

FILA与自然和解 “可降解音乐会”

- **品牌名称:** FILA
- **所属行业:** 运动鞋服
- **执行时间:** 2023.08.16-08.19
- **参选类别:** 公益营销类

营销背景：FILA品牌始终坚持“可持续时尚”理念

FILA始终坚持“可持续时尚”理念，运用可持续的环保材料践行真实的绿色环保理念，FILA在商品中使用的天丝™面料是真正的100%可自然降解面料。从纤维源头减少对地球的负担，采用可持续工艺制造，并可实现自然降解，最终回归自然。

营销挑战：环保营销带来的环保“审美疲劳”

当今的FILA目标消费者正在从“可持续旁观者”成为“可持续实干家”，如何传播一场真实的环保行动，挑战消费者环保“审美”疲劳。



- 营销目标：
- **FILA品牌环保标签建立和巩固**
- 让消费者具像化体验可降解材料的环保魅力，并付诸购买行为。



FILA = 环保品牌

- 营销策略：**用音乐感知可降解之声， 打造体验可降解的音乐旅程**
- 创意亮点：**“可降解音乐” 超然概念， 纯净自然之美唤起环保灵魂**
- 通过创意化的降解实验打造品牌的“可降解”音乐，深入3480米高原呈现了一场海拔最高可降解音乐会。



阶段一：【可降解音频实验】第一次听见【降解】的声音

TME与FILA携手探索可降解音频实验以FILA含天丝可降解产品降解之声融合自然白噪音、土壤微声波打造【可降解音频】邀乐迷们一起感受往复循环的自然魅力。同时，这支音乐作品也在最后一站来到了西藏巴松措可降解音乐会的现场，藏族乐队、实力歌手袁娅维和音乐唱作人肖瀛对此进行了惊艳的和声创作。线上可降解音乐会直播预约同步开启，不仅覆盖QQ音乐、酷狗音乐、酷我音乐、全民K歌、也重磅登陆天猫超市日FILA品牌直播间，提升可降解产品的购买与转化。



*本海报商品部分采用可降解面料



*本海报商品部分采用可降解面料



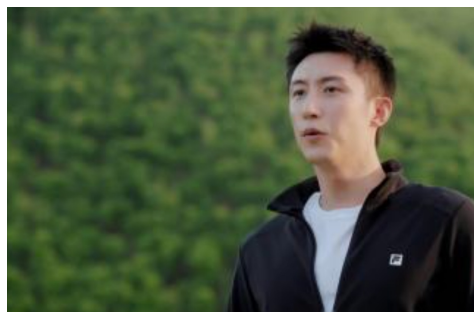

QQ音乐、酷狗音乐、酷我音乐、全民K歌在APP持续传播，同时以上平台的微博社交账号同步发布直播预告。

阶段二：巨型艺术环保装置，彰显敬畏自然之心

吴千语在巴松措带队开启首次18公里高原徒步活动携手环保装置艺术家吴狄，用可降解的天丝™纤维材料打造巨型环保装置《绿心》



FILA四位代言人张艺兴、黄景瑜、高圆圆、张钧甯（共同加入与自然和解阵营，发布宣传片，集体呼吁把自己还给自然，并为可降解音乐会直播进行预热。



阶段三：可降解音乐会，聆听自然，谱写自然

音乐现场搬到了西藏巴松措，用音乐进一步探索人与自然的的关系。在旷野之间，4组嘉宾用多元音乐艺术形式，在音符与万物之间，践行关于音乐与环保的约定。



阶段三：可降解音乐会，聆听自然，谱写自然

FILA代言人、FILA MIX主理人张艺兴，用民族特色舞步诠释对自然的真切心意。实力唱作人袁娅维于自然之间唱响《秘地》等作品，音乐唱作人肖瀛带来钢琴独奏，用音乐带领乐迷感受大自然的跃动。向乐迷传递着可降解的时尚环保理念。

音乐唱作人肖瀛，奏响来自山海的回想。



▶ 袁娅维演唱



肖瀛弹奏 ◀

▶ 张艺兴舞步

阶段三：可降解音乐会，聆听自然，谱写自然



QQ音乐、酷狗音乐、酷我音乐、全民K歌、品牌天猫直播间联合直播呈现，线上直播间设置FILA环保icon及环保icon定制礼物，邀请网友一起实践可降解环保。

- **1800万人倾听FILA环保之音，引发全网热议**
- 直播观看数高达**1800万人次**
- 可降解音乐会更是持续引发全网热议与关注，诞生**7个微博热搜话题**。
- FILA的音乐+环保话题演唱会引众多主流媒体和自媒体关注，引发热议



➤	袁娅维放松的方式是旅游创作看电影	讨论上升
25	袁娅维真的不会缺氧吗	102653 新
36	张艺兴袁娅维跳锅庄舞	综艺 243859 新
19	张艺兴袁娅维跳锅庄舞	157022 新
➤	张艺兴麦田照	讨论上升 ↑
➤	张艺兴发色灵感来源	讨论上升 ↑
➤	袁娅维在海拔3480米处飙高音	讨论上升 ↑