

利郎×《披荆斩棘3》 诠释简约精神

本报记者 施珊妹



9月1日,2023年芒果TV《披荆斩棘3》合作伙伴利郎,官宣陈楚生、张远担任利郎简约男装推荐官。这是利郎近来的又一动作。不久前,利郎发布了2023年半年业绩,以营收、净利润等四大关键指标齐升,领跑男装行业。与此同时,利郎还刚刚升级了最新视觉形象,以全新的logo开启品牌新纪元。

消息一出,网友便“炸了锅”,纷纷留言:“真想把利郎的衣服焊在陈楚生和张远身上,他们简直是行走的衣架!”“生哥穿利郎好帅呀!原地种草同款!”“兄弟齐心,其利断金。利郎,你们是会选人的!”……随后,利郎与#这届哥哥 主打一个简约风#话题更是频频登上微博热搜。

携手头部综艺 利郎跨界出圈

《披荆斩棘3》是由芒果TV推出的全景竞演综艺,由齐思钧主持,陈琦沅担任舞台总监,陈伟伦担任音乐总监。

节目以“披荆斩棘,奋进中国”为核心,通过32位男性嘉宾不断挑战、探索、努力奋斗的故事,展现男性的奋斗精神和个性魅力。节目依旧采用全景竞演综艺模式,经过初舞台、5场歌曲

竞演及家族诞生夜的合作与竞争,最终建立第三代滚烫演唱家族。

蔡国庆、郑嘉颖、胡兵、苏见信、品冠、王耀庆、林志颖、陆毅、陈楚生、张远等明星嘉宾的集结,让《披荆斩棘3》在筹备初期便收获不小关注。随后,嘉宾亮相芒果舞台,一起碰撞创新舞台后,相关话题更是频频登榜微博热搜。

在本季节目中,利郎简约男装化

身哥哥们的指定“战袍”,以“披荆斩棘”为名开展一场奇妙的旅程。利郎希望在节目中,与哥哥们一起探寻精神与品牌的共鸣,诠释品牌“繁华阅尽处,简约不简单”的精神内涵。

值得一提的是,这也是利郎又一次成为《披荆斩棘》综艺节目的合作伙伴。

此前,利郎在赞助这一口碑与话题齐飞的节目中,作为2021芒果TV《披荆斩棘的哥哥》行业指定,提出了“有颜有型有气场 哥哥都在穿利郎”,以超高的热度霸榜全网。

价值取向相同 利郎与哥哥双向奔赴

缘何选择赞助这一节目?利郎方面这样回答:节目的嘉宾阵容及正能量的价值取向,触动了利郎,达成了这次“双向奔赴”的合作。

在利郎看来,一场成功的营销,绝不是节目产品与企业商业诉求之间的简单拼凑,而是应该能够体现企业品牌精神,并与消费者建立情感联系。在这一点上,利郎从《披荆斩棘3》里,找到了双向奔赴的价值。

一方面,是国民度与“匠心”精神的契合。平均年龄30岁+的哥哥们,均是各自领域的佼佼者,而且国民度

高,有经典作品,带给一代人正向影响和艺术熏陶;而利郎男装属于深入人心的中国男装品牌,36年来始终专注于商务男装,品牌知名度响彻大江南北。

另一方面,是面对变化的相同抉择。节目中,当初舞台“怀旧”专场过后,各位哥哥需要打破年龄界限,打破过往成就,不断突破自己;面对新消费时代,利郎选择主动出击,开启品牌的升级之路,以拥抱年轻消费群体。

鉴于对《披荆斩棘3》传递的“诠释

男性魅力”价值观的认可,以及对该综艺IP强大号召力和传递社会正能量的认同,利郎以合作伙伴身份助力《披荆斩棘3》,借力顶级网综IP传递“利郎简约男装”的品牌定位,实现了品牌多元化跨界营销。

多则惑,少则明。利郎正开启品牌的升级之路,撬动整个行业向年轻消费群体的轨道迈进,而此番“品牌+综艺IP”的全新玩法,不仅让利郎背后的创意理念、产品价值及供应链变革得以更生动地呈现,更成功为“男人滚烫人生”实现反向代言。从这一点可以说,这是利郎持续深耕IP全链路营销,以综艺IP影响力撬动产品价值站位的又一次成功探索,创造新的长期价值,堪称多赢。

全方位升级 链接消费者

越来越多的男性开始注重外在形象与个人内心满足。过去,我们能想到的男性消费品主要是电子产品、游戏手办等;但现在,男性护肤、彩妆、穿搭的意识被唤醒,服饰与护肤也成为男性消费品主力。

可以看到,在B站、抖音等平台,关于“男生穿搭”的视频播放量与点赞量动辄高达几百万,即使在女性用户为主的小红书,“男生穿搭”相关笔记也有数十万篇。

越来越多男性开始注重穿搭与造型,并逐渐在已经被充分挖掘的女性消费市场之外,划定出属于他们的消费地盘。显然,这是一块尚待开垦的新市场,也是利郎等中国男装品牌面临的新机遇。

在利郎品牌总监王俊宏看来,年轻一代的消费者社交表达欲很强,渴望自己的态度得到理解。“这个时代似乎已经没有那么严肃了,‘冒犯而幽默’‘包容’‘游刃有余’都可以是新商务的态度。”

谁能与年轻一代男性消费者对话,满足他们的消费需求,

谁就能成为行业引领者。塑造一个“人格化”的品牌形象,以此来为产品背书,获得年轻消费者共鸣,或许是与年轻消费者对话的最好方式。从这一点来说,利郎赞助《披荆斩棘3》也就在情理之中了——两者在“人格化”精神方面十分契合。



实际上,不仅是赞助《披荆斩棘》这一营销动作,过去几年,利郎在品牌内容化营销方面的表现均可圈可点。

无论是联名中国日报提出品牌“新商务”理念,与科幻小说《三体》推出IP联名系列,还是邀请韩寒演绎广告片《新商务时代的惑与思》,利郎都在为品牌的价值观作注解,即不断学习、健康生活、国际视野、有正能量、文化自信、注重衣品、协同合作,而这也是年轻一代理应具有的形象。

通过一系列活动,利郎带动了品牌升级,以更具人格化的品牌形象,完成了与年轻消费者的对话。

在消费者洞察方面,利郎通过分析销售数据和会员管理体系数据了解消费者。这些年,利郎的商品企划部门、销售部门、商品研发部门做了大量的消费者调研,在收集数据整理后,一起碰撞确定每季的商品企划案。“纤软皮鞋”“一秒速脱”“耐洗衬衫”“取消后领标”都是利郎近年努力的成果。

在研发与供应链方面,利郎的优势不仅局限于款式、工艺、版型,其面料创新也为产品创新提供了保障。

在服装行业,面料十分关键。如果不做自己的面料研究所,在服装款式设计上很难有大突破,很多样衣可以开发出来,但整个企业的供应链却无法支持设计师的创意转化,无法按照样衣标准达到量产。深谙此理,利郎成立了面料研究所,聚合数百名国内外优秀研发设计专家,对制版中心、工艺中心和工厂进行了分级,从源头的纱线、面料、印染到后期实验室检测,均坚持原创自制。

正是由于在消费者洞察、供应链与产品研发方面准备充足,才能不断有受年轻消费者欢迎的产品推出。通过物超所值的产品、完善品牌丰富度来培养消费者的忠诚度,无疑是聪明的。

品牌之所以成长,是要通过广告、创意、经营理念和产品本身在消费市场中放大,让更多年轻消费者看到。这一系列动作,从深层次为利郎品牌变革提供有力支撑。据利郎发布的2023年中期业绩显示,截至6月30日集团收入同比增加6.7%至人民币14.91亿元,经营利润上升3.9%至人民币3.05亿元,实现营收利润双增长。

361° 发布赛道梦想计划

本报记者 柯雅雅

以百万奖金为始,带着“梦想”之名而来。3日,361°在杭州发布了其专业精英马拉松竞速跑鞋——飞飏Future,并公布了“赛道梦想计划”,“豪掷”100万元奖金,从平台、产品等多方面为跑者提供支持,助力他们追求梦想。

“赛道在你脚下” 361° 携手跑者追逐赛道梦想

发布会上,361°结合自身品牌定位,升级跑步策略,发布“赛道梦想计划”,并提出全新跑步策略——“赛道在你脚下”。此次发布会,最引人瞩目和引起广泛讨论的部分,无疑是“豪掷”100万元奖金。

据悉,“赛道梦想计划”将分别以马拉松赛事、三号赛道10KM竞速系列赛、城市跑团及青少年俱乐部等为落脚点,分别针对不同跑者群体,如顶尖跑者、进阶跑者、跑团、青少年俱乐部等,为他们提供奖金激励和产品支持,并以他们为榜样带动更多跑者加入、参与。

马拉松赛场的激励机制中,361°针对“草根大神”释出100万元奖金,即穿着361°全套装备,中国本土非注册选手,在正式比赛中男子2:10:00/女子2:29:00以内,奖励100万元人民币;对进阶跑者而言,在指定城市马拉松场次中,跑到3小时区间,直至2小时15分区间,穿着361°装备的中国本土跑者,均可以得到不同额度的奖金作为激励,以此助力更多以“破三”为目标的大众跑者不断突破自我。

361°为合作的大众跑团跑者提供参赛装备、参赛名额、运营基金、推广大使签约权益、系统训练课程等,切实推动民间跑步团体发展;361°针对青少年俱乐部,每年度提供30万元价值装备,并邀请青



少年运动员参与“三号赛道”竞速赛,参与装备研发与测试等。

具体可行的各项措施背后,反映出361°渴望助力跑者提供全产品、全方位、全地域的运动体验,为国内跑者创造全新的跑步发展体系,满足不同阶段跑者的差异化需求,鼓励并支持每位跑者找到自己的专属赛道,追逐梦想,突破PB(个人最好成绩),陪伴和号召更多跑者一起大跨步向前。

“361°计划在未来三年加大投入助力中国路跑事业,通过产品研发创新、三号赛道IP持续打造等方式,升级完善361°跑步生态圈的建设,为更多跑者提供专业的跑步产品和服务,致力成为赛道上每一位跑者的陪伴者、鼓励者和助力者,并进一步为全中国跑者创造全新的跑步发展体系,满足全中国每个阶段跑者的需求,共赴热爱。”361°品牌管理中心总经理郑业欣表示。

以“未来”之名 命名飞飏Future

工欲善其事,必先利其器。发布会现场,大家期待已久的新一代专业精英马拉松竞速跑鞋——飞飏Future正式发布。

过往的几年间,361°竞速家族矩阵已经经过许久的科技沉淀。从第一双碳板跑鞋飞燃到前后分离式的飞飏,迭代优化的飞燃2、飞燃2.5……不断精进的材料、科技、结构设计等方面,经受了运动员和众多大众跑者的检验。此次,飞飏Future集合了当前顶尖的科技与创意,致力展现未来趋势与体验,在工艺及廓形方面均实现了突破。

据悉,为适应精英跑者的竞速需求,以专业助力每一位跑者,飞飏Future在飞飏1代基础上进行全方位升级。飞飏Future采用全新的“赢创尼龙12粗胚发泡”,这一材料革新,相比飞飏尼龙颗粒发泡88%的能量回馈,飞飏Future的能量回馈首次提升至90%以上。在各个品牌都在发力研发碳板竞速鞋的今天,能量回馈率90%的数据绝对是行业领先。

飞飏首创的前后分离式中底,在飞飏Future上得到了延续。整个中底的结构方面,采用三块模具打造不同的软性程度。

在前掌的弯折部分,飞飏Future采用了仿生趾骨折叠线,加强了趾骨部分碳板的刚性,前后掌过渡更为顺滑,减少后跟拖沓感,从而增加跑步过程中的效率。

碳板竞速跑鞋如今已经不仅是各大品牌的技术壁垒。一双优秀的竞速鞋,不是中底泡棉与碳板简单堆叠,拼细节设计、材料科技革新才能给跑者带来更佳产品,从而经受住市场考验。361°以“未来”之名命名的飞飏Future,期待它与更多跑者一起书写新的故事,成就不同的梦想。

