勇闯天涯superX与Z世代共舞，引领啤酒新世界！

- **品牌名称：**勇闯天涯superX
- **所属行业：**酒水行业
- **执行时间：**2022.08.14 – 10.30
- **参选类别：**娱乐营销类-视听内容

结案视频

查看视频请复制链接，粘贴到新浏览器页面里观看视频

结案视频：https://v.youku.com/v_show/id_XNjAxNjU4OTI4MA==.html

创意中插：https://v.youku.com/v_show/id_XNTkzNDEyNTU1Mg==.html

背景&目标

勇闯天涯superX持续深耕年轻化战略，打开“啤酒新世界”。连续携手优酷最火综N代《这！就是街舞》，搭载第五季青春势能，深化“生而无畏”的品牌主张，探索元宇宙营销，开启一次史无前例的营销升级！

1、街舞文化进阶：新生力量登上主场，开拓“街舞新世界”

《这！就是街舞》第五季主题为青春季，将邀请全世界优秀舞者汇聚中国，选拔街舞新生力量。无畏、酷敢、进取等街舞态度，进一步极致诠释。

2、品牌目标进阶：持续对话年轻人群，迈向 “啤酒新世界”

雪花啤酒深耕年轻化战略，抓住正在崛起的中国Z世代消费人群，是向“啤酒新世界的领导者”迈进的重要一步。

3、营销携手进阶：对话年轻人群，传递品牌精神，引领整合营销新趋势

勇闯天涯superX再度携手《这！就是街舞》，实现两大“新世界“的双向携手奔赴。搭载街舞第五季青春势能，对话年轻人群，锐化“挑战”和“酷”的品牌基因，探索“数字人”、“数字藏品”等元宇宙玩法，引领整合营销新趋势。

背景&目标

目标3：深度拓展线上线下渠道，深化佐餐场景心智+带动品牌生意增长。

目标2：IP联动品牌元宇宙营销，助推虚拟挑战官limX出道。

目标1：将品牌精神与街舞精神深度捆绑，传递“生而无畏“态度。

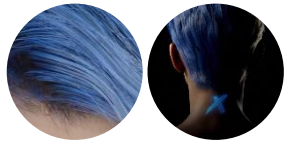
以青春之名，再塑街舞全链路营销新标杆
夯实啤酒新世界领导地位

内容场

街舞势能叠加元宇宙热度，沉浸构筑啤酒新世界

新世界 **深度融入街舞舞台，无畏精神贯穿始终**
未来世界的舞美概念叠加未来感视觉包装构建强沉浸感

新角色 **开拓元宇宙创新营销，助力虚拟挑战官LimX出道**
12期挑战视频，以神秘彩蛋逐步揭秘虚拟人局部特写



新互动 **创新粉丝互动，让小蓝瓶和观众真正玩在一起**
创新互动产品多维度打造粉丝交互触点，持续提升品牌好感

勇闯天涯 SuperX 这就是街舞 SEASON V

青春够胆！
一起Battle！

生态场

聚焦核心渠道，渗透年轻世代潮流生活方式

元宇宙+潮流周边构建强引力，提升品牌渗透力 **新潮流**
数字藏品飞盘切中兴趣点，渠道通路实现品牌与Z世代双向奔赴

饿了么 饿了么超级限定 X了么大玩家

双会场覆盖引爆啤酒狂欢，完整覆盖热卖季 **新宽度**
“盒马啤酒节”会场坑位+街舞主题会场，抢占盒马C位

分众电梯屏　盒马线下大屏

淘票票首页banner　盒马APP-开机　盒马APP-二楼

节目品牌植入焕新，元宇宙营销创新，生态营销玩法出新

- **价值观共鸣领衔内容沟通：**

勇闯天涯superX坚持持续合作超级综艺《这！就是街舞》，围绕“够胆Go battle”的核心概念，品牌通过主舞美、创意中插、挑战视频等渗透消费者对于新品的认知，同时深度捆绑代言人王一博，及街舞人气选手实现品牌高频高效曝光。

- **元宇宙营销创造品牌新资产：**

勇闯天涯superX通过这街积极探索元宇宙营销，借势系列挑战视频，助力品牌虚拟挑战官LimX高光出道，多维度撬动圈层影响力，不断拓展与年轻世代的交流边界，始终与消费者在一起。

- **新零售渠道营销创新：**

勇闯天涯superX以新零售渠道作为核心发力方向，突破新零售场传统会场合作形式，通过饿了么为品牌高定飞盘 + 数字藏品，KOL+选手外围传播引流，激发销量增长，实现了新零售渠道的营销创新，全面融入Z世代潮流生活。

新世界：打破四条街道场景设计，融入传统与未来两大街舞世界

舞美升级：品牌深度融入两大街舞世界，开启舞力跨次元时空

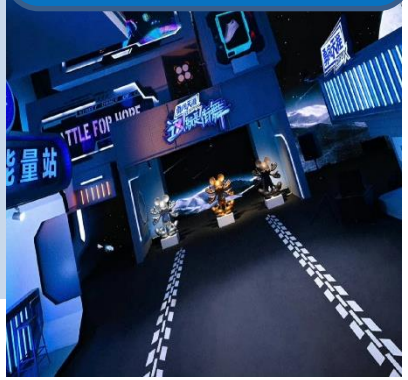
传统世界 《《《《《 》》》》》 **未来世界**

X酒吧

涂鸦墙

未来广场

X能量站



亮点1 极致视觉碰撞！

传统世界，小蓝瓶碰撞Old school风格
未来世界，胶囊&舱门等元素构筑明日空间

亮点2 创意店铺设计！

X酒吧、X能量站等全新品牌空间登场
深入融合世界风格 多元适配年轻态潮流风向

亮点3 延续品牌符号！

超大版本小蓝瓶、X展架持续优化
打造最极致、最创意的品牌氛围

新世界：人气选手演绎开启舞力时空，三大主题诠释无畏精神

创意中插：勇闯天涯superX与街舞三大篇章【元宇宙、青春、潮流】有机结合，无畏精神贯穿多元时空

元力觉醒篇！

以勇闯天涯superX作为入口
一秒步入【SNOWVERSE】元宇宙世界
舞者与小蓝瓶一起实力炸场！

青春潮流篇！

融入街舞、滑板等青春文化
结合产品特性，舞者水上澎湃开跳
畅饮快感可视化呈现！

无畏传承篇！

舞者穿越勇闯世界
将雪山、挑战文化带入异次元空间
片尾叶音现身，致敬街舞传承！

新角色：拓展元宇宙营销，助推品牌虚拟挑战官LimX高光出道！

挑战视频：人气选手演绎系列视频，彩蛋曝光LimX局部，悬念拉满

仔仔、帕提、 Zykens等12位超高人气选手共赴小蓝瓶挑战之约

元宇宙概念视频，以先锋视觉彰显舞者与小蓝瓶的无畏精神，以彩蛋惊喜曝光LimX

勇闯天涯superX虚拟挑战官：LimX

新互动：创新互动拿捏观众情绪，让小蓝瓶和观众真正玩在一起

创新产品：绑定这街高燃时刻，以创新交互与粉丝深度共情

互动体验升级

连击打call触发蓄能，【X】标识破屏呈现，全量人群覆盖，全面提升粉丝参与感！

品牌氛围升级

“舞动小蓝瓶”占领弹幕核心C位，锁定冠军登台高能时刻，专属氛围引爆粉丝情绪。

品效创新升级

有酷tips3.0升级为子母屏，大尺寸+无遮挡，点击跳转不换端轻松领券加购入会。

生态联动升级

锁定街舞高光时刻，用户互动解锁饿了么联名数字藏品，以交互创新生态合作模式。

奇妙连击2.0

氛围弹幕

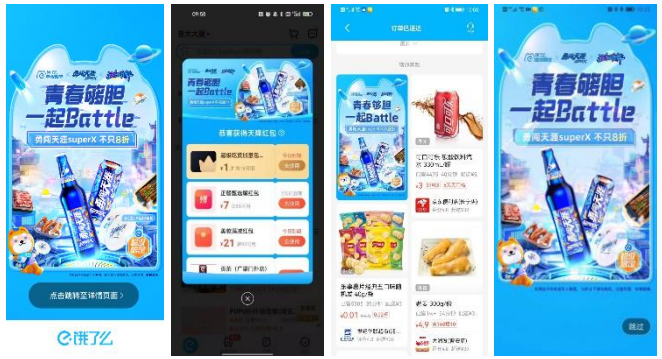
有酷Tips 3.0

奇妙连击

新潮流：撬动饿了么头部资源， 四季连续合作击穿餐饮外卖场景

新零售场垂直覆盖

- 饿了么站内黄金资源位 -



开机屏　天降皮肤　购后猜你喜欢　下拉二楼

- 饿了么餐饮合作店铺顶招&banner -

绝味鸭脖

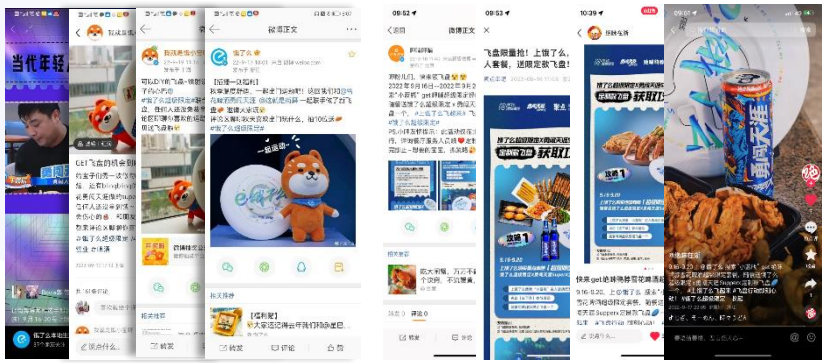
聚点串吧

呷哺呷哺

社交场全域霸屏

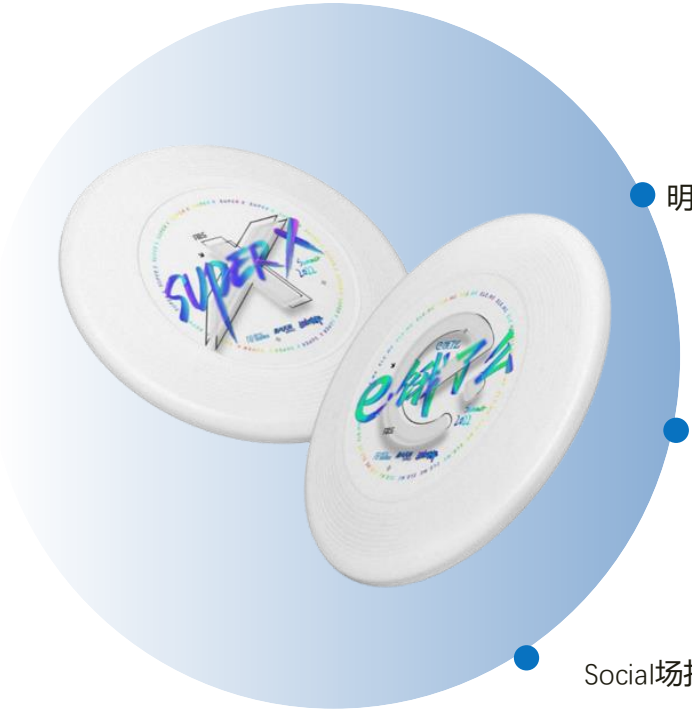
- KOL高频互动热度霸屏-

- 餐饮垂类渠道线上联动-



新潮流：联名周边引领Z世代的生活方式潮流，强创新拉动生意增长

打造联名飞盘，联动饿了么打爆社交潮流



明星节目中亲自体验飞盘，引流观众前往饿了么

勇闯天涯superX餐饮联名套餐系列发售

Social场打造#上饿了么飞起来#话题，全民热议

共创数字藏品，创新合作持续带动销量

以标志性小蓝瓶为设计原型

共创数字藏品

10000套

数字藏品 4天 领空

新宽度：盒马暑期双会场引爆啤酒狂欢，热卖季最强流量一网打尽

撬动热销期顶级行业会场

为品牌撬动“盒马啤酒节”坑位资源，在啤酒热销季实现垂类人群的精准触达，刺激高兴趣人群购买。

品牌IP会场高定助力节点流量爆发

线上线下打通娱乐/生活/购物场景，高曝光资源引流会场，持续强化品牌印记并带动产品销量。

分众电梯屏

盒马线下大屏

打通线下生活/购物场景
覆盖TA生活圈

淘票票
首页banner

盒马APP-开机

盒马APP-二楼

线上站内外生态资源联动，
高曝光资源引流会场

街舞Happy Hour会场

效果&反馈

1、品牌声量破圈传播

《这！就是街舞》第五季稳居国内综艺天花板，全平台好评如潮，节目累计斩获全网热搜数量**2787个**，其中决赛夜即斩获全网热搜**362+**，席卷微博、抖音、快手、知乎等各大平台，登顶猫眼全网热度、灯塔播放市占率、骨朵热度指数、Vlinkage综艺播放指数等多榜单**TOP1。**

2、品牌精神传播深化

雪花持续深耕年轻人喜爱的街舞文化，将**“生而无畏”**的品牌精神与街舞精神深度捆绑，深化勇闯天涯superX年轻基因，实现 “青春够胆，一起Battle”品牌理念传递与场景化产品卖点渗透。

3、品牌虚拟人关注引爆

作为行业内首个率先落地元宇宙营销概念的品牌，**虚拟数字人LimX**的创建也成为勇闯天涯superX的**长期资产**，无论是综艺节目中的互动出镜，还是各种场景下的花式亮相，LimX有助于缩短品牌与粉丝之间的距离感，以品牌灵魂全新化身的身份引领年轻人超越极限、挑战自我。

3、雪花销量大幅增长

饿了么端雪花勇闯天涯superX订单同比增长超**110%**，GMV同比增长超**80%**，雪花下单新用户比活动前增长超**60%**，拉动雪花生意增长。