

# 李宁

**所属行业：**鞋服

**参选类别：**数字营销最具影响力品牌

## 品牌简介

李宁 CF ( COUNTERFLOW BY I-NING ) 是李宁集团基于运动时尚，全新打造的以文化为主旨的产品线，核心理念为「追本溯源，逆流而上」。旗下拥有一支主攻中国传统文化解读的「溯」系列。COUNTERFLOW 鼓励每个人 BY YOURSELF，主张“顺境不傲，逆境不颓”，希望为每个逆流而上的独立灵魂喝彩！

## 2019 年数字营销影响力表现

李宁旗下的运动时尚品牌 COUNTERFLOW，自成立以来遵循“追本溯源，逆流而上”的初心，根植于中国传统文化精髓，打造年轻时尚的品牌基调。通过与国内独立设计师陈鹏合作推出陈鹏联名款、与《国家宝藏》联名、登陆纽约和巴黎时装周，让品牌更具潮流、文化和态度。李宁 COUNTERFLOW 以微博、微信等年轻人喜爱的社交软件为宣传主阵地，全网曝光量达 3.3 亿次，李宁天猫旗舰店粉丝达 1700 万。取得了品牌升级，创新的良好效果。

## 代表案例

### 《逆光逐梦》TVC

#### 策略与创意

在同质化的年代，生产效率越高，产品同质越严重。不仅仅是城市建筑、交通工具、教育模式、日用品等，连服饰、妆容的同质化情况都越来越严重。在这样的环境下，我们都渐渐失去表达自我的出口。逆流而上，逆光而行，正是对这个同质化世界的反抗，传播正能量。TVC 所要表达的内核就是：我们不再随波逐流，而是选择逆流而上做自己。

#### 执行过程/媒体表现

**选景制作地：**青海翡翠湖、雪山、盐湖、厦门大楼天台、白房间、竹林等。

#### 团队人数：

- 青海部分：摄像师 x1 导演 x1 摄影助理 x2 航拍飞行手 x1
- 厦门部分：摄像师 x1 导演 x1 摄影助理 x3 灯光师 x1 灯光助理 x3 制片 x1 航拍飞行手 x1

**拍摄前期：**在 TVC 开拍之前团队不断头脑风暴推翻了大量的创意设想，历时三周最终确定了整个影片的调性和创意方向：结合产品特性将中国传统文化的意境以及品牌态度融入其中。舞蹈贯穿了不同的场景不同的人物，使影片的动态节点展现出高级的美感。对于场景的选择团队也是极其苛刻，在大量的实地勘景的同时考虑了执行难度拍摄周期、时令等因素，在冰岛、新西兰、北疆、青海等选景地中最终选择了青海翡翠湖来进行拍摄。



**执行过程：**片子的执行拍摄将分为青海部分和厦门部分各拍一天。在确定了演员服装搭配和舞蹈动作之后，确定青海和厦门两个部分的执行人数。

7月29日团队一行飞到青海，7月30日来驱车到了翡翠湖，开始根据脚本精心复景，在两天的布景完成之后团队确定8月1号进行拍摄。8月1号团队先行拍摄了攀登雪山的部分，紧接着拍摄了盐湖舞蹈，最后在日落前夕众人完成了走向时间装置的结尾镜头。由于做了很充足的准备，总体下来还算顺利。

厦门部分的拍摄，在前期的商讨中场景确定是天台、竹林、室内儿童房及一个完全密封的白房子。为了营造真实正确的比例及氛围团队花重金实景搭建了白色房子并没有用到后期的技术。最后天台部分的拍摄难点是在于钢化玻璃那几个镜头，与其说难点还不如说考验玻璃的硬度，在玻璃场景拍摄完之后厦门的拍摄也顺利完成。

**后期制作：**在后期制作阶段，我们对配音的音色质感进行了严格的筛选，从剪辑和配乐上对视频整体的节奏做了深度的调整，以其更贴近片子调性。

**媒介表现：**

**TVC传播节奏：**

| 媒介   | 渠道                     | 上线          | 补充说明                   |
|------|------------------------|-------------|------------------------|
| 微博   | 李宁线上粉丝基地               | 9月4日        | 以态度文案+TVC形式发布          |
| 微信   | COUNTERFLOW BY LI-NING | 9月6日        | 以态度图文+TVC形式发布          |
| 微淘   | 李宁天猫旗舰店                | 9月9日        | 以征集买家秀+TVC形式发布         |
| 外部媒介 | 100家媒体                 | 9月10日-9月16日 | 百家媒体同时发声（以PR稿+TVC形式发布） |

**李宁COUNTERFLOW：为逆流而上的独立灵魂喝彩**

 环球财经热点  
2019-09-11 17:50


最近，COUNTERFLOW By Li-Ning推出一支名为《逆光》的短片，以“追本溯源，逆流而上”的精神，为每一个在逆境中坚守自我，逆流而上的独立灵魂喝彩。

**李宁COUNTERFLOW：为逆流而上的独立灵魂喝彩**

 财经生活网  
2019-09-12 17:53


最近，COUNTERFLOW By Li-Ning推出一支名为《逆光》的短片，以“追本溯源，逆流而上”的精神，为每一个在逆境中坚守自我，逆流而上的独立灵魂喝彩。

TVC 以微博、微信、微淘和外部媒体等多种渠道同时宣发，精准抵达消费人群的同时取得了大量曝光，成功地塑造了品牌形象，进一步将品牌形象打入消费者心智。

视频连接：<https://url.cn/5U63I3B>

**营销效果与市场反馈**

| 时间          | 渠道                          | 阅读量       | 互动量     | 截图  |
|-------------|-----------------------------|-----------|---------|---|
| 9月4日        | 李宁线上粉丝微博                    | 332,000   | 376     |  |
| 9月6日        | COUNTERFLOW BY LI-NING微信公众号 | 3,431     | 40      |  |
| 9月9日        | 李宁天猫旗舰店微淘                   | 4,448     | 27      |  |
| 9月10日-9月16日 | 百家媒体                        | 5,715,688 | 204,650 |  |