

6月16日，青岛啤酒官宣肖战成为其品牌代言人，并发布青岛纯生全新代言广告，共同畅享欢聚时刻。



畅享鲜活味道

肖战手持一瓶全面焕新款“柳叶标”青岛纯生，青春与鲜活溢满全屏。

不仅是品牌形象，青岛纯生的口感也更加符合年轻消费者的偏好。青岛纯生拒绝做任何破坏啤酒新鲜度的事情，采用更为精密的“膜过滤”除菌；不经过高温热杀菌，保持生物酶

活性，减少营养物质氧化损失，最大限度保留啤酒的新鲜清爽的口感，用“鲜”、“活”、“净”为消费者带来极

致体验。“如果说熟啤酒被形容为水果罐头，那么纯生啤酒就新鲜水果的概念，新鲜脆爽，充满活力。”

口感清爽而纯正的青岛纯生，每一口都如水果般鲜活。



与年轻人一起

## 畅享鲜活态度

青岛啤酒纯生定位于追求品质、个性张扬、用鲜活、直率的人生态度诠释青春的年轻消费者。“青岛纯生 鲜活人生”，全新升级的青岛纯生，用柳叶标多元化演绎丰富品牌视觉调性；标签弧线更加灵动，紫色与绿色、银色碰撞，充满未来感；瓶盖年轻化设计，强化“T”品牌符号记忆，每一处都在彰显着年轻鲜活的品牌态度。

“这个夏天啤酒烧烤小龙虾速度安排上~” 青岛啤酒与年轻消费者一起畅享鲜活今夏。



与年轻人一起

畅享鲜活人生

无音乐不青春，青岛纯生因乐而生，满是年轻的力量，叫年轻消费者怎能不爱？音乐是青岛啤酒与年轻消费者沟通的绝佳媒介。ISY三亚国际音乐节、草莓音乐节、电音节、尖叫之夜.....哪里有酷炫的音乐活动，哪里就能见到青岛啤酒的身影。



以“因乐而生”为主题，青岛啤酒为年轻人打造更能激发青春活力的生活场景，展示品牌年轻化的积极态度，将鲜活、青春、愉悦感传递给消费者，让更多人可以在音乐中尽情释放和发现自我。