

首家元宇宙酒店 皇冠假日开启超感未来之旅

- ◆ **品牌名称:** 皇冠假日
- ◆ **所属行业:** 旅游服务类
- ◆ **执行时间:** 2022.09.21-10.21
- ◆ **参选类别:** 元宇宙营销类-交互体验

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/BV1g8411X76K/>

【用户洞察】年轻商旅人群不仅仅是在挑选一家酒店，更是在寻求一种个性化的生活方式



- 他们身处25-35岁，在**中国商旅人群中的中坚力量**（人群占比43.6%*），也是行业内争抢的核心客群；
- 工作性质使**他们紧密关注新兴的技术趋势**（主要集中在零售、互联网、科研、金融、文娱这5大行业*）；
- 他们拥有较高学历（本科及以上学历占比为79.7%*），**注重娱乐化/个性化/智能化的入住体验**；
- 他们身居要职（45.7%为企业中层管理*），更具自我主张，**看重品牌如何与他们的“生活方式”发生共鸣。**

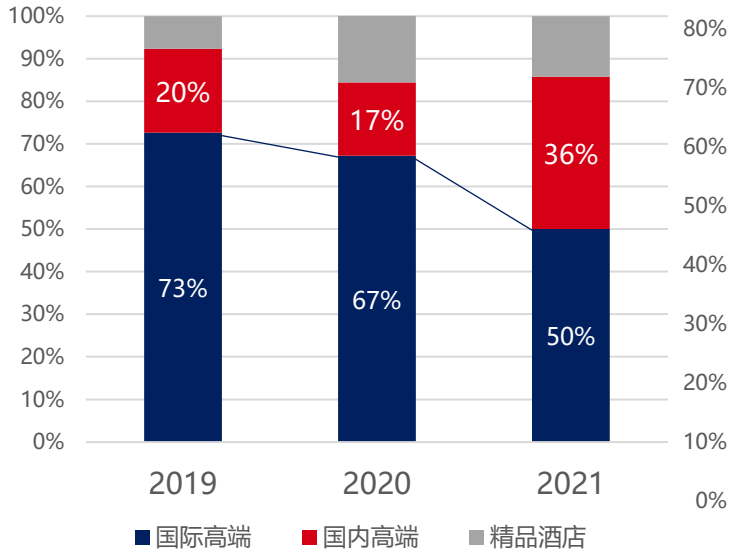
年轻商旅人群打破了商务和旅行的边界，**休闲商旅 Bleisure** 是他们眼中工作和生活完美融合的最佳形态。

【挑战】国际高端酒店急需用户增量，私域成重要抓手

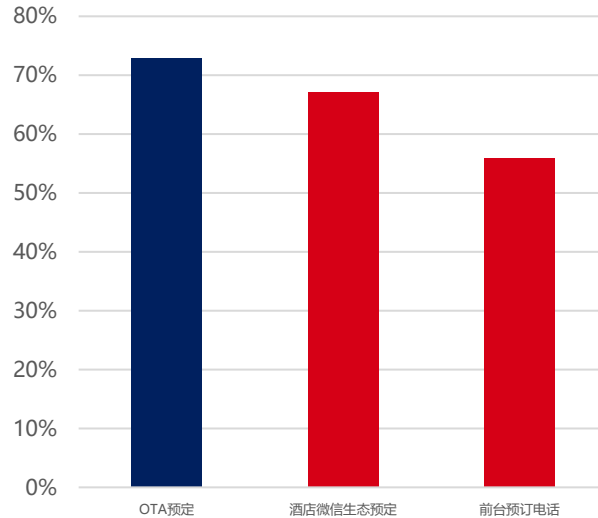
随着本土酒店的崛起扩张，**国际高端酒店的市场份额不断缩减**①；

在疫情期间消费的客群，出于改签便捷等考虑（72%的商旅人士优先关注灵活性*），**更愿意向酒店方进行直订**②。

2022年中国酒店行业市场占比分析



用户预订渠道分布



【机遇】酒店私域普遍“僵化”，难以打动年轻群体

酒店运营私域时的内容，普遍突出客房的功能&服务、积分奖励等硬件维度，

但对年轻商旅人群来说，**更多个性化的创新体验更易与他们共鸣。**



*数据来源：①智研咨询《2022-2028年中国酒店行业竞争格局分析及未来发展潜力报告》/《2021年度中国高星级酒店数字化营销创新发展趋势报告》人民日报数字传播&直客通行业报告研究中心

皇冠假日酒店希望借助Bleisure客房焕新的契机，实现国际高端酒店的弯道超车

实现「**品牌×产品×用户**」的三位一体营销目标。

品牌

品牌年轻认知

塑造品牌年轻商务风格形象
提升品牌知名度、曝光度

抢占年轻商务人群的品牌心智

产品

客房种草拉新

应用前沿数字技术，展现客房产品力
前置化驱动用户住店决策

实现20%*私域拉新平稳增长

*相较品牌同量级客房推广营销

用户

私域会员活化

打造创意、创新的体验玩法
调动用户自发的互动分享

实现私域互动60%*突破式增长

*相较品牌同量级客房推广营销

引领Bleisure新想象，引爆皇冠假日品牌焕新声量



旅行不设限，商务亦休闲

借助「元宇宙不设限」的多元身份/时空切换概念，展现Bleisure个性生活方式，建立品牌具象感知。

一面商务一面休闲的Bleisure旅途
恰如于平行时空自由穿梭

想象力
叙事

×

破次元
体验

打破先入住后体验的传统时空界限
沉浸式云游驱动住店决策

皇冠假日酒店打破次元，引爆虚实相生的「未来超感」之旅 媒介&执行

人 不设限

超写实虚拟人代言
跨次元体验官空降事件

抢夺年轻关注



货 不设限

数字房卡藏品发行
千人千面的超感之旅

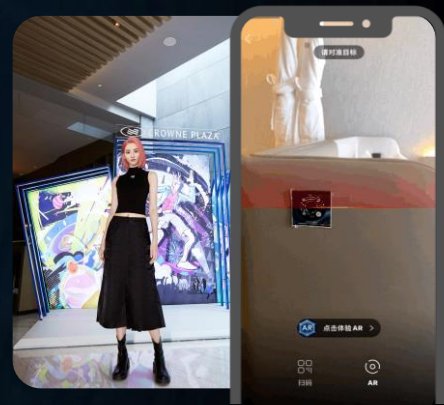
私域引流拉新



场 不设限

元宇宙酒店线下体验
AR互动转化真实住客

提升产品感知



皇冠假日

超感元宇宙

人·货·场全面焕新
造年轻商旅无限象限

造势期 · 线下-裸眼3D地标事件，新客房收割首波新奇流量 媒介&执行

#平行空间闹市# #空降闹市#

Namix新一代Bleisure客房
裸眼3D切换多面人生
双城地标大事件破壁造势



爆发期 · 线上-趣味人格测试引流领取限量版数字房卡 媒介&执行



全球8000份限量发行，彰显年轻商旅态度



潮流艺术家NFT共创
千人千面超感之旅互动
稀缺价值引爆全民收藏

潮流艺术家
于杨AKA歪歪

#数字房卡 共赴新次元



延续期 · 元宇宙数字展落地，品牌超感态度转化到店流量 媒介&执行



一秒回归惬意的自然怀抱
通往平行世界的「门」



思想即永恒，虚拟造可能
赛博自由女神像



不设定旅行的多元钥匙
数字藏品房卡线下展

元宇宙沉浸展
造无限想象

新媒体艺术家联动开展
虚实交融解构多元自我
新潮感知强化品牌认同



延续期 · AR破次元召唤Nami, 摩登新客房沉浸探索 媒介&执行



新一代客房六大产品力
Nami破次元讲解

元宇宙客房
超感入住

AR破次元召唤Nami
摩登新客房沉浸探索
虚拟体验转化真实会员

在这里我感受到艺术、科技与空间相栖而生

网易数字艺术总监、美学设计实践者 Nami



效果&反馈



5.2亿 470万 90%

全网总曝光量 全网总互动数

较过往同量级项目 平均互动值增长

9月21日

整体指数值日环比	1393.88% ▲
公众号来源日环比	2221.28% ▲
视频号来源日环比	907.55% ▲
搜一搜来源日环比	57.07% ▲
网页来源日环比	110.71% ▲





微信指数环比增长1394%


百度搜索指数环比增长42%

抖音搜索指数环比增长29%


效果&反馈


 **雾处散尽**：皇冠假日酒店的体验感真的超级好，打卡也是不错的选择
09月22日 20:07

 **Action-202207**：我去看一下我的专属商旅人格，真的很喜欢这种裸眼3D🤖
22-9-24 13:43 来自山东

 **想不出名字脑瓜疼**：这皇冠假日酒店真的好牛啊，这设计真的爱了呀~
22-9-22 20:08 来自江苏

 **李久久的碎碎念**：3D裸眼大秀 一整个震惊了
09月23日 17:45

 **咕噜咕要吃香菜**：摩登商旅这个设计理念真的好新颖👍👍👍好想去👍👍👍
22-9-22 20:09 来自江苏

 **我是Tk啊**：这还是我认识的皇冠假日吗👍👍👍
09月24日 13:40

数字房卡新奇流量造全民参与
品牌调性年轻升级

119万+ 80000份

数字房卡H5 PV总量 限量数字房卡藏品
创意玩法 深度参与 连续一周 每日抢空



数字房卡藏品绑定真实住店优惠，提升参与价值

话题×体验×价值刺激转化
品牌拉新效果显著

1.3万+ 36%
新会员注册数 较往期拉新增长

创新点

- ①**行业首次裸眼3D营销事件**：上海、武汉双城市区，虚拟人Nami携手酒店新客房，以裸眼3D的震撼效果，展示在“商务”和“休闲”两大状态自由切换的场景，**微博悬念话题#平行空间空降闹市#**，配合KOL打卡，引爆社媒关注；
 - ②**行业首个数字房卡藏品**：联动知名数字艺术家共创3款数字房卡NFT，并绑定**大额酒店积分福利**，融合**人格测试玩法**，引发用户自发领取、自发社媒分享；
 - ③**行业首家元宇宙酒店**：将真实酒店场景，打造为**新潮元宇宙艺术空间**，并结合**多媒体互动、AR交互**，带来不一样的住店互动体验。
- 引发10+行业媒体深度报道**，皇冠假日酒店引领行业发展，开创数字文旅年轻消费新场景变革。

转化点

此次营销的核心线上活动——专属数字权益的NFT房卡领取，**针对新用户和老会员，制定不同的奖励机制**，极大程度提升线上曝光和用户互动：

- ①**品牌新用户**：抽取到限量款NFT房卡后，可通过会员注册，获取大量酒店积分，**兑换免费住宿，提升拉新率**，驱动入住酒店行为；
- ②**品牌老会员**：**更高的限量款中奖几率及积分奖励**，充分提升会员活跃和品牌忠诚度，驱动**自发的社媒分享行为**。