

康师傅无糖冰红茶舞动无界街舞挑战赛

- ◆ **品牌名称:** 康师傅饮品
- ◆ **所属行业:** 饮品行业
- ◆ **执行时间:** 2022.06.01-09.03
- ◆ **参选类别:** 体育营销类

结案视频

视频链接：

https://v.youku.com/v_show/id_XNTkwMTk3MTMyMA==.html

▲ 营销背景

- **无糖饮料近几年受到消费者的追捧**，产品类型愈加丰富，同时大众的健康意识不断提高，特别是15-35岁的年轻群体，更趋向于选择无糖饮料。
- **康师傅无糖冰红茶新口味上市**，这对于以年轻人为核心消费群的快消饮料行业来说，急需找到一条活化品牌利益点的营销之路，**抢夺无糖市场的份额**。
- 康师傅无糖冰红茶有着“**健康 + 运动 + 潮酷**”的品牌属性，如何在品牌推广的同时拉动业务增长，得到更高的曝光和关注。

▲ 营销目的

- 全面刻画康师傅无糖冰红茶“**无糖零卡**”的健康理念，深入沟通品牌调性，加强消费者的认知；
- **精确定义目标的消费群**，提升品牌知名度及口碑；
- 结合康师傅无糖冰红茶属性，通过打造活动，有效利用人流量，提升无糖冰红茶热度&声量。

受众洞察

舞动无界 X Hipop

- 目标受众：中低收入**15-35岁**的大众群体；
- 80年代初期，街舞进入国内市场伴随亚文化的兴起，街舞被套上“年轻”“潮流”标签延续至今。街舞比起民族古典等舞蹈，它因入门门槛低，能搭配潮流音乐而更能被年轻人快速接受；
- 35岁-30岁的消费者依然体力充沛，街舞诠释着他们对青春独特记忆。30-23岁的消费者，街舞延续学生时期的爱好，是压力放松的渠道之一，23岁-18岁是正值青春诠释自我的话语权。随着《这就是街舞》IP综艺正火热播出，关于街舞的话题再次掀起！

康师傅
无糖
冰红茶



街舞文化

康师傅无糖冰红茶与街舞

诠释了地域无界，年龄无界，自我无界
不论身处何处都要敢于突破自我，无所畏惧！

借势《这就是街舞》IP

打造话题把粉丝经济 转为品牌经济最大化！

不迎合、要个性、无所畏

年轻、潮流、炫酷

▲ 营销策略

以街舞IP为核心 打破受众圈层

- **打造品牌赛事，传播街舞文化**

面向16周岁以上的街舞爱好者，打造一场街舞竞技赛事，创造品牌IP热度，共创潮流新趋势，打开受众群体，并达到传播街舞潮流文化的营销效果。

- **借助明星王一博流量和《这就是街舞》IP热度，品牌联动合作客户强强联手，达成双赢**

无糖冰红茶全新顶流代言人王一博，自带明星流量以及号召力，结合代言人身上的潮流气息，融合街舞文化中的潮酷、激情和无界限，契合康师傅无糖冰红茶的品牌属性；康师傅无糖冰红茶赞助大火综艺节目《这就是街舞》，同时与本地商超、CVS店配合联动，吸引粉丝的同时，利用超市的人流量最大程度扩大赛事影响度，达成合作共赢的联手效果。

- **年轻化、多渠道扩散传播，花样出圈玩转街舞**

互动H5、视频、KOL加持、娱乐直播平台、户外推广整合活动亮点及UGC作品，多方位加强活动效果的传播，让话题多重发酵，引发大范围曝光，达到最佳宣传效果提升销量转化。

赛事宣传

户外广告强势霸屏，为赛事预热，提高赛事曝光度



赛事宣传

视频
官方视频号、百位顶流KOL/跨界品牌

图文
微信公众号&微博



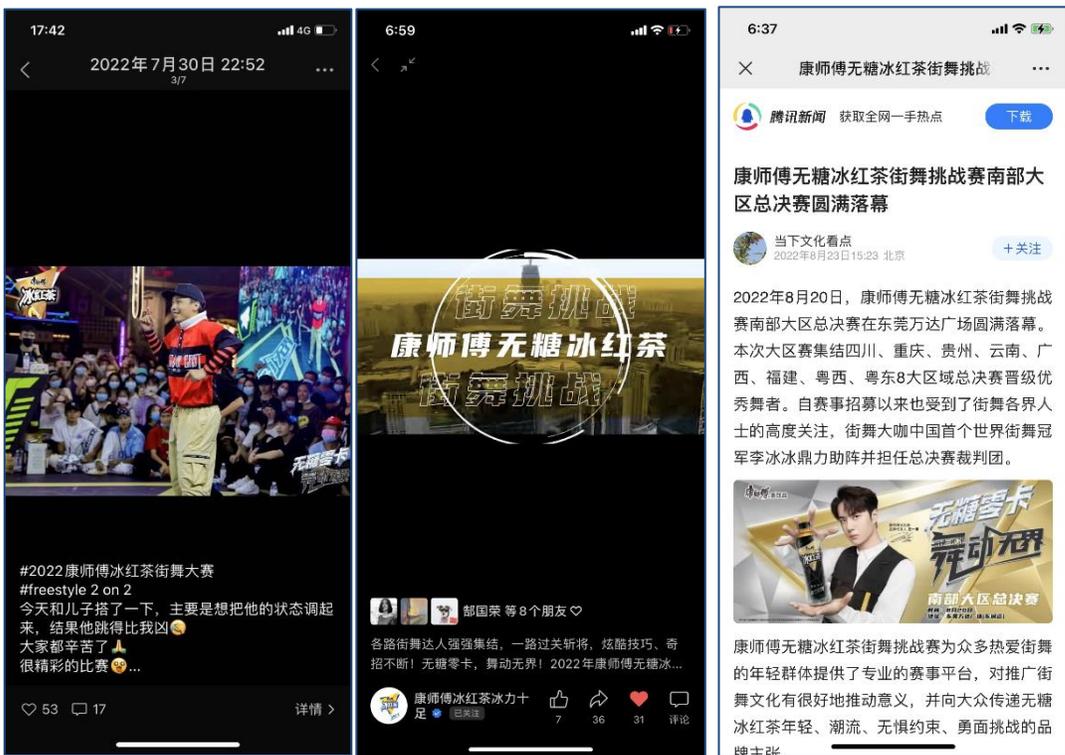
- 官方账号进行联合《这就是街舞》创意视频宣传造势
- 《这就是街舞》人气KOL深度合作：杨凯、阿K、石头、阿牙等100多位资深舞者



- 发布赛事进程、赛事亮点等
- 发表赛事回顾花絮

赛事宣传

官方媒体、街舞顶流KOL
为赛事发声引爆UGC流量



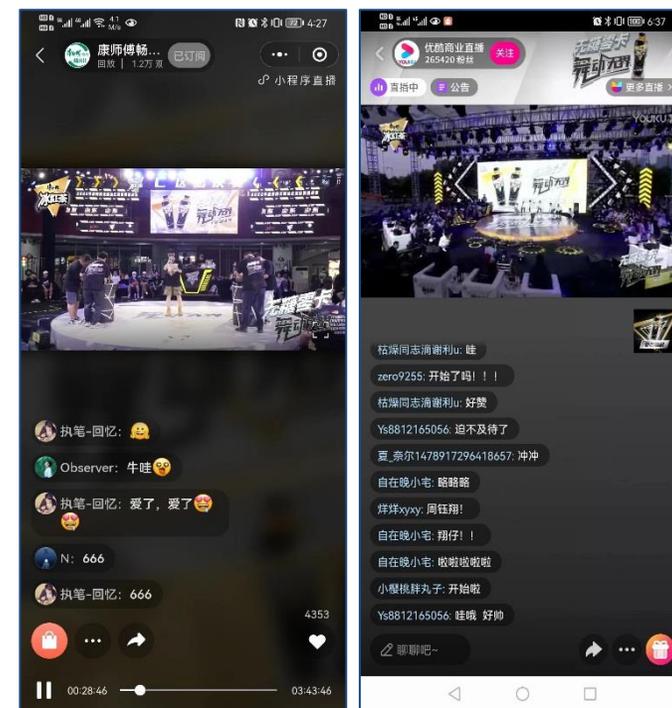
- 腾讯、网易、新浪等知名媒体报道持续为赛事发酵
- 提高赛事话题度与知名度

朋友圈定向投放
精准引流观看线上直播



- 微信朋友圈广告投放，增加赛事热度

直播
畅饮社视频直播、优酷直播



- 通过直播平台人群精准定位
- 加强赛事线上曝光力度

赛事概况

2022年6-9月，挑战赛历时**3个月**，覆盖全国**71座城市**并落地**98场**。赛事面向16周岁以上的街舞爱好者，累计**12000+**人报名，从城市赛→大区赛→全国总决赛，层层选拔，以拉长营销战线，保持赛事音量。



93场城市赛

4场大区赛

1场全国总决赛

赛事执行 四大赛区

赛事覆盖全国**29省71座城市**，分四大赛区，街舞挑战花式Battle人气火爆，汇聚人流量，迅速打破受众圈层，扩大赛事影响力。

A赛区



深圳 云南 广西 福建 四川
重庆 贵州 广州 海南
大区决赛：深圳

B赛区



江苏 上海 浙江 安徽
湖南 湖北 江西
大区决赛：苏州

C赛区



山东 河北 河南
新疆 宁夏 陕西
大区决赛：山东

D赛区



辽宁 吉林 北京 天津
甘青藏 黑龙江 晋蒙
大区决赛：沈阳

主题户外嘉年华，沉浸式感受街舞魅力，传播街舞文化

每一场赛事当日户外布置**主题相关互动嘉年华**，玩游戏赢取品牌周边礼品，营造街舞主题潮酷文化氛围，带动群众深入品牌文化及街舞潮酷魅力。



『无界弄潮er』



『酷盖潮玩区』



『超市主题迷你秀』



『潮玩快闪』



『现场促销点』

▲效果反馈

成功通过线上线下联动，实现康师傅品牌精准扩散式传播

- 全国覆盖范围最大的街舞赛事历时3个月，覆盖全国29省71座城市98场街舞battle赛，吸引**12000+**人报名；成功扩大品牌声量。同步引爆联动转化销售，曝光覆盖**5亿+**，精准触达人群**8500万**
- 官微运营数据：微博话题阅读量 **150万+**，线上持续抽奖、赛事集锦互动，触达人次**300万+**，
- 线上推广数据：街舞垂直KOL上百位预估曝光**3千万+**、官方小程序直播**98场**、优酷直播加持合计曝光**5000万+**；门户网站、权威媒体等新媒体传播**50万+**；
- 销售贡献数据：6-9月联动**150家**代言人CVS品牌主题店，（江苏/北京/山东/上海/浙江/安徽/湖北/湖南/江西/重庆/四川/内蒙/新疆/粤东/粤西等）曝光高达**2亿+**。联动售点、KA卖场超过**10000家**，并带动无糖新品快速渗透；整体赛事全国带动销售**150万箱**，实现产品引流及购买转化。