**虚拟世界真实社交，安慕希冲入Z世代兴趣新次元**

**广 告 主**：安慕希

**所属行业**：食品饮料

**执行时间**：2022.06.28-07.29

**参选类别**：元宇宙营销类

**营销背景**

1.2021年，安慕希AMX携手虚拟人AYAYI一同推出了**全球首款数字酸奶**；

2.2022年，作为一向**走在年轻化潮流前线**的安慕希再度出手，**宣布强势进军元宇宙**。并以夏日新品芒果酸奶和气泡酸奶为灵感，携手⻩河山、宋婷两位元宇宙艺术家打造出了两款惊艳非凡的**数字艺术藏品**；

3.7月6日**周杰伦新曲《最伟大的作品》**掀起全网解读艺术梗的热潮，8天后安慕希带着数字艺术藏品问世，领跑数字艺术先锋潮流。





**营销目标**

1.在竞争愈发激烈的酸奶产业中，安慕希作为老玩家一直在不断突破自我，**为寻求着品牌与年轻⼈的更有效沟通**语境而不断努力；

2.安慕希在此场营销活动中，希望通过**有梗有料又有高度**的元宇宙新品营销，可以达到个性破圈，**让年轻人对品牌和新品有一个更为全面的认识**；

3.安慕希需要**找到如何玩热NFT的方式**，从两款夏日新品安慕希“芒果燕⻨酸奶”和安慕希“有汽⼉”气泡酸奶**产品特点为出发点**，**融合年轻人喜爱的元宇宙概念**。

**策略与创意**

**案例视频：**

视频1：宋婷&安慕希《非同质的蓝：代码之镜》数字藏品

<https://www.bilibili.com/video/BV1AD4y1P79v/?vd_source=57c66e95f7d7d1eb5af8dfc26ffe50e0>

视频2：黄河山&安慕希《芒果园飞行岛》数字藏品<https://www.bilibili.com/video/BV1hY411i7EP/?vd_source=57c66e95f7d7d1eb5af8dfc26ffe50e0>

**【营销策略】**

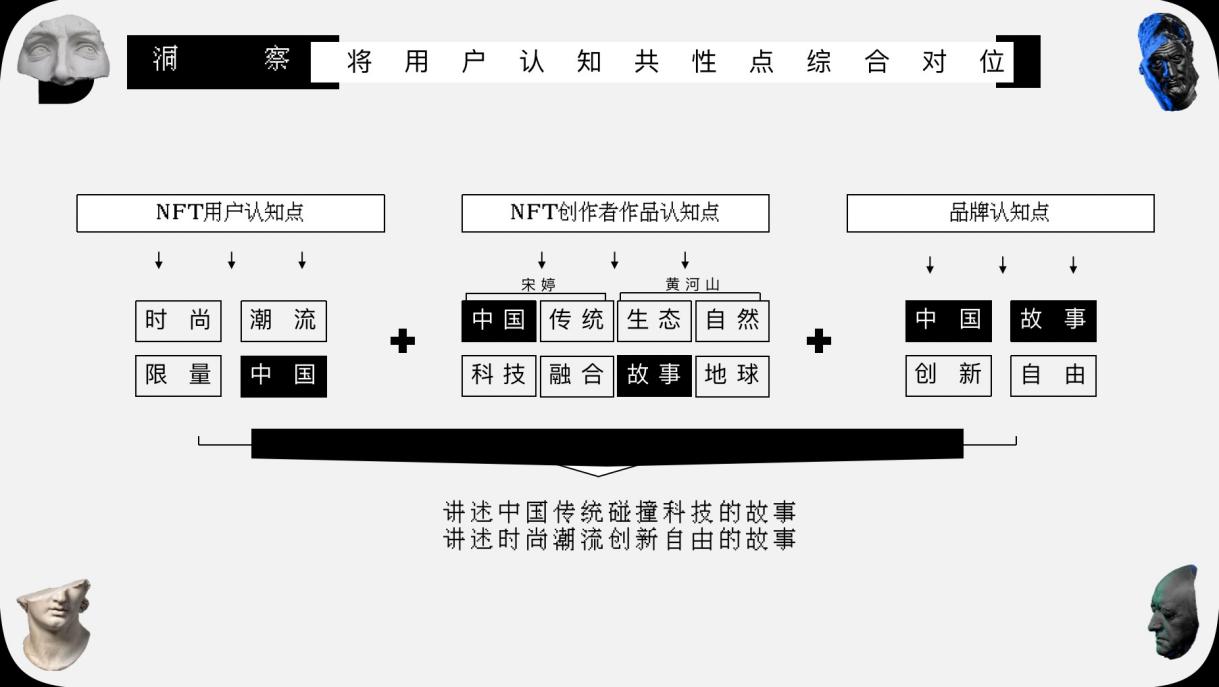
平台**内容场赋能品牌营销场**，**打造数字藏品内容营销闭环链路**，让NFT撞上真实社交。

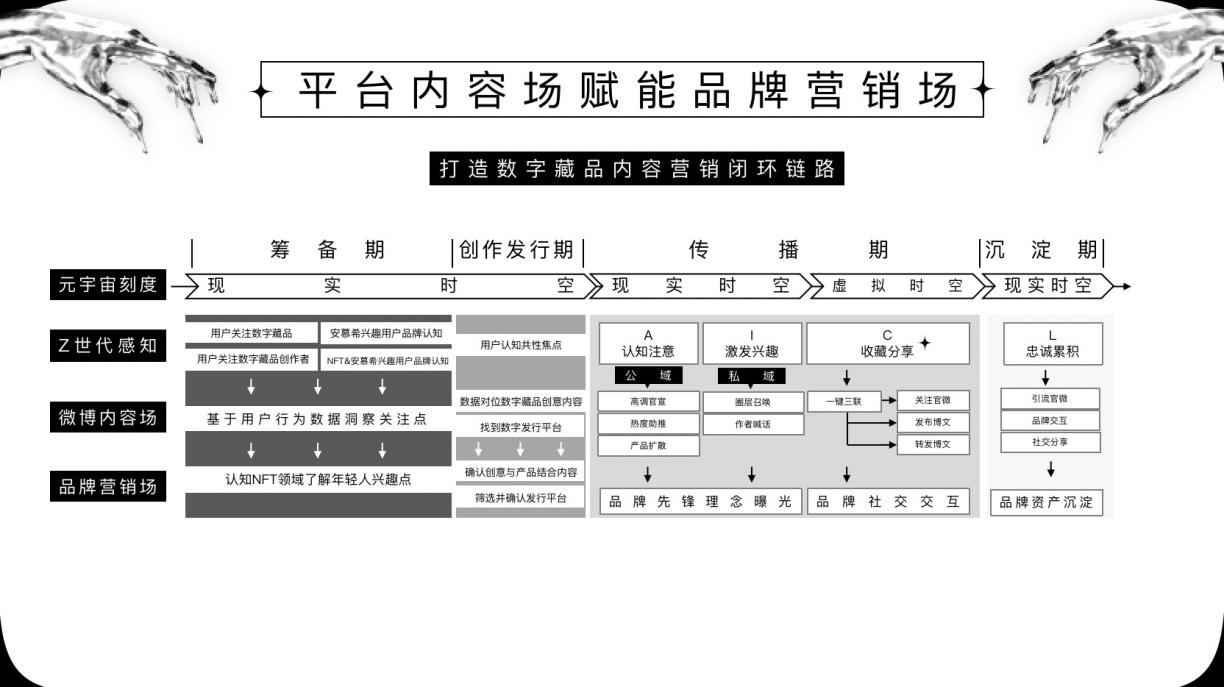
**1.用户洞察**：Z世代感知元宇宙艺术，用户关注数字藏品和数字藏品创作者，进而引导成为安慕希兴趣用户品牌认知，聚合NFT&安慕希兴趣用户品牌认知；

**2.平台场域**：基于用户行为数据洞察，发掘用户认知共性焦点，数据对位数字藏品创意内容，找到数字发行平台，确认创意与产品结合内容，筛选并确认发行平台；

**3**.**创作灵感**：虚拟艺术来⾃于现实情绪，找到现实情绪共鸣点，把现实情绪变成虚拟艺术，进而激活现实情绪；

**4.传播策略**：从传播期到沉淀期搭建AICL模型，实现“**认知注意-激发兴趣-收藏分享-忠诚累计**”。





**【创意亮点】**

1.联手国内知名AI和加密艺术家宋婷推出了**全球首款动态数字艺术藏品《非同质的蓝：代码之镜》**，限量发行999枚，含以四块由**AI生成的扎染图案**为背景，分别对应“**⻛、花、雪、月**”，而安慕希气泡酸奶蕴含在背景中间。艺术家扎染和蜡染的安慕希logo图案，扎染数据集经过算法训练后生成的动态数字效果，以及**安慕希瓶身三者组合**在一起，形成了⼀种虚实结合的视觉冲击感。



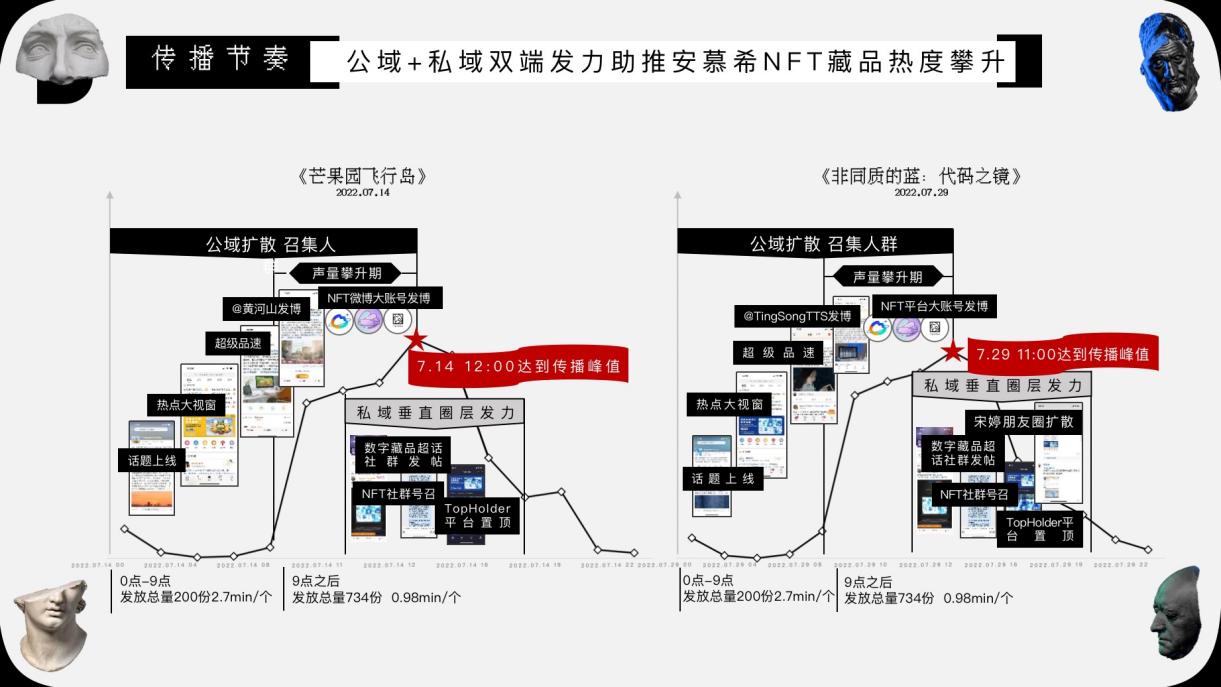
2.安慕希携手知名元宇宙艺术家⻩河⼭，以芒果酸奶为灵感打造**秃力城IP全新数字艺术藏品《芒果园⻜行岛》**，打造了一座同样充满奇妙幻想的“芒果园⻜行岛”，并为其创作了与“秃力城”**一脉相承的主题故事线**。岛屿由安慕希“芒果燕⻨酸奶”提供动力，城主秃力富**化身“芒果大使”**，乘坐香甜多汁的芒果园⻜行岛完成巡城游行。



**执行过程/媒体表现**

**【传播节奏】**

**公域+私域双端发力**助推安慕希NFT藏品热度攀升。



**【打造认知注意】**

1.高调官宣：**话题首发**与**艺术家联合**发布VLOG数字藏品；

2.热度助推：平台**优质资源合力**铺排传播吸引用户关注；

3.产品扩散：利用数字藏品相关大账号扩大安慕希活动辐射面。

**【激发⽤户兴趣】**

圈层召唤：通过“**社群-平台-作者**”三方联合传播调动小众圈层兴趣人群。

**【促进收藏分享】**

一键三联：定制H5品牌任务首次**打通用户真实社交与品牌私域沉淀**。





**营销效果与市场反馈**

1.用户认知：安慕希NFT艺术营销**引发用户争相收藏**且**有效留存用户注意⼒；**

2.品牌声量：安慕希数字藏品营销带动**品牌声势显著提升；**

3.议题抢占：**安慕希与数字藏品强绑定**，跻身NFT领域热议焦点；

4.人群扩容：安慕希兴趣用户成功扩容，实现**多元兴趣圈层扩列。**

