

伊利植选×北京冬奥 跨次元虚拟偶像翎与伊利植选的时空对话

- ◆ **品牌名称：**伊利植选
- ◆ **所属行业：**食品/饮料行业
- ◆ **执行时间：**2022.02.05-02.10
- ◆ **参选类别：**元宇宙营销类-虚拟形象营销奖

结案视频

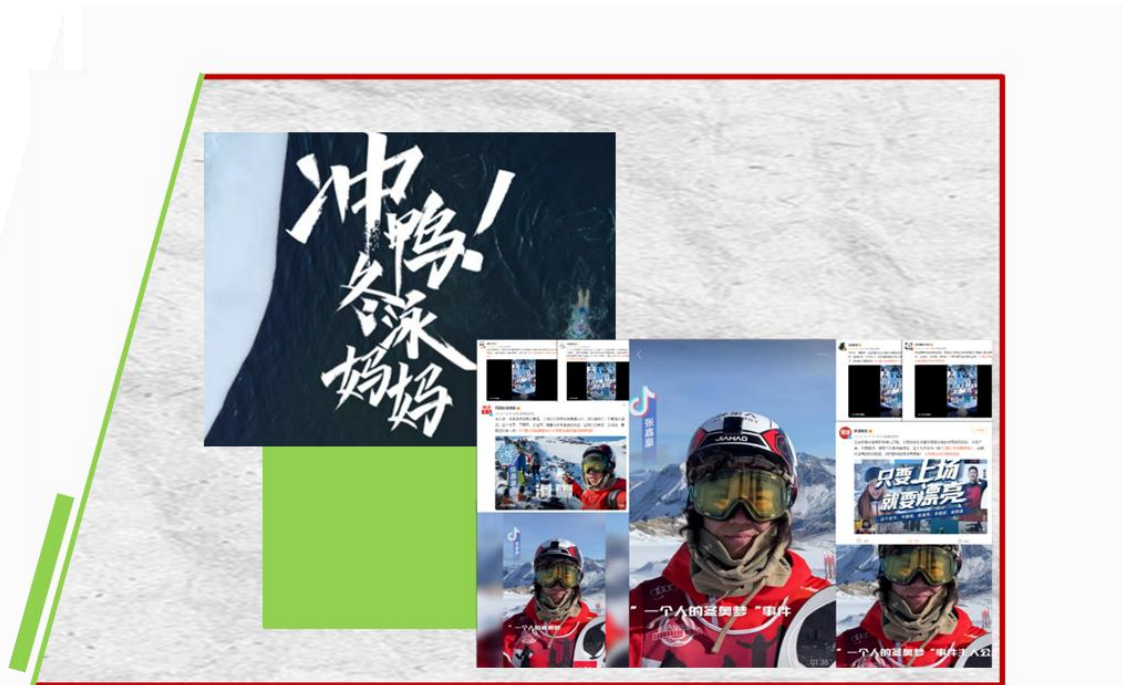
查看视频请复制链接，粘贴到新浏览器页面里观看视频

https://www.bilibili.com/video/BV1KG4y1s78w/?vd_source=0f9b6b905fdb9cca5736dcd9382386f6

冬奥营销竞技，并发“品牌印记趋同”

表达形式过于陈旧？

谁火谁代言 但流量无法转移



表达内容趋于表面？

体育精神成为一致的内容思路

BEGINNING

双奥之城
“冬奥”营销如何破局？



“*CHINESE KUNGFU*”

世界眼中的“中国符号”



中国功夫似风如诗

外化于筋骨 内化于精气

“中国人的奥运展现的不止技艺”

更是**功夫**

是谷爱凌在绝对难度前的心气

“ 以 无 法 为 有 法 ”

也是苏翊鸣在决胜大招中的从容

“ 以 无 限 为 有 限 ”

北京冬奥的内核，是**中国功夫哲学**



新的符号化印记 赋予植选**“侠义”**

首位中国风虚拟人



官方认可身份

& 东方美学化身

华彩少年 / 中国冰雪数字探索官 / 国风ICON

国内人气京韵代表



&

京韵大师，京剧文化的接班人

京剧裘派嫡系第四代继承人

虚拟国风偶像X京剧大师
借助元宇宙技术
构建冬奥武林
刷新冬奥的观赏视角

最传统X最未来，一场时空交错、虚实融合的新鲜体验



传统和未来的对撞，以“起承转结”连结
体现竞技感和中国人的武侠精神
四幕中加入裘和翎的高手过招场面
融入冰雪项目元素，以孙子兵法军争篇为串联文案

伊 利
×
翎

项目介绍

X I A N G M U J I E S H A O



视频时长：1分钟（含虚拟人30s）

视频形式：CG+实拍

角色：京剧大师裘继戎+跨次元虚拟人一翎

每一项冬奥项目都融合了传统文化的魅力表达



第一幕

太极起势与**花样滑冰**，在动静结合的姿态与内心的感悟的平衡中相互统一。

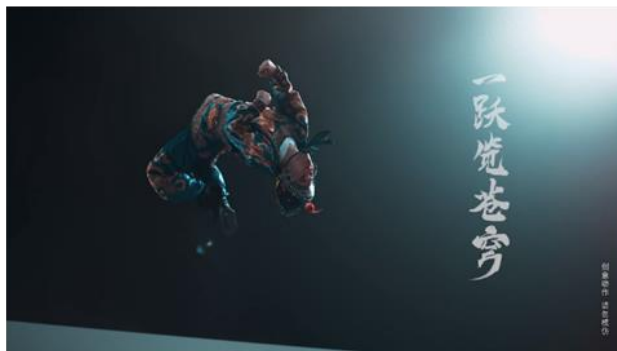
太极X花样滑冰



第二幕

象棋对局与**冰球**，在对战中展现了坚定果决与直进的勇气的契合之处。

象棋X冰球



第三幕

京剧武打与**滑雪**运动，在“快准狠”的速度与技巧中不断超越。

京剧X滑雪



第四幕

毛笔争夺与“**冬**”字落款，两位高手过招后抱拳致敬，让礼仪之邦与竞技精神完美呈现。

冬奥X礼仪

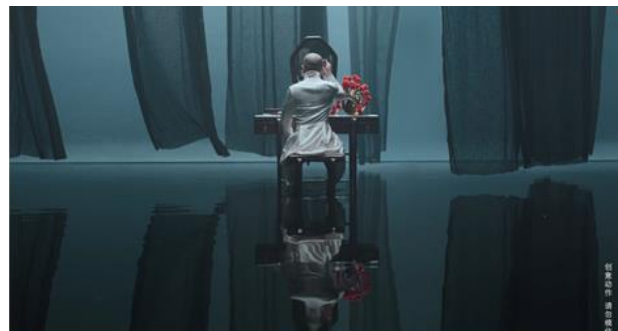
融入中国文化符号 提升审美感受



天坛



云端



水中镜



冰长城

视频从构思到细节，
都在追求对国风之美的极致表达，
每一帧都是一幅视觉大片。
CG动画采用了电影特效的还原手法，
真实还原竹林、天坛等中国文化符号

公私域全线打通，全流量为品牌私域强势引流



广告公域



联合曝光加热
朋友圈直接引流

内容公域



矩阵种草
内容引流

社交公域



搜索拦截
聚合引流



打造液奶第一视频号大片
用户互动总量超10万+

4524 5.2万 5.3万 745

置顶评论引导互动
链接导流小程序



激励用户留存

驱动购买转化

小程序互动赠礼加持

创新NFT数字藏品 冬奥周边礼盒 限定红包封面



购买转化



活动效果

总体曝光 42亿+

点击 2055w+

