

# 虚拟人-筱当归

- ◆ **品牌名称**：无
- ◆ **所属行业**：无
- ◆ **应用平台**：小红书/抖音/微博
- ◆ **执行时间**：2022.07.23-09.20
- ◆ **参选类别**：元宇宙营销类-虚拟形象营销奖

## 结案视频

查看视频请复制链接，粘贴到新浏览器页面里观看视频

<https://v.douyin.com/6u6Dxvm/>



国内偶像产业链越发成熟，偶像文化也日益变得大众化。追星不再是小圈子的“自嗨”，而孵化了一片广大的待挖掘的消费市场。在这种潮流中，一种新的偶像形态——虚拟偶像也正在逐渐摆脱御宅文化的标签，成为一种新兴大众文化。他们已势不可挡地遍布了电商、音乐、商业代言、综艺节目等各个平台，激发了广泛消费需求和市场。2020年，虚拟偶像圈层耕耘多年的生态已臻成熟，早有全面爆发之势。随着短视频、电商直播的火热，虚拟偶像面临更广阔的大众舞台。

## **目标：**

培育虚拟代言人，沉淀为品牌资产，为品牌形象提供长期助力。

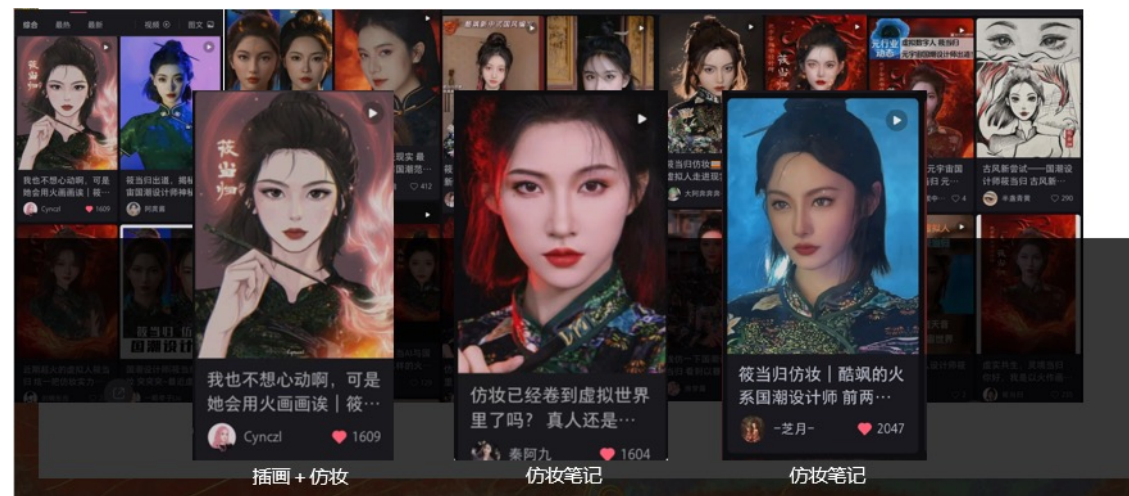
## **挑战：**

创造和运营虚拟人需要过硬的制作技术和审美，目前行业内可达到的技术凤毛麟角。

## 创新亮点：

- 1、首位元宇宙虚拟国潮插画师，首幅作品上链opensea获得业内关注。
- 2、结合中国传统文化与元宇宙潮酷文化，为虚拟人设计朱雀化身的超现实人设。

- 1、策略：聚焦人物独特“火”的属性，以作品为核心进行采风物料发布，辅助小红书达人实现知名度增长。
- 2、实施过程：在“大暑”日，发布诞生系列视频和亮相海报图片正式亮相。随后紧密发布“溯源火种”的系列采风照并且根据当地特色做原创作品，并且结合时下最流行的数字藏品将虚拟人的作品在opensea上上链。期间通过达人的“火系仿妆”、媒体公关炒作、媒介投放等组合拳加深虚拟人的人物特色，以及加强其形象在大众心中的印记。



各平台已积累一定声量基础。根据微信指数，在出道视频发布后，当归的讨论热度攀至顶峰；微信96.87%的讨论热度都来源于视频号。17位小红书达人发布原创视频，**产出3篇超2000+ 互动小爆文**，**#筱当归#话题阅读量156w** 帮助当归在小红书实现知名度和粉丝的增长。**小红书平台对筱当归的词条收录已达100+**，「虚拟人仿妆」是其中热度排行最高的话题类别。**百度对筱当归词条收录达1210+ 条。**

运营月2个月，引发小红书、B站、抖音、百度等多位元宇宙评论类博主转发关注，获得初步业内关注。例如“元宇宙黑科技”

