

Nike × 《了不起！舞社2》IP跨场域联动， 线上下打造Cypher大事件

- **品牌名称：** Nike
- **所属行业：** 服饰鞋帽
- **执行时间：** 2023.04-07
- **参选类别：** 种草营销类

案例视频

街舞Cypher植入

https://v.youku.com/v_show/id_XNjA3NDY1MjM2NA==.html

线下Cypher活动

https://v.youku.com/v_show/id_XNjM3MTk0NjM2NA==.html

抖音隔空cypher挑战

https://v.youku.com/v_show/id_XNjM3MTk0OTQ2NA==.html

机遇与挑战：打篮球穿Nike AJ，跑步穿Nike，如何让跳街舞也想到穿Nike dance?

【市场现状】街舞作为大势青年运动，入选奥运会运动比赛，街舞装备是运动品牌新发力点

【竞争格局】各大运动品牌纷纷加入街舞营销，Nike于2022年后入局推出Dance品线，携手《了不起！舞社》中国最强女子舞社综艺，让了不起的女舞者以及了不起的Nike街舞装备被看到，实现Nike街舞首亮相即炸场。

与《了不起！舞社2》二次携手，全面升级合作打造**#我在舞台在#**新表达：

【品牌力】从“被看到”到“被喜欢”，联动街舞社群深度占领街舞心智。

【营销力】从“街舞装备”到“街舞舞台”，线上下联动和舞者玩在一起。

定调 | Cypher（围圈斗舞）为超级符号，连接不同圈层舞者与年轻人

策略 | IP为核跨场域联动，线上下打造Cypher大事件

分析 | 1.IP街舞强破圈：《了不起！舞社2》作为中国最专业的舞社综艺，以街舞之名凝聚新世代，用热爱传递街舞态度，助力品牌快速破圈，弯道超车。

2.IP跨场域联动：打造cypher超级符号，打通优酷内容场、抖音挑战赛、线下battle三大场域，实现街舞实力舞者、爱好者、粉丝圈重重触达与破圈。

主题 | #我在舞台在#

1. 优酷 “舞社Cypher局”



2. 抖音 “隔空Cypher局”

3. Nike “现在Cypher局”



1. 优酷“舞社Cypher局”：

综艺内由顶尖舞者大婷联合中国最强舞社厂牌舞者们发起cypher活动，穿戴Nike新款gel pack鞋服，覆盖总决赛、主舞台、练习室、备采间等场景穿戴及植入，助力舞者动感释放舞台魅力，传递品牌理念实力出圈。



全场景覆盖

主舞台

齐舞作品秀/crew battle/ routine battle等·如：

- 总决赛夺冠组9452《请在你的世界呼唤我》全组穿着
- 大婷作为Nike街舞运动员·领衔X-crew future·多次高频穿着
- 3期新款gel pack鞋服上主舞台

练习室

个人练习/作品练习/大师教学等

备采间

个人采访/团队采访等

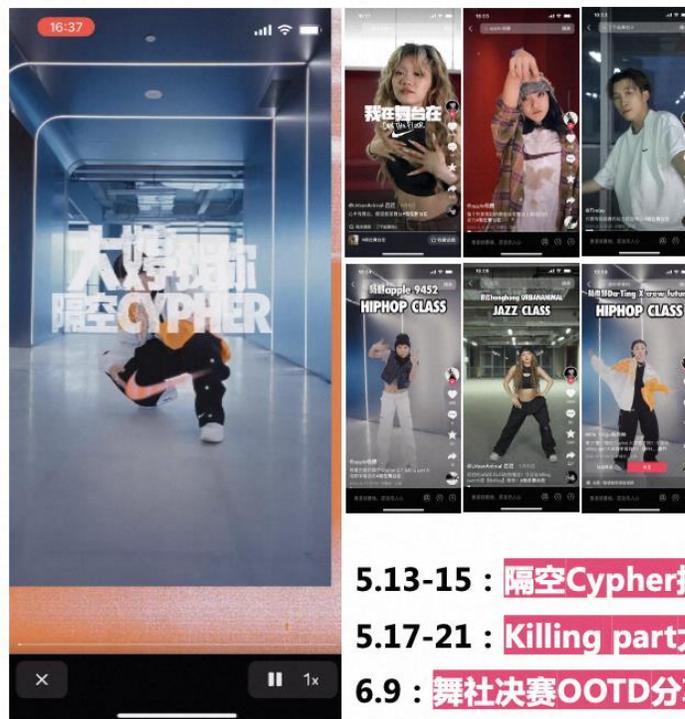
2. 抖音“隔空Cypher”局：

10名舞社舞者在抖音发起“Nike隔空cypher挑战赛”卷入更多街舞爱好者参与，同时配合节目热播发布“Killing part大招教学”“舞社总决赛OOTD”。

10名舞者



3波抖音活动



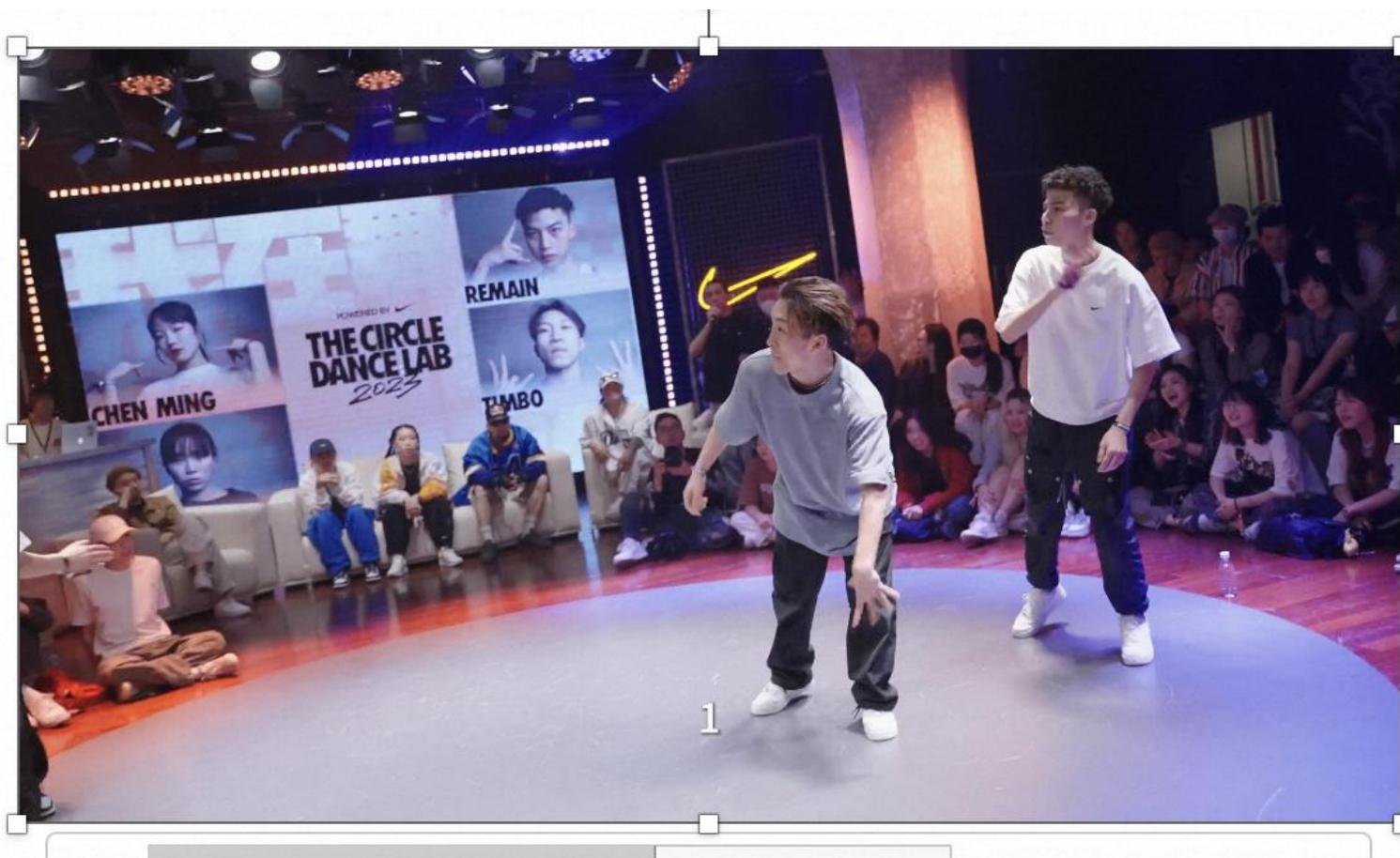
5.13-15 : 隔空Cypher接力挑战

5.17-21 : Killing part大招教学

6.9 : 舞社决赛OOTD分享

3.Nike “现在Cypher局”：

2名舞社舞者闪现Nikex THE CIRCLE DANCE LAB上海站，与各路强者Battle舞艺，battle六轮成功晋级四强，传递舞社及品牌精神。



1. 内容种草:

- 高曝光**: 《舞社》**21亿**观看vv, **743**个微博热搜, **45亿**户外宣推品牌关联曝光;
- 高溢出**: **138次**品牌穿着, **1390%**完成率, 成街舞最强服饰配合; 深度植入**380%**完成;
- 高价值**: 舞者**大婷**及舞社成员身穿新款, 传递Cypher理念, 核心覆盖**主舞台**、练习室等。

2. 社交种草:

- 强舞者**: **10名**舞者, 包括大婷及人气厂牌选手, 辐射**80万**中国核心街舞圈粉丝
- 强互动**: IP播放期配合品牌发布**3波**活动, 包括隔空cypher挑战、killing part大招教学、决赛OOTD等花式互动种草, 收获**81.8W**播放量及**2.4W**互动。

3. 线下种草:

- 舞者增益资源**: **2名**大热厂牌队员天宝、Remain闪现, battle六轮成功晋级**四强**。
- 宣推增益资源**: 《舞社》官微力挺超**3万**观看+**5大**文娱PR文章共宣。