1万

## 「售票期」百事发起粉丝活动，十年情怀拉满

用情怀将品牌与TFBOYS和粉丝进行绑定，粉丝一方面为支持偶像，另一方面被话题情怀感动，主动参与晒照打卡充当“自来水”，这波百事不仅省下了不少宣传营销费，还收获了粉丝好感度。



“谁的青春没有三小只，今天是特别的一天，见证他们十年成长，来一杯百事可乐 敬青春！”

“空调房里喝着百事可乐看TFBOYS十周年演唱会的开心程度：10000000000000%！”

“一杯百事干了它，让我怀念，我的整个青春啊。”



## 「开唱期」百事线上线下沉浸式陪伴，定格十年之约经典

线上直播同时在线168万人，直播互动量1亿+，演唱会当天刷屏热搜200+个，百事可乐融入VCR、采访、舞台中定格在演唱会各个经典出圈名场面中，实现二传素材的更多溢出曝光。



## 「开唱期」百事线上线下沉浸式陪伴，定格十年之约经典

更有宠粉大动作，全国网红地标城市巨幕大屏排面拉满，十年粉丝回忆视频全国30+商场循环播放引发热议。



## 1、品牌精神深化：以「十年」强化百事最强音印记，引发粉丝共鸣

2023年是百事最强音的十周年，十年来百事一直努力用音乐与热爱连接的年轻人都将共赴这场“十年之约”。以百事之名，在“十年之约”的音乐时代经典场景里，留下永恒的影像记忆，同时以十年情怀发起粉丝互动活动。数据显示，话题#TFBOYS十年之约演唱会#、#tfboys十年之约#话题阅读总量超120亿，百事官微官宣微博破50万点赞。发布收集的十年粉丝故事UGC视频引发共鸣获1300万+播放与30万点赞。

## 2、品牌声量销量提振：借势事件热度引爆百事夏季声量&销量

TFBOYS十年之约演唱会从官宣到售票到开唱均血洗内娱舆论场，屠榜微博热搜，TFBOYS十周年演唱会热度席卷全网，累计热搜1000+，其中演唱会当天热搜达200+，霸榜文娱热搜前十，打破多项记录：登优酷付费直播TOP1、大麦想看人数TOP1，大麦售票想看人数达到670多万刷新大麦记录；优酷直播预约人数超266万，线上直播同时在线168万人，直播互动量1亿+，线上vv超1亿，刷新优酷直播记录。二次social传播更是让独家冠名百事获得数以亿计的曝光溢出。同时西安演唱会饮品专供直接带动区域经销商销量。