

# 看小成本如何扭转认知偏差 珠江啤酒品牌系列营销

- ◆ **品牌名称**：珠江啤酒
- ◆ **所属行业**：酒水行业
- ◆ **执行时间**：2022.06.10至今
- ◆ **参选类别**：酒水类

## 内容提要：

为满足主要消费人群的多元需求，广东本土品牌珠江啤酒不断对产品迭代以推陈出新，但包装风格各异的新品也让消费者对**母品牌形象产生认知偏差**，为低成本快速统一消费者对品牌形象的认知，**形成品牌合力**，珠江啤酒在不改变产品包装的前提下，以**年轻人关注的广东生活文化**切入，利用**手绘插画与短视频内容**的形式打造了既富有文化特色，又充满时尚潮感的珠江系列全新视觉

**以地域文化底蕴强化品牌形象，以妙趣内容拉近消费者距离**

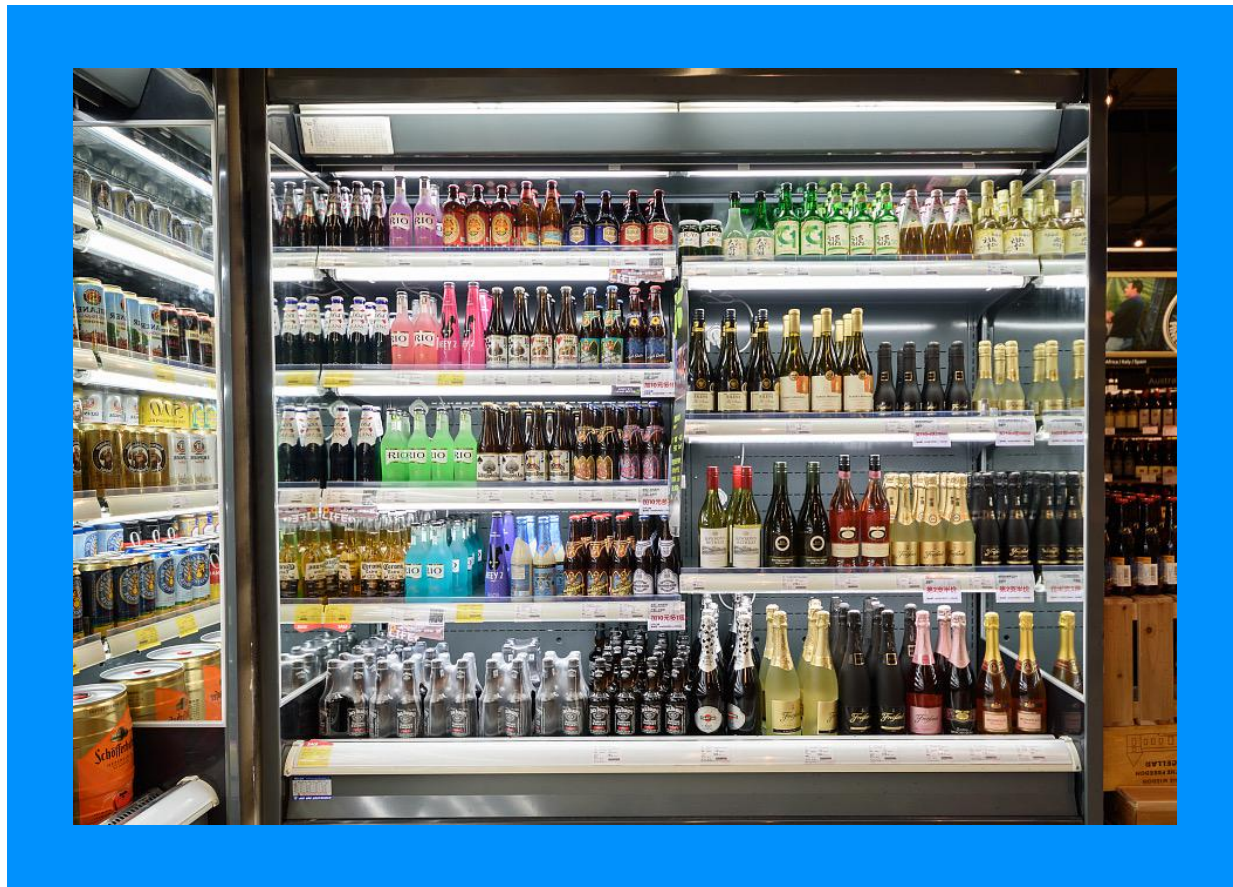


## 营销背景

由于本土品牌影响力不及全国性品牌影响力强势，伴随珠江啤酒不断快速迭代的新品推出，形象各异的新品虽然满足了消费者的多元化需求，但同时也导致消费者对珠江母品牌的认知混淆，并不知道这是珠江啤酒旗下的新品。珠江啤酒希望对旗下系列产品进行形象整合，形成品牌合力，强化品牌形象为产品赋能。

## 广告目标

预算有限，已流通市场的产品不可能因为包装形象不统一而回炉再造，  
如何在不改变产品包装的前提下，整合品牌视觉形象，并拉近与主流年轻消费群体的距离，是一个巨大挑战！







## 人群洞察

我们发现，当下年轻人对以地域文化为代表的传统文化具有强烈的认同与自豪感，同时又追求新潮、个性、圈层化的文化表达，而作为广东本土啤酒代表品牌，**粤文化是其最鲜明的文化特征与品牌底蕴。**

我们希望用**啤酒 + 故事**的方式，将当下年轻人的消费场景与生活场景融在一起，演绎每一支珠江啤酒背后都有一个广东故事。

# 粤味

围绕珠江系列的三款主要产品，我们找到了「粤味」这个既兼容产品个性、又具品类属性、更深入渗透粤文化的概念。饱含年代记忆的人情味、与生活息息相关的粤美味、年轻时尚的粤潮味。这些都是年轻人能够切身感受到的广东文化印记。



美食-美味

珠江识叹

人物-情味

珠江12度

运动-潮味

珠江0度



将品牌文化内涵与年轻人喜闻乐见的生活元素以插画手法绘制出来，打造统一的视觉系列



打造了一系列具有反转剧情的粤味小剧场，珠江啤酒代言人——易建联以不同的角色身份友情出演，让整个系列更具反差效果与趣味性



## 粤味系列视觉

无论是老广记忆、粤食文化还是运动潮流，用插画的手法将这些广东特有的元素纪录下来，让年轻消费群体能被看到













## 粤味小剧场

视频链接: [https://v.youku.com/v\\_show/id\\_XNTkxMDA3ODU0MA==.html](https://v.youku.com/v_show/id_XNTkxMDA3ODU0MA==.html)

内容在官方短视频号陆续上线播出, 消费者扫描主视觉二维码即可观看



已上线故事短片  
《识叹就有惊喜 珠啤当然懂你》

已上线故事短片  
《分享的不是酒 而是人情事故》



## 效果&反馈

在保留产品包装不变的前提下，从平面视觉到视频内容，不仅统一了品牌形象，并将品牌文化巧妙融合，在深度感染用户情绪的同时，促进项目的二次传播扩散。

**在完全没有推广资源的情况下，**

**短片收藏率达71.4%，**

**短片转发率达56.3%**

