

重庆IFS “光聚之境” – 亚洲首个镜面数字艺术装置

- **品牌名称:** 重庆IFS
- **所属行业:** 商业地产
- **执行时间:** 2023.09.15-12.31
- **参选类别:** 跨媒体整合类

结案视频

直接点击链接观看视频，或复制链接到新浏览器页面查看

<https://v.qq.com/x/page/k3538eqw4wc.html>

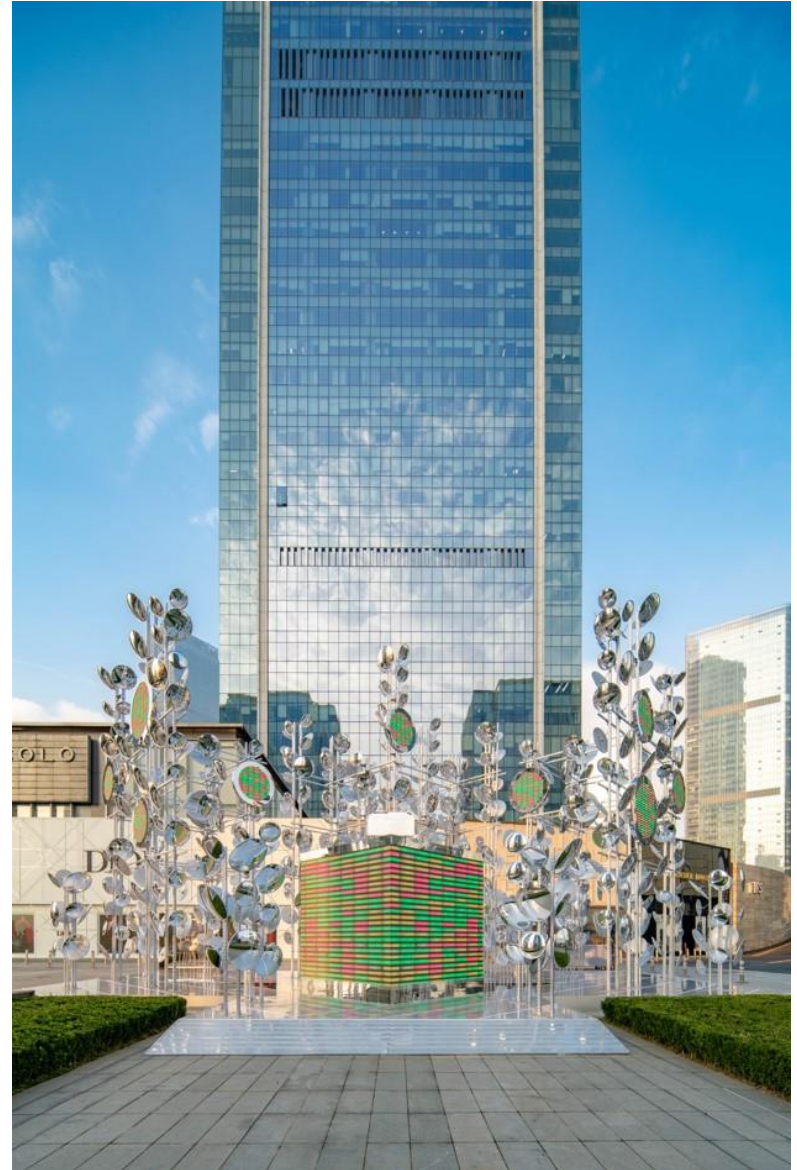
- **背景** - 重庆是中国第二大竞争激烈的购物中心市场，一年内有25个新的购物中心开业，开业面积超过1,800万平米。
- **挑战** - 平均每月开业2家新商场，对重庆IFS的时尚领袖及创新地位制造挑战。
- **市场洞察** - (1) 2022年，百货公司的总销售额下降了9.8%，但像重庆IFS这样的奢侈品商场仍保持增长。
(2) 重庆商场VIP会员占会员总数的12%，但会员销售占总销售额的50% (来源：中国百货报告)
- **机遇** - 专注于重庆IFS在扩大市场份额方面对高端细分市场的渗透。
- **目标受众** - 高端奢侈品消费者和富裕的年轻人群



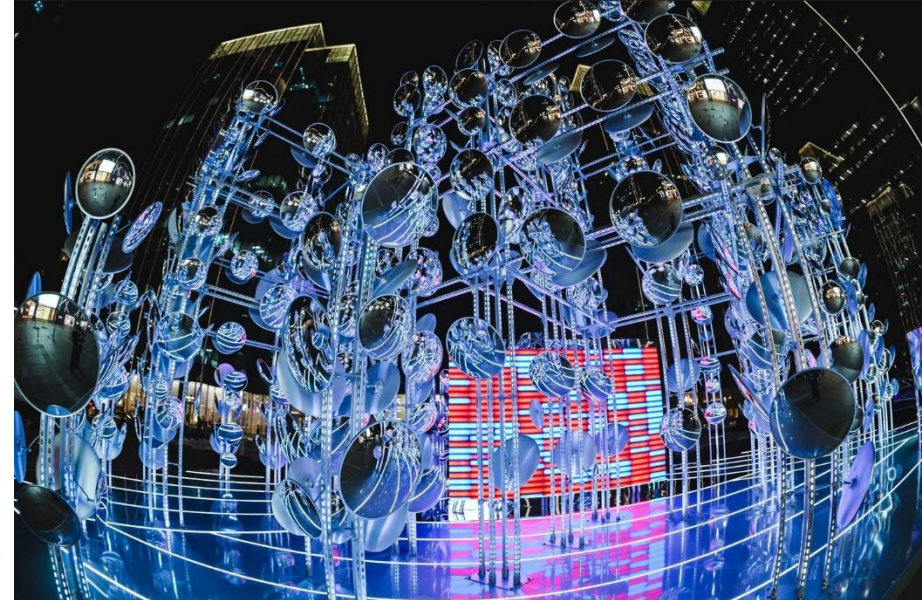
- **第一阶段 客流** – 为吸引用户立即到访创造一个无法拒绝的理由，总客流和流量增长是首要任务。
- **第二阶段 会员** – 通过品牌数字渠道参与，将公共流量转化为私域会员。线上公关和曝光、VIP会员总数和增长将是至关重要的。
- **第三阶段 销售** - 将会员转化为实际销售。总销售额、销售额增长，尤其是奢侈品方面的增长将是KPI。



- 重庆IFS在一向营销活动中强调创意的作用，发布的艺术装置重点聚焦“**共创**”和“**交互**”。同时，还注重创新艺术元素在城市商业综合体中的作用。
- 作为6周年活动的重磅之，“光聚之境Gathering Place”与巴西国宝艺术家 Gustavo Prado（格斯塔维·普拉多）合作，为重庆IFS量身定制并焕新创作其在亚洲的首个公共艺术装置《光聚之境Gathering Place》。项目同时联合五位中国青年数字艺术家，打造前卫创意的虚拟互动空间。六位艺术家融合多元灵感共创，让重庆IFS六周年庆熠熠生辉。这个项目更首次在中国推出亚洲首个镜面数字装置。作为创意类活动，结合最新数字科技进行展现，在多个方面均体现出行业领先的创意能力。其中，创意的具体表现为：
- **艺术思想前瞻性：**重庆IFS与Gustavo Prado合作的作品不是简单的“套用”，而是结合当代社会大众思想聚焦点，强调公民意识及自我身份认同，利用光线、场所和语境，以探究在占有空间的过程中，引导公众认知个人身份认同的理解方式；利用镜面、反射、折射等效果，创造出光芒和幻觉，让公众进入一个抽象虚拟的空间，体现出群体的集体体验。这样的艺术思想，在中国商业体活动中，具有前瞻性和开创性。



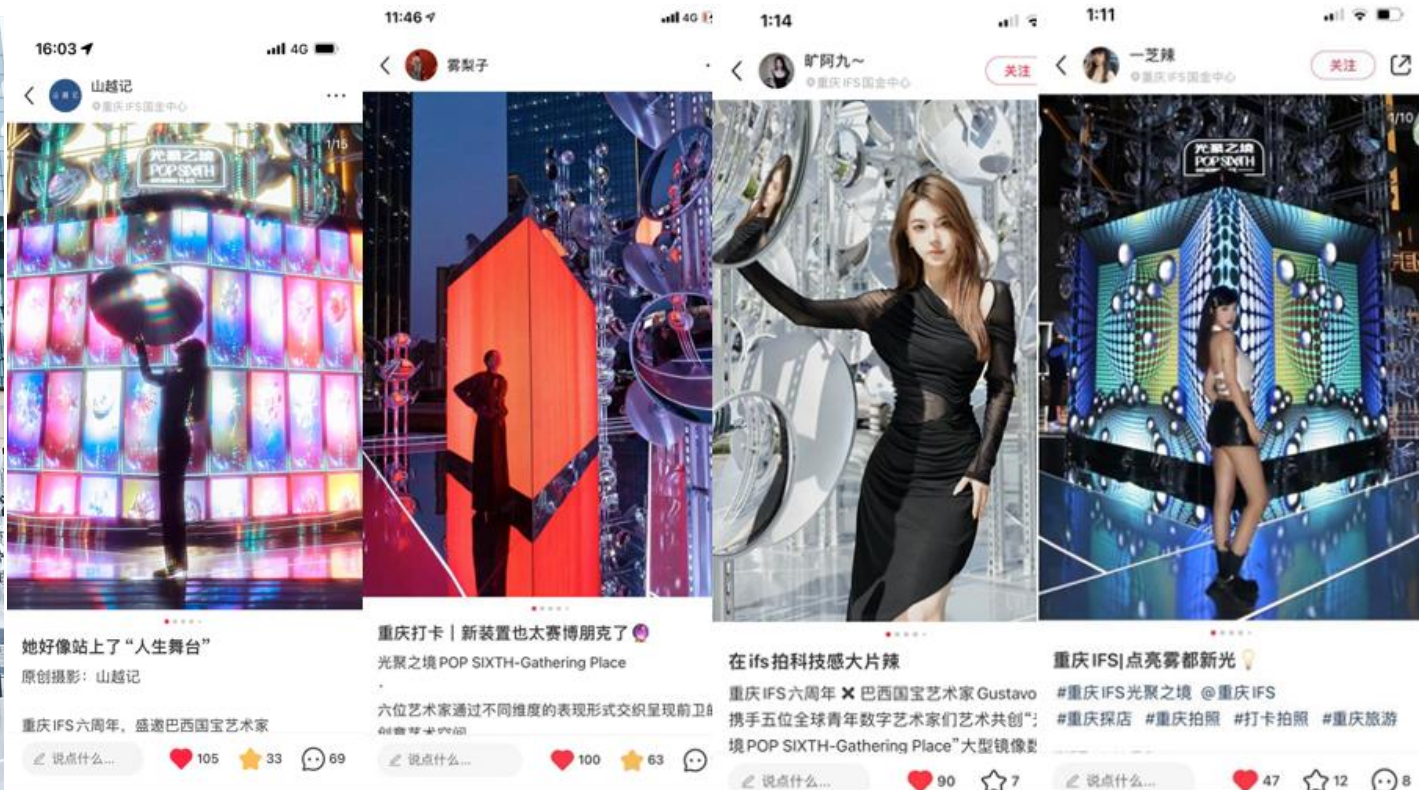
- **艺术装置与城市融合的试验性：**Prado为重庆IFS量身打造、在全球首次发表与数字艺术相结合的装置作品《光聚之境Gathering Place》，这也是他在亚洲的首次展览。标志性的巨大镜面装置阵群以震撼人心之势矗立在商场三楼的户外广场，最高处达9米、共124根LED灯光立柱融合数百面圆形镜子以不同角度遥相呼应，寓意全方位的观察与思考，象征重庆作为一个容纳各种文化的聚集地，让人们在镜面中看到自己和他人，同时照见重庆的过去历史，呈现出城市多元性和融合性。装置呈现出来的森林结构，呼应了重庆作为山城的地貌特征以及高楼林立的城市建筑特征。
- **现代科技互动体验上的创新性：**重庆IFS致敬重庆作为中国重要的智慧城市之一，品牌利用科技创新，与Prado共创，首次在装置中融入数字艺术作品，创造出了全新的多维度观看体验，使观众能够更深入地参与到作品中。大大增强艺术互动感，结合现场的手势感应互动，人们移动手掌位置，便能变幻出不同的光影效果，仿佛置身于充满未来感和奇幻元素的光影空间。



- 除Prado之外，还特别融合了另外五位国内杰出数字艺术家的代表作品，六位艺术家通过不同维度的表现形式，运用时下先锋的数字虚拟技术，共創出国际化的前卫创意互动空间，再次为重庆传递前瞻性与创新性国际艺术文化。
- **前沿科技元素全数登场：**重庆IFS 聚焦创意科技最前沿，活动利用当下最新科技方式进行创作。多位行业知名艺术家共同协作，数字艺术家罗比为重庆IFS专属定制裸眼3D作品《虚拟山地的茶花镜园》；跨界创作团队MuchMore带来虚拟数字花园作品《数据猜想花卉——城市花园系列2》，现场专设数字花互动体验，扫码即可生成专属个性化数字花影像；Stico宋宗泰的《花神诞生》、曾祺峰@AttitudeX的《Cyberbaba》、艺数中华CTCLab数字艺术工作室的《京剧·印象》，也将数字艺术的美学魅力表达得淋漓尽致。



- **第一阶段：创造体验**
- 动机 – 重庆IFS通过基于现场手势的互动技术和数字艺术，在艺术和时尚领域树立了声誉，与世界知名和本地新兴艺术家合作，推出了亚洲首个镜面数字艺术装置作品“光聚之境”，旨在呼应重庆高耸建筑群构成的标志性天际线，散发着未来主义和幻想的气息。
- 传播 - 除了主题店内装饰外，重庆IFS还采取了一个整合传播计划，包括巨大的户外广告牌、在地广告、社交媒体内容和视频。



第二阶段：深化互动

- 媒体合作 - 与时尚媒体和生活方式类KOL合作，创造不同的场景，以扩大吸引力，例如时尚T台、城市漫游Vlog、购物直播等
- 品牌内容 - 通过社交媒体上的一系列新颖内容，如艺术家访谈、名人故事、时尚小tips等，制造到访的冲动。
- 线上 - 带奖励的互动游戏，向购物中心5公里范围内的上班族推送小视频和社交媒体图形小动画。
- UGC内容 - 镜面装置使得每张在这里照的照片都能是独一无二的，因此在社交媒体上引爆了用户自流水内容。
- 第三方异业落地活动 - 联合众多第三方品牌、组织，在装置处联合打造周末互动活动，制造线下引流。

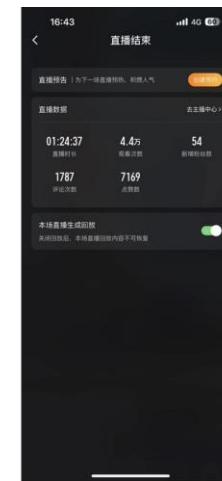
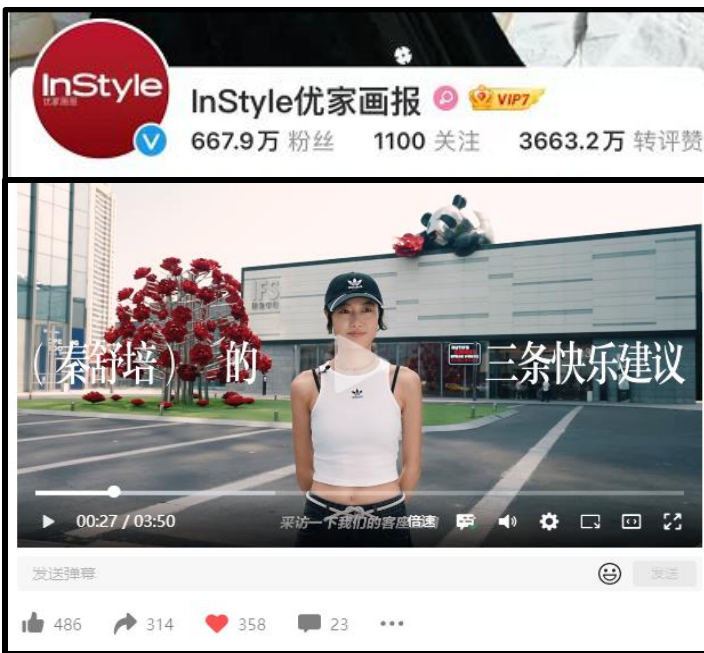


- **第三阶段：引导购买**
- 与菲拉格慕等顶级品牌合作，制作一系列海报，宣传精选商品
- 直播购物
- 信用卡优惠
- 周年庆积分活动
- VIP派对
- 会员礼品兑换
- 奢侈品牌的DIY工坊
- 为会员提供的一系列的商户活动，如新品预览、美容体验、塔罗牌解读等。



媒体表现

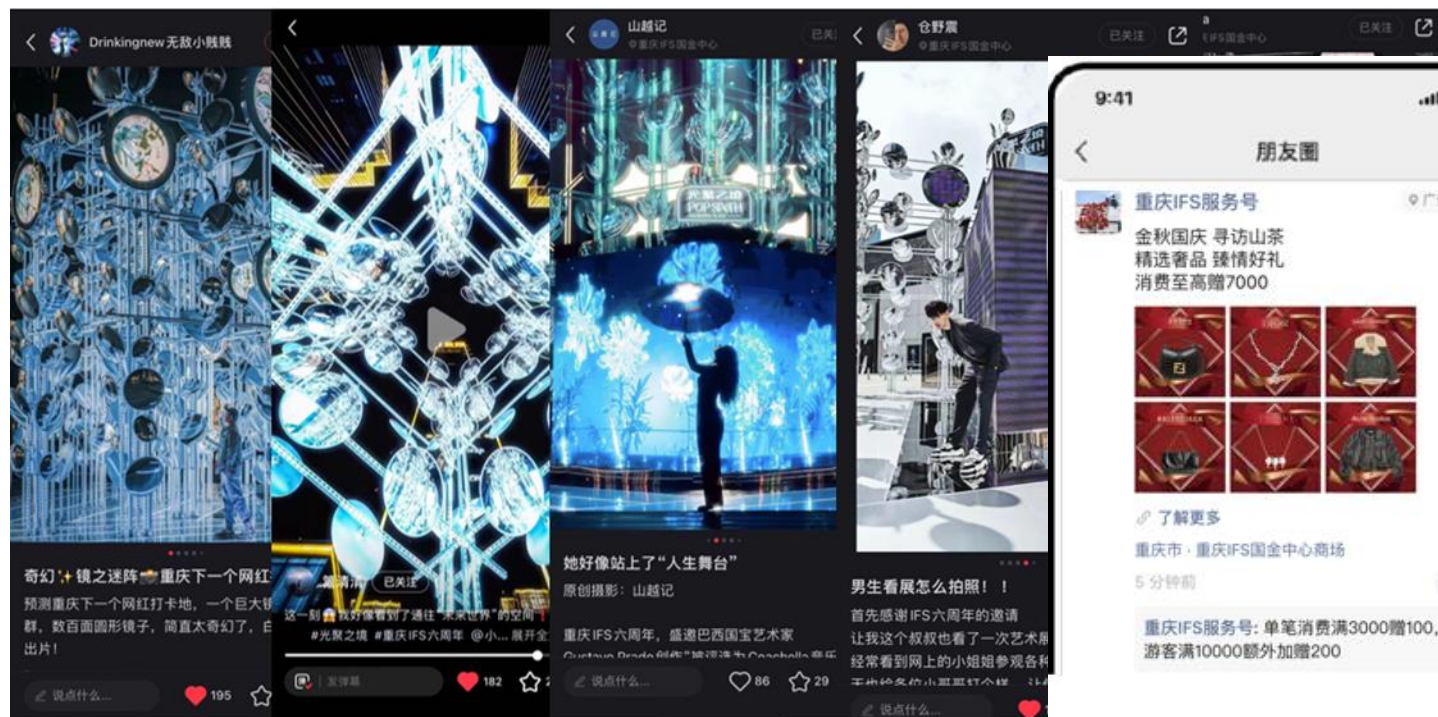
- **时尚媒体深度合作：**携手知名时尚潮流杂志《InStyle优家画报》打造“全球灵感之都重庆风尚盛典”，围绕“雾都新光，由你点亮”的主题，明星助阵，多位影视、文化、时尚、生活方式领域的意见领袖齐聚一堂，进行主题分享。
- 同时进行全媒体推广，利用KOL进行探店直播、超模拍摄城市Vlog。



在重庆，用灵感点亮塔楼森林
InStyle 优家画报 2023.10.20 11:20 发布于微博



- **媒体投放**
- **户外LED硬广：**推广促销信息
- **UGC推广：**小红书、抖音、大众点评等社交媒介，利用KOC、KOL进行装置打卡推广
- **热门APP精准定位推广：**针对高端会员，推广大额满赠促销信息
- **微信朋友圈广告：**推广互动游戏，引流会员



关注度 & 客流

- 赚取曝光 - 1,288篇新闻报道，42亿次曝光。此项目故事占据了920余个官方社交账号的头条内容。2位国内知名人士和5位重量级KOL出席了开幕式，带来460万的曝光量。300多位KOL及KOC出席了各种品牌活动，分享体验。
- 付费曝光 - 重庆IFS官方平台和社交媒体广告的点击率分别为3.34%和3.48%，是中国平均水平的3倍（GroupM中国数字媒体场景2022）。在国庆节收获当地及微信好友页面广告浏览量超过200万。
- 品牌内容 - 12条探店内容共获得110万浏览量，品牌城市漫游Vlog、开业庆典和艺术家采访内容获得超100万浏览量及超6,000个互动。
- 客流 - 年比客流量增长274%
- 人均停留时长 - 延长133%



Chongqing IFS Collaborates with the Brazilian artist to present the Asia's First Exhibition of a Mirrored Digital Art Installation



Chongqing IFS Collaborates with the Brazilian artist to present Exhibition of a Mirrored Digital Art Installation

By Chongqing IFS · Oct 25, 2023 at 9:03 PM



Chongqing International Finance Square (Chongqing IFS), in collaboration with Brazilian national treasure artist Gustavo Prado, proudly presents a large mirrored digital art installation from October 20 for a three-month debut exhibition in Asia.



- **成功发展VIP会员**

- VIP会员 - 年比增长229%
- 社交媒体 - 社交渠道会员增长112%
- 线上游戏 - 12%的参与者注册成为了新会员
- 出席率 - 18组被邀请出席品牌活动的超级VIP实现了100%出席

- **成功实现销售额增长**

- 总销售额 - 年比增长272%
- VIP销售 - 与2021年同样的促销机制相比, 获得213%的新会员销售增长及144%的VIP销售增长

- **额外收获**

- 租户/商户 - 顶级租户, 如路易威登、乔治·阿玛尼、华伦天奴、Thom Browne、菲拉格慕和Tasaki都参加了此次活动。
- 额外业务 - 活动结束后, 与顶级奢侈品牌的租约被延长, 代表了商场租户的认可。
- 对市场的影响 - 25%以上的国家级媒体和40%国际媒体报道了本次活动的促进性影响, 帮助提升了重庆在吸引游客方面的全国性和国际声誉。

- **成本效益**

- 预算中的挑战
- 这件巨型艺术品的安装成本高昂，因此重庆IFS将一些定期促销活动合并为一个，这意味着创意的新颖性必须足够令人兴奋，才能在从六周年纪念日到国庆假期和年底的三个月内抓住销售机会。

- **优化预算效率**

- 利用国际艺术品扩大品牌在全国高端受众中的影响力。
- 通过与奢侈品时尚和美妆护肤品牌的合作扩大曝光率和影响力。
- 与来自不同领域的KOL和KOC合作，为品牌渗透不同细分市场的优质受众创造了更多机会。
- 该预算涵盖了数字渠道中CRM机制发展，以捕捉重庆地区以外的高端受众，并提高重庆IFS在中国西部更广泛地区的竞争力。