

李宁-城市地标巨物游船营销

- **品牌名称:** 中国李宁
- **所属行业:** 体育服饰
- **执行时间:** 2025.11.29-11.30
- **参选类别:** 大事件营销类

2025 上海马拉松期间，中国荣誉品牌李宁以核心跑鞋飞电 6 ULTRA 为原型，打造 14 米巨鞋船创意装置，该装置沿选手奔跑轨迹于黄浦江巡游并在北外滩国客中心定点漂浮，将产品科技参数转化为强视觉符号，化身跑者“精神加油站”，构建品牌、运动与城市的深度共鸣，营造城市与运动共生的浪漫氛围，成为赛事期间极具记忆点的标志性营销亮点。

项目背景：

锚定上海马拉松这一竞品主场，在预算远低于竞品的前提下，采取主动进攻型营销策略，打出“科技赋能+事件破圈+成绩背书”的组合拳，实现品牌声量、产品口碑的全面跃升。



核心策略：

针对竞品主场的声量争夺需求，李宁聚焦飞电 6 核心科技超靛胶囊，精准锚定消费者对专业运动科技“易懂、易记”的认知诉求，创新提出“超能涡轮”形象化传播概念并配套视觉创意，将硬核科技转化为直观可感的符号。



作品设计-白天效果呈现



作品设计-夜景效果呈现



1、打造外滩创意OOH破圈事件，点燃城市级打卡热潮

上马前夕，于地标外滩打造飞电 6 ULTRA 巨型鞋模，并于比赛日突袭赛道为跑者加油，实现目标人群主动与产品打卡的高效互动和社媒裂变。登上2 个上海本地热搜 TOP3，实现品牌曝光的量级突破。



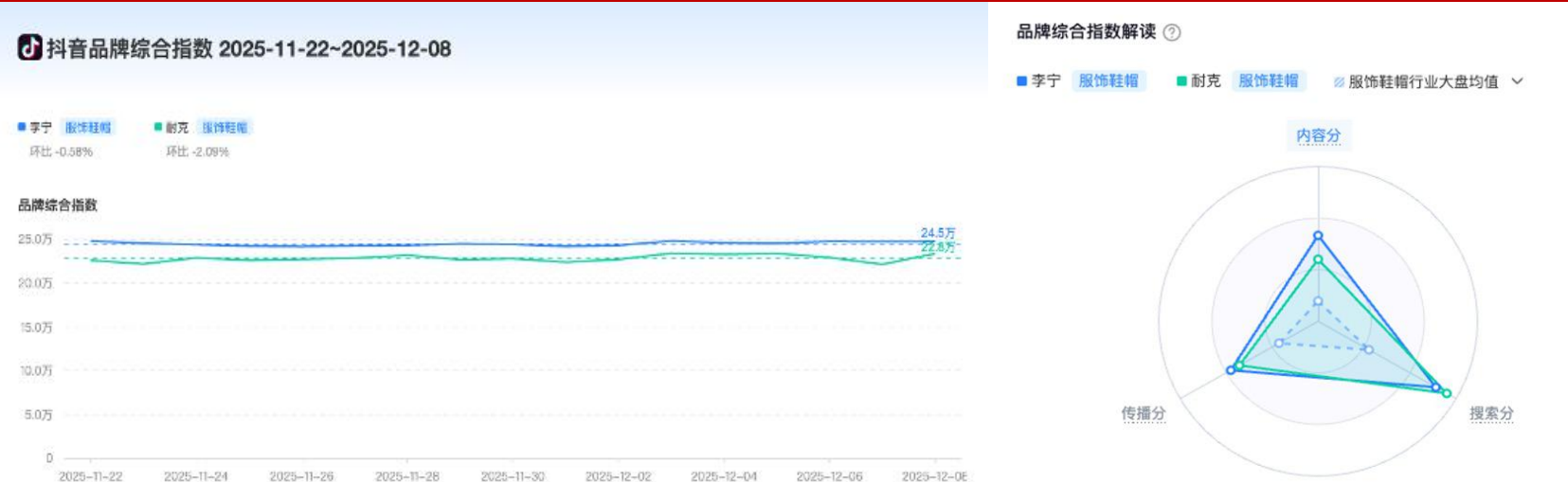
2、顶级赛事+顶级成绩背书，实现专业口碑心智突破

以上海和瓦伦西亚马拉松为核心验证场，实现上马破3跑者占有率第一、百强跑者占有率第二的标杆成绩，同时助力头部精英KOL大正打破PB，相关话题获获抖音全平台总榜 No.4、上海本地热榜 No.1。隔周签约运动员大迫杰瓦伦西亚马拉松刷新PB打破国家纪录，再度成为跑圈焦点事件，全网迅速产生内容16607篇，“李宁赢麻了”“飞电6e确实强”等关键词刷屏，实现产品专业赛道竞争力的大幅突破。



聚焦抖音、小红书两大核心平台，声量内容全覆盖，实现抖音内容指数超耐克 39%、传播指数超耐克 11%；
 小红书总阅读量超耐克 18%、总互动量超耐克 19%、爆文数超耐克 29%，全域数据全面压制竞品，发布首日包揽天猫平台跑步鞋类目TOP3，较2025超䨻发布会互动量超出160%

抖音品牌综合指数



魔力搜索 互联网 (抖音, 小红书) 互动量

