

科大讯飞智能麦克风C1虚拟形象数字藏品创意营销

- ◆ **品牌名称:** 科大讯飞
- ◆ **所属行业:** 3C, 人工智能
- ◆ **应用平台:** 星昼
- ◆ **执行时间:** 2022.07.01-07.20
- ◆ **参选类别:** 元宇宙营销类-数字藏品营销奖

背景：

一直以来，科大讯飞坚持让人工智能成为每一个人背后的超能力。在科大讯飞新品智能麦克风C1上市的节点，品牌既要讲清楚C1的产品线功能，同时又要与年轻消费者建立沟通，传递品牌信念，品牌该如何寻求新的突破点？

冬奥会期间，科大讯飞便通过对赞助类产品进行科技感虚拟形象的构建，让该品牌为每个用户赋能的“科技力量”可视化，凸显其“用人工智能为用户赋能”的品牌价值。同时将国粹京剧与科技产品融合，展示“科技国风感”，受到众多年轻消费者的喜爱与追捧。

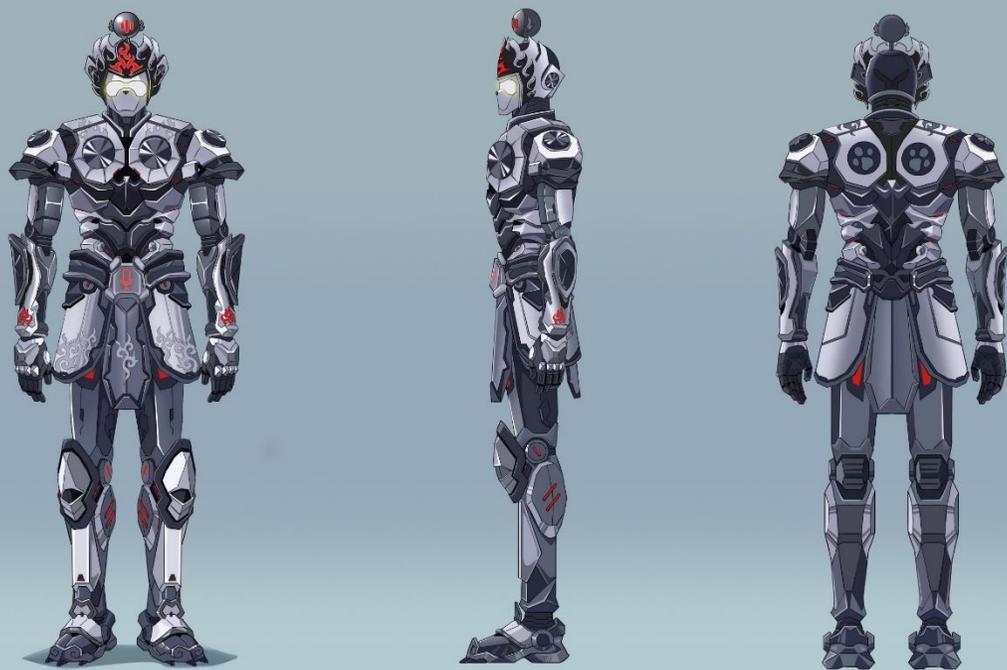
目标：

因此，在新品智能无线麦克风C1上市的节点，科大讯飞再次将目光放在虚拟形象上，让营销模式结合元宇宙趋势，在其旗下数字藏品发售平台“星昼”的支持下，携手打造了一套“祝你讯飞”的虚拟形象IP数字藏品，同时以飞涨直播间创意H5，创建线上虚拟的数字盲盒，助力C1产品销售，推动品牌传播。

- 智能麦克风C1的核心功能价值为传递好声音，而自媒体时代人人都有“麦克风”，都可以表达更好的自己，用作品说话。于是科大讯飞让消费者“置身其中”，通过一套聚中国文化、产品特性、未来科技于一体的寻声数字藏品，创造出了一个沉浸式的互动参与场景，为产品赋予更强的生命力，最终加速渗透到大众领域，实现有效营销。
- H5作为互动平台，既展示了产品、数藏形象，完成用户空投，也链接到电商、私域、数藏平台，打通链路，实现品效合一。

C1虚拟形象三维设计

平面设计三视图



三维模型三视图



满足了z时代追求高颜值、强设计的个性化审美需求，注入了潮酷的潮玩元素，在原有的“科技国风感”上融合了新品智能无线麦克风C1的外观设计创意，最终完成了C1虚拟形象的三维形象。

C1数字藏品设计

以新品智能无线麦克风C1虚拟形象作为数字藏品原型，同时在其原型基础上进行艺术再创作，配饰有以下两个方向：

- 结合#中国青年，祝你讯飞#主题，打造2款三维翅膀
- 为体现未来机械感的同时意寓中国青年朝气蓬勃，所到之处节节飞涨，打造2款主题手持物，贴近传播主题

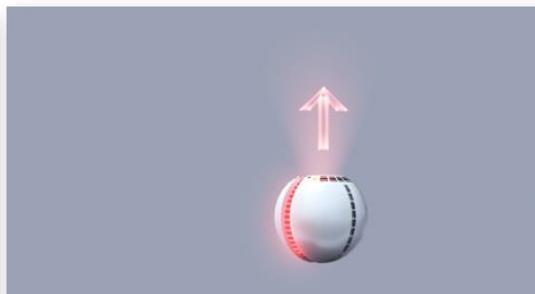
手持配件——科技感宝盒

拥有了科技密码就有了啥都涨的秘诀



手持配件——上涨球体

寓意一种上涨趋势



配件——红黑翅膀

以自身机器人红黑配色延展翅膀设计



配件+黑白翅膀

结合京剧纹理及配色延展翅膀



C1数字藏品形象



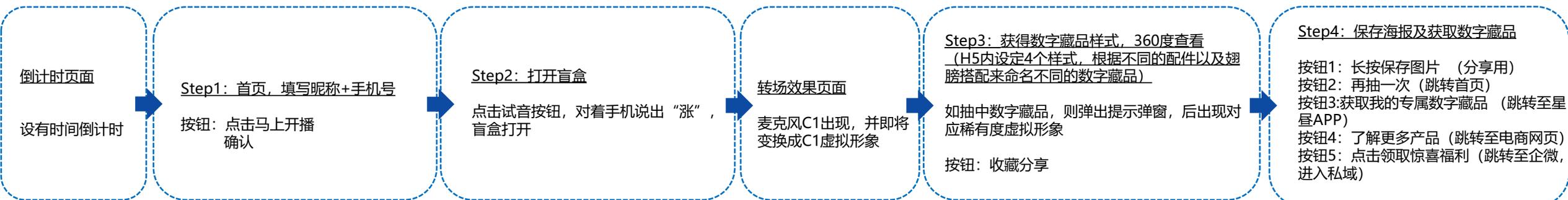
以上形象均为三维制作，可实现360度旋转查看

C1数字藏品互动H5：飞涨直播间

打造飞涨直播间创意H5，创建线上虚拟的首款寻声数字藏品。“寻声”，顾名思义，就是需要用声音来激活，突出新品智能无线麦克风C1的功能价值卖点，直击消费者痒点，同时带来视觉化、沉浸式的体验，打造消费者线上拆3D数字盲盒，360度全景体验数字藏品、潮玩盲盒的新玩法。



H5流程：



H5网页链接: https://www.lewanjia.tech/v1/test_index/kedaxunfei/index.html

- 活动总曝光量500w+, 其中: H5参与抽奖互动人次16w+, 私域引流粉丝2400+人, 星昼引流实名用户近4500人;
- 共计4款数藏6600份在2天内空投完成, 星昼APP稀有售卖款数藏上线1秒内售罄;
- 案例被行业头部媒体数英网收录并推送首页;
- 数藏品质获数藏玩家圈高度赞扬, 被星昼用户认为是平台最具价值的数藏;
- 承接C1新品“百大KOL招募计划”开展新品测评活动, 通过私域场景实现了营销赋能, 打造了承接流量、沉淀消费者, 促成转化的闭环, 真切落到了为新品智能麦克风C1赋能, 让产品深入人心。

