

开启低碳生活 金典元宇宙发布会

- ◆ **品牌名称:** 金典
- ◆ **所属行业:** 食品饮料
- ◆ **应用平台:** 百度希壤
- ◆ **执行时间:** 2022.03.16-03.18
- ◆ **参选类别:** 元宇宙营销类-交互体验创新奖

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://www.bilibili.com/video/BV1Kd4y1X7AA/?vd_source=93b100a214212e45ffef4498bf1094fc

背景：

- 爆火的“元宇宙”概念，热度已经蔓延至全行业，品牌也纷纷选择在元宇宙空间内开启营销新场景。
- 随着2060碳中和目标的提出，绿色低碳生活也越来越受到大众的推崇，尤其是当下年轻人纷纷争做低碳先行者。为响应国家的核心号召，作为行业的引领者，金典在包装上做出努力，改变回收以及工艺，也希望能够将此资讯对外传递，以元宇宙发布会的形式将低碳概念进行到底。

挑战：

- 那么元宇宙和碳中和的概念结合会迸发出什么样的火花，在什么平台上发布能达成目标成为金典遇到的挑战。

目标：

- 2022年3月16日，打造首个金典“低碳有机生活联盟元宇宙”发布会，联合多方品牌伙伴，共同开启低碳有机生活。

创新亮点:

- 1. 元宇宙场景:** 金典将发布会选在了百度希壤, 在虚拟空间下的元宇宙场域内, 充分融合AR、VR、5G等前沿交互技术, 营造一种全新的沉浸式、科技化、虚拟现实结合的场景体验。
- 2. 推出限量数字藏品:** 百度超级链联合金典推出了限量「金典碳中和2060有机生活限量数字藏品」, 呼吁全民一起加入低碳有机生活联盟, 共同助力2060碳中和, 号召全民开启低碳有机生活。
- 3. 流量赋能:** 百度APP开屏+信息流对发布会进行了第一时间的曝光, 最大化地吸引全网关注。
- 4. 内容赋能:** 优质达人KOL的发声, 点燃发布会的热度, 新产品信息得以触达更多目标用户, 为新产品造势。
- 5. 社会化媒体传播:** 联动官微及科技类大V, 话题度持续增长。

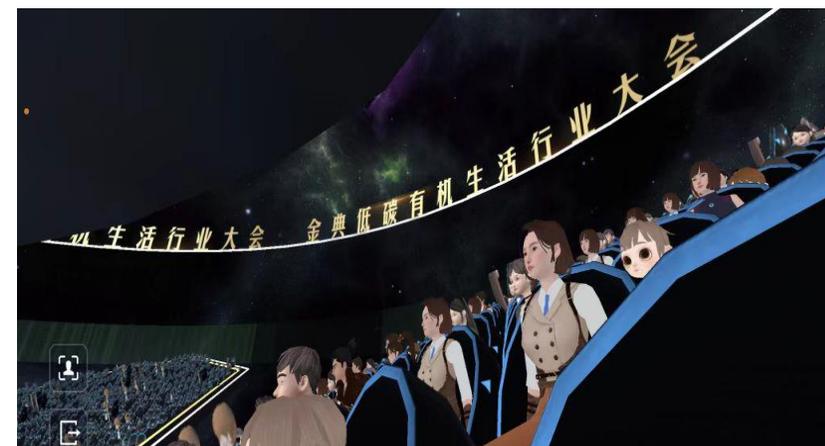
策略： 通过百度观星盘，金典的目标客户群体与科技爱好者人群高度重合。据此，**百度营销为金典量身定制一个充满AI的整合营销campaign，打造了一场“碳中和+希壤”虚实结合的元宇宙发布会。**结合发布会前、中、后时间节奏，整合百度体系内生态资源，为金典元宇宙发布会造势。



执行亮点： 元宇宙 x 碳中和：虚实结合营造品牌科技感和温情感



- 金典元宇宙发布会选择在百度希壤，在虚拟空间下的元宇宙场域内，充分融合AR、VR、5G等前沿交互技术，营造一种全新的沉浸式、科技化、虚拟现实结合的场景体验。



- 在虚拟的场景内，公众可以进入百度希壤，全方面实现对品牌沉浸式感知和体验，见证新品金典碳中和有机牛奶重磅上市。

执行亮点:

百度全系资源引流在发布会, 实现发布会强曝光



- 百度APP 开屏+信息流对发布进行了第一时间的曝光, 最大化吸引全网关注。

推出限量数字藏品



- 百度超级链联合金典推出「金典碳中和2060有机生活限量数字藏品」, 呼吁全民一起加入低碳有机生活联盟, 共同助力2060碳中和, 号召全民开启低碳有机生活。

执行亮点:

优质达人发声，点燃发布会热情



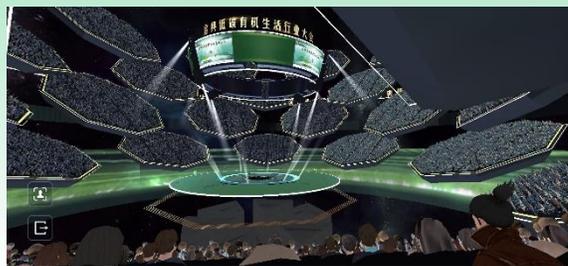
- 联合百度度星选达人创作百家号文章，借助优质达人KOL的发声，触达更多目标用户，为产品销售做好强有力的铺垫。

官微联动，话题度持续增长



- 联动希壤、百度营销官方自媒体账号及科技类大V进行话题造势，营造热烈讨论的场域空间，让金典新品有机奶及碳中和的理念被更多用户感知，发布会和品牌也因此获得全网更多的曝光和热度。

执行亮点:



发布会现场



入口大型海报



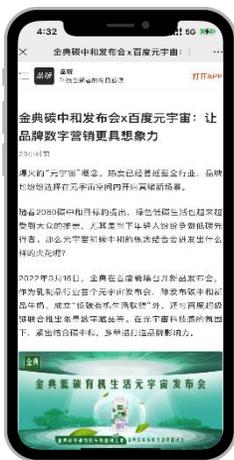
希壤灯箱海报



希壤灯箱海报



百家号直播



PR稿



微博直播



百度开屏APP



话题内容



直播频道 banner



信息流



热搜广告



KOL话题引流



金典和百度这场充满科技感和人文情怀的梦幻联动，全网传播总量超过1.15亿。伊利金典资讯指数日均增长600%+，用AI成功助力金典品牌创新。

发布会观看总人数

180万+ 观看

(希壤、百度、微博、腾讯)

媒体资源曝光量

4216万+ 媒体资源曝光

(仅百度-开屏&信息流&搜索卡片)

话题参与总阅读量

6755万+

微博话题阅读 (大V562w)

150万+

百度话题阅读

传播曝光量

200万+

(百度系自媒体公众号、视频号&网媒)

*时间截止：2022.3.22