

UNI-FIRE × UC Berkeley: From Concept to Commerce

2025. 04-2025. 07

UNI-FIRE原创品牌 × 美国加州伯克利大学 跨界联名快闪全案

由七人学生团队创立的原创品牌，“UNI-Fire”以美国加州伯克利大学校服为文化媒介，通过构建融合美式街头涂鸦与复古校园美学的沉浸式快闪空间，将经典单品转化为品牌叙事的载体。活动通过场景化打卡、限定商品矩阵及社群互动，最终实现了从文化共鸣到私域沉淀的完整品牌表达，完成了一场兼具视觉张力与商业策略的品牌塑造实践。



Berkeley
UNIVERSITY OF CALIFORNIA

UNI-Fire*

2025

UCberkeley校园周边
潮服快闪活动

一场以主理人精神为内核的策展式品牌实践

策略原点：将个人叙事转化为品牌资产，通过策展式快闪活动实现落地

2025. 04-2025. 07



项目介绍：

我们的机会源于品牌主理人 YUJIA 的独特基因——从故乡长安镇到加州伯克利的成长轨迹，以及音乐、运动、数学交织的多元背景，恰好融合了“街头活力”与“学院积淀”。我们决定将这种个人化的“混合美学”升华为品牌的核心叙事，并策略性地选取主理人的母校美国加州伯克利大学校服，这一承载其个人经历与广泛文化认同的实体作为“品牌画布”。

与国内校服不同的是，国外高校校服大多以运动品牌与学校品牌进行联名，多以舒适的卫衣、T恤品类为主，兼具美观与实用，更符合大众尤其是年轻群体的喜好，更具创意性地接触多元的地域文化；同时，年轻群体也更愿意接受品牌所带来的情绪价值与衍生产物，用户画像明确。

核心策略：

发起一场“跨界策展”。我们不做简单的商品联名、传统的场景打卡或是故事分享会，而是以主理人 YUJIA 为原型创造品牌 IP，以其经历为线索构建体验空间，将快闪活动打造为一个可进入、可感知的“三维品牌宣言”，以此实现品牌价值的瞬时引爆与深度用户连接。



团队成员身着UC-Berkeley校服合影

创意概念与核心体验

2025. 04-2025. 07

主题概念：

【UNI-FIRE2025：UC Berkeley校园周边潮服快闪活动】
Slogan：“生活不曾告诉你的，激情给你答案。LET THERE BE LIGHT.”

品牌理念：

“UNI-FIRE” 谐音 “You Need Fire”。

前缀 “UNI” 凝聚了品牌的精神内核：

UNITY（团结） & UNION（联结）： 指涉团队友谊与社群构建。

UNISON（一致）： 代表品牌美学与生活态度的高度统一。

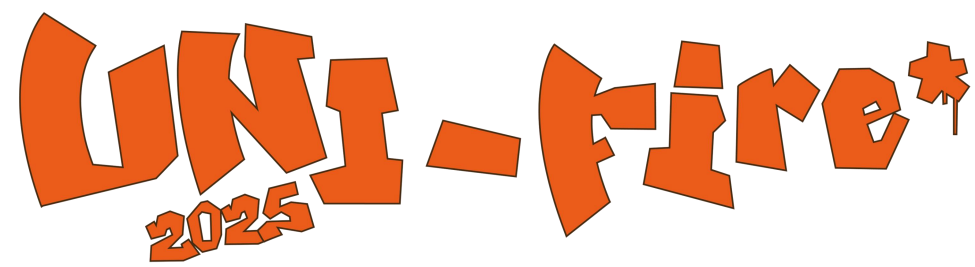
UNIQUE（独特）： 根植于每个人不可复制的个人经历与视角。

UNIFORM（校服文化） & UNIVERSITY（大学文化）： 直接指向本次活动的文化媒介与核心场景。

UNI-FIRE是以 “UNI ” 为前缀的多元价值宣言，旨在聚合团结、独特、校服文化等核心精神，最终点燃每个人心中的生活激情。

IP形象：YUJIA

本次设计的核心IP，源于主理人YUJIA宇嘉的真实剪影。他不仅是发起者，更是 “街头×学院” 年轻文化的代表。



前期联动本土探店系KOL【热浪长安小分队】，通过微信公众号、小红书及视频号进行精准内容预热；与长安镇政府合作，参与镇区周年公益市集，验证市场热度；同期举办的“The Campus”篮球友谊赛，进一步在社群强化“街头×学院”的品牌形象，为主场蓄积高质量客群。



镇区周年公益市集-活动预热



The Campus篮球友谊赛

核心体验地图（用户旅程）完整体验闭环：

2025. 04-2025. 07

预热与蓄客-情感连接点-沉浸式叙事场-社交传播与沉淀

2. 情感连接点：

用户通过6款IP形象作为品牌核心印象、大型涂鸦装置、场景布置、宣传海报、限定商品矩阵（校服及衍生周边）与品牌故事互动。



IP形象调整草稿



IP运用场景

核心体验地图（用户旅程）完整体验闭环：

2025. 04-2025. 07

预热与蓄客-情感连接点-沉浸式叙事场-社交传播与沉淀

3. 沉浸式叙事场：

快闪空间以美式街头为基调，融合涂鸦、音乐（原创单曲《空拍心跳》播放）、运动等潮流符号，划分“打卡、售卖、游乐、服务”四大功能区。以美式街头为叙事基调，融合涂鸦、原创音乐、音乐黑胶唱片墙与限定商品，打造沉浸式品牌场域，最终引导用户生成内容并沉淀至品牌私域，实现从流量到品牌资产的持续转化



主理人原创单曲《空拍心跳》
作为活动主题歌
团队成员参与和声



活动场照

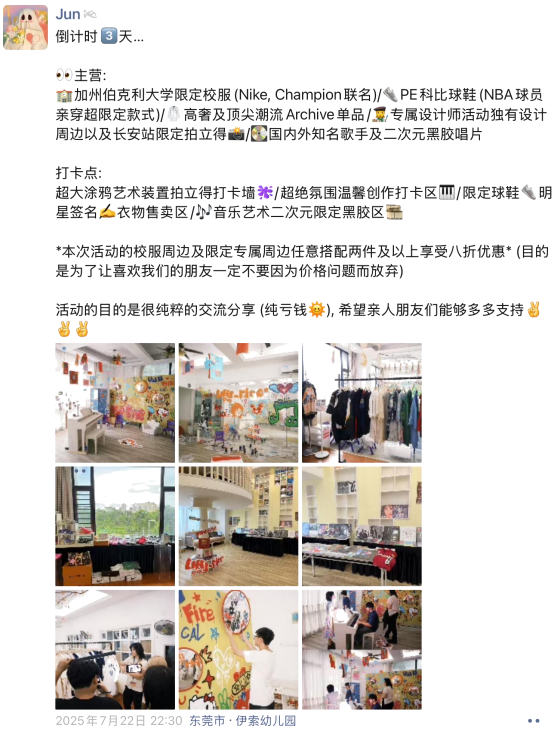
核心体验地图（用户旅程）完整体验闭环：

2025. 04-2025. 07

预热与蓄客-情感连接点-沉浸式叙事场-社交传播与沉淀

4. 社交传播与沉淀：

私域内随和化强化分享，鼓励用户生成UGC（用户生成内容），在社交平台进行二次传播，将线下流量沉淀至品牌私域社群；
制作纪录片私域社群发布，加深品牌印象。



朋友圈发布



活动幕后纪录片截取