**首家元宇宙酒店，皇冠假日开启超感未来之旅**

**广 告 主**：皇冠假日酒店及度假村

**所属行业**：服务行业

**执行时间**：2022.09.21-2022.10.21

**参选类别**：元宇宙营销类

**营销背景**

**营销背景：商旅年轻化，皇冠假日酒店摩登焕新**

随着年轻商旅消费者的涌入，对Bleisure（休闲商务旅行）需求日益增长。皇冠假日酒店作为商务酒店头部品牌，迅速入局休闲商旅赛道，通过智能化、舒适性、多元化三大维度升级，推出了**新一代“摩登商旅”客房。**

**营销挑战：休闲商旅趋势已成红海 硬件升级难以突围**

皇冠假日酒店不是独一家洞察到休闲商旅趋势的品牌，Bleisure之风在业内已大有盛行之势，酒店硬件升级也趋于同质化。对于**“感官×态度为王”**的年轻用户来说，如何用**差异化的内容触达和转化**，是品牌面临的最大挑战。

**营销目标：**

**种草拉新×品牌年轻化认知，齐头并进：**

* **种草拉新：**

打造线上×线下整合式玩法，较品牌过往同量级营销项目，实现泛年轻用户的**互动突破式增长（60%）**、品牌**会员拉新亮眼增长（20%）**；

* **年轻认知：**

打造创新、创意的体验式营销，区隔于竞品玩法，在种草拉新的基础上，向年轻用户传递**摩登新一代**的品牌全新年轻调性。

**策略与创意**

**策略思考：依托元宇宙数字技术 连接年轻用户的商旅期待**

驱动旅行决策的，永远是期待：对美好的期待，对未知的期待，对与自我相处的期待……商旅也不例外。

休闲商务旅行是新生代商旅人群，对工作和生活“张弛由我掌控”的期待、“乐活人生”的态度标签。想要打动这群追求“新流行”“新体验”“新态度”的年轻人，与其大说特说客房升级的卖点，不如将这份抽象的期待具象呈现，**让Bleisure生活方式更好被感知、态度更掷地有声。**

而概念新潮、视效震撼、体验新奇的**元宇宙，**是皇冠假日酒店构建年轻期待的**破局点。**

一方面，Bleisure**一面商务/一面休闲的多元化酒店场景**，恰与**元宇宙“平行空间”概念**不谋而合，在这里，工作与生活可以自由切换、随心掌控；

同时，依托数字技术，前置化的沉浸云游体验，能打破先入住后体验的传统时空界限，让年轻用户迅速完成种草，缩短住店决策时间。

**核心创意：#旅行不设限 商务亦休闲# 打造一场虚实相生的未来超感之旅**

三大元宇宙前沿技术——**超写实虚拟人、数字区块链、AR虚实体验**，从人-货-场三大维度全面焕新，造皇冠假日酒店的年轻商旅无限象限。

通过**虚拟人裸眼3D大屏线下大事件、艺术家数字房卡藏品共创、元宇宙酒店数字展、AR沉浸式Hotel Tour**的线上线下全链路整合玩法，将事件营销、体验营销、跨界营销一并融合，引爆皇冠假日酒店的全网巨大声量，实现了种草拉新到品牌年轻认知的营销目标。

**视频案例视频链接：**<https://www.bilibili.com/video/BV18e4y1N7pd/>



**执行过程/媒体表现**

**传播策略：**

以超写实虚拟人Nami作为传播的主线，成为皇冠假日酒店的跨次元体验官，引领年轻用户走入未来之门，开启超感之旅。

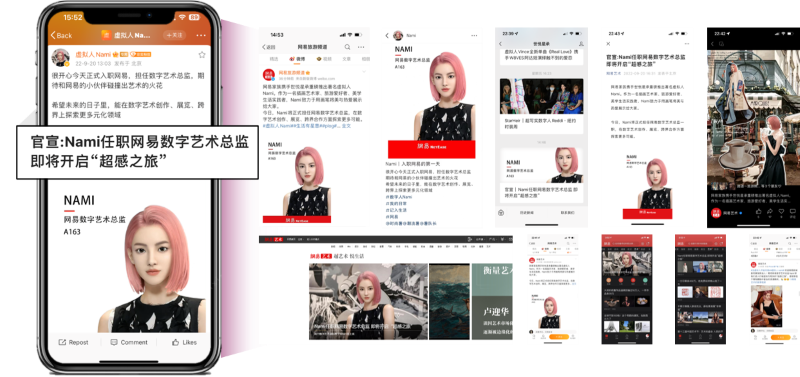
联动网易、微博、微信、抖音、小红书等主流平台，打造一场从**悬念流量→新奇流量→到店流量**的全链路传播。



**执行详情：**

**1.造势期（2022.9.21-9.22）**

#虚拟人Nami入职网易#事件“超感之旅”预告造悬念流量。



**2.爆发期（2022.9.23-10.5）**

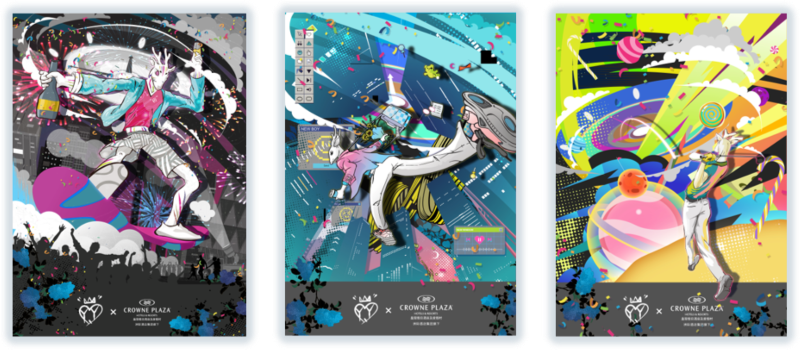
* Nami裸眼3D大屏震撼空降，开启双城地标大事件

在上海和武汉双城的核心街区大屏，虚拟人Nami携皇冠假日酒店新一代客房，以**裸眼3D**的吸睛形式空降，创意展现“商务和休闲自由切换”的Blerisure生活方式。品牌话题**#平行空间空降闹市#**迅速发酵，收割了品牌首波超级流量。



* 艺术家联名数字房卡藏品上线，千人千面领取玩法吸引全民参与

虚拟人Nami联合中国新潮数字艺术家@歪歪，以开启无限想象的酒店房卡为创作载体，融合当代Bleisure的年轻态度内核，共创了**3款共8000份数字房卡藏品**，数字藏品绑定现实酒店/电商权益，稀缺价值拉满。

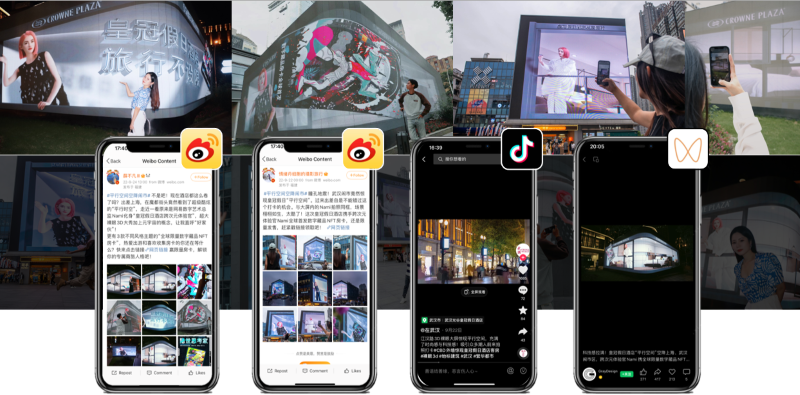


千人千面的人格测试创意玩法，为数字房卡藏品的领取，注入了更有趣、个性化的用户互动动因。



覆盖微博、微信、抖音、网易新闻的全域传播矩阵，最大化扩散品牌线下事件&数字房卡藏品声量；

旅行类、本地生活类、科技类KOL花式传播，触达泛年轻圈层，转化品牌深度互动。



**3.延续期（2022.10.6-10.21）**

* 皇冠假日酒店元宇宙概念展落地 AR一键沉浸开启Hotel Tour

联动3位知名新潮数字艺术家：@歪歪、@徐戈、@曾晨，打造了一场先锋科技与深邃人文融合的元宇宙酒店数字艺术展《创想之门》，Nami破壁现场打卡，将真实的酒店，构建为无限想象空间的全新场域。



在新一代酒店客房中，还可以通过AR技术，一键召唤Nami，作为酒店破次元体验官，向住客趣味介绍摩登新客房的设计理念和极致产品力。



小红书生活类达人矩阵深度探店打卡，深度传递品牌摩登焕新理念。投放期间内，在“商旅”相关笔记的品牌词维度，皇冠假日酒店摘得Top1位置；在笔记的相关评论词云中，TA均高度关注价格/环境等转化行为。



* 行业媒体账号矩阵复盘传播 升华品牌元宇宙营销新价值

联动文旅行业、营销行业、科技行业的10大账号，深度复盘皇冠假日酒店的元宇宙整合营销内容，升华其对**开创数字文旅年轻消费新场景变革**的前瞻格局和创新价值。

**营销效果与市场反馈**

当商旅行业还在围绕空间、装饰、功能区展开激烈竞争时，皇冠假日酒店借助震撼视效、新奇互动的元宇宙营销，抢占了与年轻人群对话先机，成功打造了**3个第一的创新营销：**

**行业首次裸眼3D营销**

**行业首个数字房卡藏品**

**行业首家元宇宙酒店**

线上到线下从悬念流量→新奇流量→到店流量环环相扣的传播策略，也使此次营销荣登皇冠假日近年来同量级营销效果的**多项TOP1**：

全网累计曝光**5.2亿+**，也借此实现了品牌调性的全面升级，塑造了**潮流化、年轻化、科技范**的鲜明品牌个性；

元宇宙数字技术的新奇互动玩法，带来了惊人的**470W+总互动数**，实现远超预期的泛用户互动飞跃，较过往同量级项目平均互动值**增长高达90%**；

线上内容的品牌私域引流、稀缺价值感的数字藏品极致、创新体验的线下展/AR导览，不仅迅速攻占年轻用户心智，更为品牌带来了**1.3W+的新用户注册**，较过往同量级项目平均拉新数**增长36%**，超额完成预期目标。

\*数据来源：第三方秒针监测系统数据/平台公开数据/洲际集团酒店官方统计数据；统计时间2022.9.21-2022.10.21