



- ◆ 品牌方：中国匹克
- ◆ 合作方：二咖传媒
- ◆ 参选类别：年度移动营销金牌搭档

双方通过内容共创，IP资源合作的方式，针对中国运动市场蓬勃发展，匹克品牌看中自媒体市场潜力，并找到毒角SHOW，针对海外场景进行品牌向视频内容创作，一年以单一账号进行合作总预算达150万元，总计转化及销售额达到500万元。

共同的目标及长远合作价值：

毒角SHOW并不是单一的投放合作或者是带货向的达人，匹克与二咖是把毒角SHOW当成一个布道者的角色，通过各自的特质，进行内容专项探讨，共同深挖脚本，并通过资源的匹配，带入第三方IP扩大效果，最终实现品牌调性体现及影响力提升。

- #中国球鞋科技征服老美
- #在美国倒卖球鞋流水上亿？
- 运用时下热点，外国特殊场景及外国人反应为内容核心进行创作，抓取用户猎奇、共鸣及民族自豪感的多方位心理，进行话题及品牌营销。
- #中国球鞋科技征服老美总播放量：**3000w+**
- #在美国倒卖球鞋流水上亿？总播放量：**1亿+**
- **总计销售转化：500万元**



<https://m.weibo.cn/5991896093/4353700812094785>



在美国卖球鞋能赚多少钱？外国加价卖中国球鞋，发家致富新思路！

<https://v.douyin.com/JSqNFQt/> 复制此链接，打开【抖音短视频】，直接观看视频！

针对匹克和毒角SHOW的深度合作，我们从项目开始到复盘完成都与品牌方进行了深度以及十分密切的沟通，最终取得的效果是意料之外的，所以希望日后我们可以更加的紧密合作争取继续为中国自有品牌赋予力量。

—— 二咖传媒联合创始人 苏欣

角角是我们在做全新品牌形象时第一个想到的IP，同时自媒体也带给了我们无限的惊喜，不以转化效果为目标，着重于内容端及品牌声量绝对是未来品牌和机构合作的重中之重。最终的效果是令人满意的，希望可以与角角、二咖传媒更加的紧密合作。

—— 中国匹克商务总监 周灿煌