

美的水养精灵

以虚拟IP接入元宇宙，造品效合一闭环

- ◆ **品牌名称:** 美的
- ◆ **所属行业:** 家电行业
- ◆ **执行时间:** 2021.04-至今
- ◆ **参选类别:** 元宇宙营销类-虚拟形象营销奖

- **营销背景**

- 元宇宙为企业品牌营销带来了新的机遇和难题——如何卡位元宇宙赛道，达成品效合一的营销闭环成为了品牌主营销的新课题，我们以虚拟IP这一“接口”为出发点，将品牌粉丝转向IP粉丝，作为营销接口应对已经和即将出现的各类营销场景及众多“元宇宙场景”，最终形成了：

品牌——>IP——>元宇宙场景+营销场景+多元生态场景 的高效闭环

- **营销目标**

- 水养精灵的最终目标是**打造美的品牌的独立IP宇宙**——包含独特的IP文化，大量粉丝跟随以及多元化的跨次元接口

- **挑战和困境**

- 行业的**硬件发展瓶颈**、元宇宙**平台的体验度**会营销水养精灵IP成长及影响力扩张的效率



美的虚拟IP
水养精灵洛洛



挑战

碎片化的营销场景割裂了品牌形象；传统宣传手段无法满足Z世代对于品牌的情感诉求；新技术新平台的诞生分散了用户注意力，加剧了美的这一老牌电器品牌的营销危机，如何树立统一的、满足各类场景的、受Z世代用户喜爱的品牌形象？

策略-打造水养精灵全域生态矩阵

内容&推广

设计&故事
水养精灵社媒开户
短视频制作输出
轻漫计划亮相
粉丝互动&活动
流量投放&PR

营销赋能

厨热产品推广
社媒话题/互动活动
奥运冠军同框
表情包/衍生品
水养快闪店
H5&小程序营销

场景应用

销售场景-直播带货
内宣场景-宣传官
出圈场景-cosplay
产品场景-IP包装
客服场景-智能客服
洛洛落地吉祥物

衍生运营

水养精灵内容共创
水养精灵周边经营
洛洛粉丝团运营
辅助角色运营
水养精灵商业化
水养精灵主题场馆

MORE

AI深度学习
超写实形象升级
虚拟偶像专辑
定制电子宠物
更多衍生周边
元宇宙接入

集合美的品牌印象和用户诉求打造水养精灵洛洛，通过虚拟IP全生命运营模型扩展内容开展运营，并形成基于洛洛的虚拟IP营销矩阵，逐渐影响，形成统一的、受年轻用户喜爱的、可接入各类生态与应用场景的品牌IP图腾，塑造品牌的“水养生活美学”

美的净水生活



美的水养生活美学

刚柔并济
上善包容
灵净纯美

内容矩阵

营销赋能
场景应用
衍生运营
MORE

集合美的品牌印象和用户诉求打造水养精灵洛洛，通过虚拟IP全生命运营模型扩展内容开展运营，并形成基于洛洛的虚拟IP营销矩阵，逐渐影响，形成统一的、受年轻用户喜爱的、可接入各类生态与应用场景的品牌IP图腾，塑造品牌的“水养生活美学”



Top
Mobile
Awards

应用&执行



节点热点主视觉

应用&执行



Top
Mobile
Awards

其实我们用的是



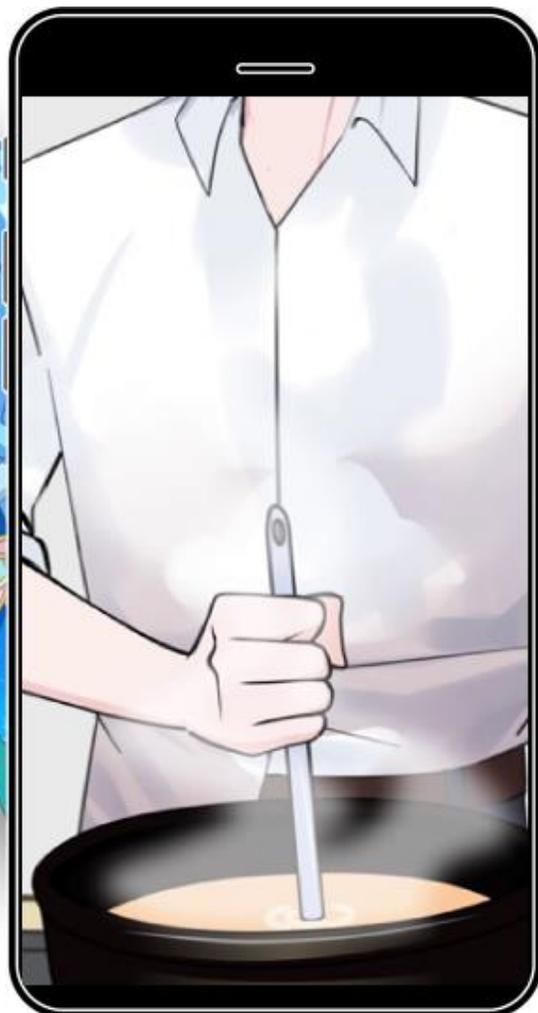
直播带货

小游戏





水养精灵系列视频



在线播放链接:

<https://v.douyin.com/MLumDQP/>

<https://v.douyin.com/MLuHR3Y/>

参与营销内容峰会，曝光IP并获得平台/流量扶持



立项仅1年，水养精灵构建了完善的虚拟IP生态矩阵并为美的构造大量的应用场景及营销场景，达成品效合一宣传效果

全网粉丝：**110W+**

单场直播带货最高ROI：**60**

单场微博话题活动PV：**5000W**

荣登美的全球四大战略宣传官
入围抖音轻漫计划
入围CAA内容商业大会

