

Thương hiệu Sting® "đánh úp" rạp phim Việt bằng âm thanh lạ khiến Gen Z nghe xong là dính!

17:47 01/07/2025

Một hiện tượng lạ đang diễn ra tại các rạp chiếu phim trên khắp cả nước. Các "mọt phim" đến rạp với kỳ vọng được đắm chìm trong trải nghiệm điện ảnh lại bất ngờ bị "đánh úp" bởi một thứ hoàn toàn không liên quan gì đến bộ phim. Thay vào đó, một âm thanh mạnh mẽ và dồn dập như động cơ tăng tốc - tiếng "Stingggg" bất ngờ vang lên và chiếm trọn sự chú ý, nhanh chóng khiến mạng xã hội "dậy sóng".

Cuối tuần qua, một đoạn clip ngắn với hình ảnh bắt mắt và âm thanh sống động bất ngờ xuất hiện tại một số rạp chiếu phim. Nhưng điều khiến khán giả thực sự chú ý không nằm ở phần nhìn mà là âm thanh điện tử đặc trưng vang lên bất ngờ, in sâu vào tâm trí.

Ban đầu, nhiều người cứ nghĩ đó là một cảnh trong bộ phim bom tấn năm 2025. Nhưng chỉ vài giờ sau, hàng loạt clip "reaction" xuất hiện trên Tiktok mang đến góc nhìn hoàn toàn khác. Từ tua lại đoạn clip, đến remix âm thanh, giới trẻ Việt có chung một phản ứng trước âm thanh kỳ lạ này: "Ủa, mình vừa nghe gì vậy?"

Những cái tên nổi bật trong làng sáng tạo nội dung Việt như MAYonair (Mai Âm Nhạc) hay Zicky Lee nhanh chóng nhập cuộc. "Nó rất là bắt tai á. Tôi không biết đó là quảng cáo đâu á mọi người", MAYonair tâm đắc trước cách Sting® khéo léo đưa thương hiệu vào trải nghiệm xem phim một cách tự nhiên.



Sting® tiếp tục dùng âm thanh để kể câu chuyện thương hiệu với người dùng gen Z

Còn Zicky Lee thì biến luôn khoảnh khắc bất ngờ thành một màn catwalk thần thái trên TikTok, gọi “Stinggg” là nhạc nền mới cho sàn diễn runway của mình. Các gương mặt khác như BTV Hiền Ngói hay Đỗ Tía Lia Làm Phim cũng thừa nhận âm thanh ấy cứ liên tục vang vọng trong đầu.

“Đi đâu giờ mình cũng nghe thấy tiếng Stingg Stingg,” Đỗ Tía Lia chia sẻ, “Nghe 1 lần là ko dứt ra được luôn. Giờ trong đầu toàn Stinggg Stinggg không à.”

Đằng sau pha “chiếm sóng” này là Sting®, thương hiệu nước tăng lực đình đám từ PepsiCo vừa trở thành đối tác chính thức của Giải đua Công thức 1 (Formular 1). Với màn “đột nhập” rạp chiếu lần này, Sting® không chỉ đang quảng cáo sản phẩm mà còn mang đến những trải nghiệm văn hóa không rạp khuôn và tràn đầy bất ngờ cho Gen Z.



Sting® khéo léo đưa thương hiệu vào trải nghiệm xem phim một cách tự nhiên

Màn xuất hiện lần này đánh dấu chương tiếp theo của chiến dịch Sound of Sting®, nơi Sting® từng gây sốt khi công bố hợp tác cùng Formula 1 và dùng âm thanh để kể câu chuyện thương hiệu. Có thể thấy rằng Sting® lại một lần nữa lựa chọn cách tiếp cận thế hệ trẻ bằng âm thanh - thứ ngôn ngữ mà họ yêu thích

Dù chỉ vồn vện vài giây, hiệu ứng mà Sting® tạo ra đã chứng minh một điều: nếu thương hiệu chạm đúng cảm xúc vào đúng thời điểm, thì một âm thanh đơn giản cũng có thể trở thành cả một trải nghiệm giải trí mới.



Sting® vừa trở thành đối tác chính thức của Giải đua Công thức 1 (Formular 1)

Khi Gen Z ngày càng mong đợi những thương hiệu không chỉ bán hàng mà còn hiện diện một cách tự nhiên trong cuộc sống hằng ngày, Sting® đang mở ra những trải nghiệm mới mang tính lan tỏa, pha trộn giữa quảng cáo và văn hóa đại chúng một cách tự nhiên, thông minh.

Thu Trang