

Free to Move 跳出界限 QQ 炫舞 x Levi's 创意跨界合作

广告主：李维斯 Levi's

所属行业：服饰

执行时间：2019.06-12

参选类别：跨界营销及 IP 应用类

营销背景

作为牛仔裤的鼻祖，Levi's 曾经是一代年轻人的精神体现。但近年来，随着新式牛仔品牌崛起和运动服和街头风流行，Levi's 的市场销量大幅下滑，老龄化下的 Levi's，一度被认为是“爸爸们穿的宽松牛仔裤”。如何从经典重回时尚，如何打造品牌个性化形象、传递独一无二的品牌态度吸引年轻人群，是 Levi's 始终在思考的课题。

《QQ 炫舞》是国内第一音舞游戏 IP，运营 11 年至今仍然是最受欢迎的在线 3D 音乐舞蹈游戏。主流玩家多是追求潮流、爱好时尚的年轻人，任何玩家都可以在炫舞世界里打破现实束缚，大胆展现个人穿搭，表达自我的流行态度。

超高的品牌契合度令双方一拍即合，希望通过创新的玩法，深入年轻受众，让消费者感受到品牌最敢、最突破、最自我的品牌态度。

营销目标

- 1、 彰显品牌年轻态度，吸引品牌核心目标人群关注，提升品牌美誉度；
- 2、 粉丝转化，将部分游戏粉转化为品牌消费者。

策略与创意

《QQ 炫舞》IP 天然带有舞动、活力、潮流属性，鼓励玩家跳出束缚，展现个性时尚，始终向玩家传达「每一个独特的你，都值得被看见」。这一点和 Levi's 「Free to Move 跳出界限」的品牌主张不谋而合。通过合作《QQ 炫舞》，品牌希望挖掘年轻一代隐藏在游戏世界中，无惧束缚的新生价值观，以“玩乐”精神，激活品牌在年轻用户心中的影响力。

游戏内外双线发布联名款服装，设计上将游戏代表性元素融入 Levi's 红牌人形系列，传达品牌年轻化、潮流化、个性化的形象与特点；引入舞蹈潮流达人吴建豪与炫舞虚拟偶像「星瞳」双「代言」联名款，挖掘圈层转化潜力；大胆突破次元壁，虚拟代言人星瞳在上海时装周上演首个全息舞台时装秀，让游戏内的虚拟服饰走进现实秀场，引爆话题热度。

从真实服装到虚拟服装、从真人明星到虚拟偶像、从现实束缚到虚拟自由，线上线下联合打通传递品牌理念「跳出界限」，多维度吸引年轻人关注，最大程度助力品牌触达核心人群。

执行过程/媒体表现

1、线上线下联合打造 QQ 炫舞 X LEVI'S® 限量联名系列服饰

由李维斯全球品牌设计负责人 Jonathan Cheung 亲自设计联名款虚拟与现实服饰游，将游戏代表性元素「上下左右箭头」以及「PERFECT」融入 Levi's® Engineered Jeans™ 红牌人形系列，创造限量联名款&游戏虚拟款，传达品牌年轻化、潮流化、个性化的形象与特点。同时，创作悬念概念预热图，将炫舞元素通过缝线融合在牛仔材质，星瞳背影更好地建立 IP 和品牌的关联，通过展示产品穿着后的线条之美，激发玩家期待，也使消费者更专注产品本身。





点击观看 QQ 炫舞 x LEVI'S 联名纪录片 <https://v.qq.com/x/page/p300081d4rj.html>

2、吴建豪与炫舞虚拟偶像「星瞳」双「代言」联名款，打破次元演绎创意 TVC

星瞳联动 Levi's 潮流偶像吴建豪同框热舞，真人与科技的互动，通过舞蹈展现 Levi's 联名款产品的曲线之美，TVC 总播放量超 1883 万，超过 60 位街舞 KOL、10 家主流时尚媒体自主扩散，渗透时尚、街舞、明星及泛大众圈层用，仅吴建豪自己连发 6 条微博，连天王周杰伦也点赞。

点击观看创意 TVC：<https://v.qq.com/x/page/w3000kaiome.html>





3、突破次元破，虚拟代言人星瞳上演首个全息舞台时装秀，现场展示 QQ 炫舞 X LEVI'S® 限量联名系列服饰

联动上海时装周顶级时尚 IP，落地炫舞虚拟时装大秀。内外场设计融入经典炫舞元素，赛博朋克风凸显炫舞时尚感与科技未来感，打造最强的跨次元代入沉浸体验。星瞳既是炫舞虚拟偶像，同时也是玩家在游戏内自我时尚形象及态度的映照。通过全息投影技术，伴随着游戏经典的音舞节奏玩法，星瞳在现实舞台展现 Levi's 联名款时尚穿搭，为这场游戏跨界时尚大秀增添了更多真实感，引爆时尚圈，话题获微博自然热搜。



炫舞流行发布夜落地上海时装周打造沉浸式虚拟大秀 2019

联动上海时装周顶级时尚IP落地炫舞虚拟时装大秀
内外场设计融入经典炫舞元素提供玩家最强的代入感和沉浸感

舞台区域以“X”的形式代表虚拟服饰未来的无限可能，内外场设计融入箭头、Perfect、星瞳等经典炫舞元素，将游戏世界与走秀舞台深度融合；赛博朋克风凸显炫舞时尚感与科技未来感的融合，打造跨次元的沉浸式秀场体验



点击观看星瞳走秀 live : <https://v.qq.com/x/page/j3077x5d72c.html>

4、全明星集中内容种草 助推 QQ 炫舞 X LEVI' S®限量联名系列服饰成秋冬新爆款

诸多明星自发安利，包括魏大勋、谭松韵、李子璇等时尚明星以及时尚博主都种草了 QQ 炫舞 X LEVI' S®限量联名系列服饰，将本次营销扩大成话题性热点事件，引爆 UGC 内容共创，内容深度渗透时尚、营销行业及大众圈层用户，引发大众 KOL、媒体自主好评推动游戏成功破圈刷屏，助力品牌完成从虚拟偶像带货、到明星时尚 KOL 带货、最终到消费者自发带货的口碑传播路径。



全明星集中内容种草助推炫舞服饰成秋冬新爆款 2019

**魏大勋、谭松韵的多位一线明星及时尚KOL自主种草同款
炫舞合作服饰成功制造今年秋冬时尚单品流行吸引玩家跟风带货**



5、多渠道助推联名款服饰售卖，助力品牌在打开声量的同时完成销售转化

限量推出虚拟+实体联名套装，全国 6 大电商平台及 Levi' s24 家门店联合打造炫舞合作款专区，同时入驻 Levi' s 官方定制小程序，鼓励消费者个性定制产品。多方助推之下，QQ 炫舞 X LEVI' S®限量联名系列服饰在线下部分门店出现被抢售一空的现象。



首个入驻
Levi's 官方定制小程序
鼓励消费者个性定制
Free to move



营销效果与市场反馈

玩家高度认可合作 话题获自然热搜



- 微博热搜
- 高铁外放男乘客叶... 宋茜航班
 - FPX涅槃
 - 满满喜欢你
 - 6名初中生火场... 更多热搜 >
 - 30 中国网友回应类议会涉港法案 333406
 - 31 上官婉儿越剧皮肤 327190
 - 32 朱丹雪一直在下 327086
 - 33 化过最贵的一次妆 320998
 - 34 刘亚仁发文悼念雪莉 293981
 - 35 时装周首个虚拟时尚博主走秀 290432
 - 36 想染又不敢染的发色 289930
 - 37 宋茜航班 263136
 - 38 蛋糕上写满数学公式 249785

炫舞玩家及泛大众粉丝高度关注认可此次时尚跨界联动

郭德猫宁：哇哦 levi's 好酷
10月16日 21:02

蓝萌的刘雨桐：QQ炫舞的虚拟偶像星曜 好看
10月16日 21:30

琳sini：我感觉非常可以去时尚秀圈走一场。
10月16日 21:16

留不住就放手：这也太有创意吧。怎么想到运用虚拟人物
10月16日 21:26

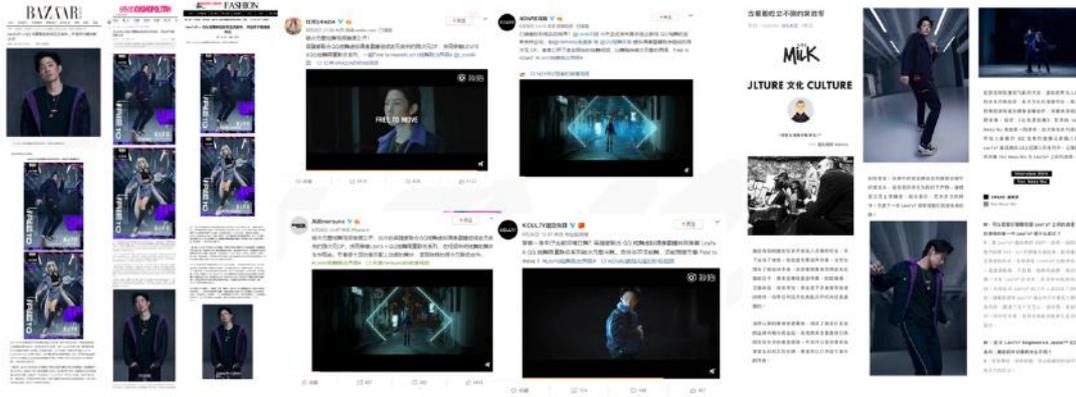
饺子不高醋：虚拟的人物都可以走秀了，厉害啊
10月16日 21:24

哇哦 Levi's 好酷

居然是QQ炫舞的联名，我心动了

好高级 我喜欢的气质

虚拟时尚与现实时尚对话的全新视角引发破圈传播 时尚权威媒体自发报道炫舞 Levi's 合作火爆现象，大力构建影响力及口碑



本次合作获得玩家、时尚圈及泛大众人群高度认可，时尚大刊《时尚芭莎》、《VOUGE》、华尔街日报海外媒体等 45 家时尚权威媒体自发报道，自主传播率达 86%；带动品牌双微指数直线拉升，话题获微博热搜，合作总曝光 15 亿人次，全网正面评论高达 93%（游戏跨界合作历史最高）。