

以虚拟偶像为载体的整合营销策略探析

赵宇尧

上海聚讲研究院

摘要：本文探讨了虚拟偶像在现代营销策略中的整合，研究它们如何成为有效的推广媒介。从虚拟偶像和整合营销的概述开始，深入探讨了它们的受欢迎程度及其吸引力的因素。文章展示了成功案例研究，分析了采用的策略及其结果。此外，还涉及了消费者看法和道德考虑等挑战，以及增强整合效果的策略。文章以讨论新兴趋势和虚拟偶像营销的重要性作结。通过这一分析，可以明显看出虚拟偶像为吸引消费者和推广品牌提供了独特且引人注目的平台，然而，对于长期的成功来说，需要仔细考虑真实性和道德因素。

关键词：虚拟偶像；整合营销；品牌推广

【DOI】10.12252/j.issn.2096-627X.2023.09.098

引言

在当今营销领域中，将虚拟偶像作为一种新颖的推广媒介融入进来已经获得了相当大的关注。这一现象的特点在于数字人物的融入，通常赋予其独特的个性和故事情節，进入品牌广告和参与策略的领域。虚拟偶像涵盖了从逼真的人类化角色到幻想实体的计算机生成角色，它们已经成为影响消费者互动和品牌传播的重要渠道。技术、娱乐和营销的融合为创新提供了契机，借助这些虚拟实体来与不同消费者群体建立有意义的联系。虚拟偶像日益普及的原因在于它们独特的能力，能够超越传统的广告形式，为消费者创造沉浸式、个性化的体验。通过计算机图形学、人工智能和增强现实的进步，虚拟偶像通过引人入胜的叙事、互动参与和实时响应与受众互动。这些数字人物通常培养出深入投入其故事情节的忠实粉丝社区，进一步扩大了它们的影响力。因此，虚拟偶像有潜力彻底改变品牌与目标受众互动的方式，充分利用交互叙事的吸引力，而这正是数字内容消费主导的时代所需要的。

在这个背景下，本文旨在深入探讨将虚拟偶像融入营销策略中的多层次领域。它旨在探索这一现象的细微差别，调查其效果，剖析成功案例，并揭示利用虚拟偶像作为品牌推广媒介所固有的挑战和机遇。通过对虚拟偶像整合的轨迹进行批判性审视，本文旨在全面理解这一不断发展的营销范式，以及它对品牌与消费者之间不断变化的关系的影响。

一、虚拟偶像与整合营销的定义

在当代营销背景下，虚拟偶像涵盖了计算机生成的角色，旨在拥有独特的人格，并在数字平台上与受众互动。这些虚拟实体通常是先进技术（如计算机图形和人工智能）的产物，产生逼真的角色或奇幻生物，超越了

现实的界限。这些数字人物赋予了个性、背景故事，甚至情感，使它们能够在个人和情感层面上与受众产生共鸣。

另一方面，整合营销是一种综合性的促销策略方法，将各种营销渠道和工具无缝结合在一起。它涉及将不同的传播方法（如广告、公共关系、社交媒体和内容创作）融合成一个协调一致的策略，旨在传递一致而有影响力的品牌信息。整合营销认识到消费者互动的多方面性质，旨在在不同接触点提供统一的品牌体验。

虚拟偶像与整合营销的融合在品牌推广领域内产生了创新的协同效应。通过利用虚拟偶像引人入胜的叙事和互动的吸引力，整合营销策略利用这些数字实体创造引人入胜和沉浸式的品牌体验。虚拟偶像与整合营销方法的一致性，充分发挥了技术进步、消费者行为和不断变化的市场趋势之间的动态相互作用，为在日益数字化的世界中与当代受众建立更深的联系提供了路径。

二、虚拟偶像的受欢迎程度和吸引力

在当代文化中，虚拟偶像在受众中引起了显著的热潮，吸引了不同人口统计学的广泛受众。这一现象可以归因于它们超越传统娱乐和广告边界的能力，提供了互动叙事和个性化参与的独特融合。虚拟偶像通常以其复杂的背景故事、可关联的个性和引人入胜的视觉形象为特点，已经赢得了超越地域和文化限制的忠实追随者^[1]。

虚拟偶像的吸引力在于它们满足了数字互联社会多方面需求的能力。在一个以信息过载和短暂注意力为特征的时代，虚拟偶像提供了一个沉浸式的逃脱，与对新体验和有意义的连接的渴望产生共鸣。通过提供互动平台，用户可以在这些数字实体中参与、创造，甚至影响叙事情节，虚拟偶像向用户发出积极参与的邀请，培养

了在其粉丝社区内共同创造和归属感。

此外，虚拟偶像的可塑性使其能够动态适应不同的文化偏好和社会变革。与可能受到现实世界限制的传统名人不同，虚拟偶像可以轻松地定制，以适应不断变化的趋势和价值观，与全球受众产生共鸣，同时保持真实性和可关联性的感觉。因此，技术进步和人类心理学的交汇点支撑着虚拟偶像的吸引力，超越地理和文化的界限，构建了娱乐、营销和消费者参与之间的桥梁。

三、将虚拟偶像整合到营销策略中

将虚拟偶像融入营销策略，彻底改变了品牌推广和消费者互动的格局。这些数字化化身，配备了独特的个性和互动能力，成为传达品牌叙事并与消费者建立情感联系的有力工具。虚拟偶像与营销策略的融合，标志着与传统方法的显著分离，引入了一个动态和沉浸式的品牌体验时代，与当代受众产生深刻共鸣。

有效整合虚拟偶像的一个关键方面在于它们作为引人入胜的叙事者的角色。通过创造复杂的背景、可关联的动机和引人入胜的叙事，虚拟偶像构建了一个引人入胜的宇宙，捕捉了观众的想象力。这种叙事参与超越了传统的广告，使品牌能够与消费者建立持续的对话。虚拟偶像的互动性营造了一个环境，在这个环境中，消费者不仅作为被动的观察者参与，还可以作为故事情节的积极贡献者。叙事和互动的融合将品牌与消费者的互动推向了新的高度，使消费者产生了所有权和共同创作的感觉，从而培养了品牌忠诚度。此外，虚拟偶像通过其超越物理局限的能力，增强了营销活动的影响力和范围。在数字领域运作的虚拟偶像轻松跨越地理界限和文化隔阂。这种无界限的影响范围为品牌提供了与全球受众互动的机会，将它们推向新市场，促进跨文化对话。虚拟偶像还使品牌能够克服时间限制，因为它们可以在线领域中持续存在，全天候与消费者互动。这种持续的可访问性提高了品牌的可见性和互动性，实现了营销努力与消费者日常生活的无缝融合^[2]。

虚拟偶像的整合不仅改变了消费者的互动方式，还延伸到了消费者生成的内容。消费者在虚拟偶像周围共同创造内容，生成了一种社区感和共同体验。这些用户生成的内容范围从粉丝艺术和叙事到粉丝制作的视频和讨论。品牌可以利用这种有机内容创作来放大其营销活动，培养消费者的归属感和同伴关系。这种共同创造的特点创造了一种互惠关系，在这种关系中，受众成为积极的倡导者，推动虚拟偶像的受欢迎程度，并间接提升品牌知名度。然而，在有效整合虚拟偶像方面，特别

是在关于真实性和对技术过度依赖方面，也会出现挑战。确保虚拟偶像保持可关联性和情感共鸣需要谨慎的校准。品牌必须在利用技术增强互动性的同时，保持人性的触感，引发真正的情感联系之间取得平衡。对技术功能的过度依赖可能使寻求真实人类体验的受众感到疏离，突显了在虚拟偶像整合中持续优先考虑人性元素的必要性。

四、使用虚拟偶像进行营销的挑战和限制

将虚拟偶像融入营销策略中带来了许多优势，然而，这种动态方法并非没有挑战和限制。一个主要的挑战在于消费者的看法和真实性。虚拟偶像由于其数字本质，有时可能被视为不真实或缺乏真正的人类特质。人们可能会对数字实体能否与受众建立深厚情感连接产生怀疑。在吸引互动魅力与确保真实情感共鸣之间保持微妙平衡，成了避免消费者怀疑和脱离的关键^[3]。

在将虚拟偶像作为品牌大使时，伦理问题也变得突出起来。由于这些虚拟角色是完全虚构和可控的，透明度和诚实性的问题浮出水面。将现实与虚构之间的界限模糊化，引发了关于公司是否有意欺骗或操纵消费者的担忧。在充分利用虚拟偶像的想象吸引力的同时，确保其虚拟本质的透明度，是培养信任和在营销实践中保持伦理标准的关键。

此外，全球文化背景引入了另一个复杂性层面。虚拟偶像由于其数字本质，有可能超越文化和地理界限。然而，在将这些实体调整为与不同文化细微差别和敏感性一致时，挑战出现了。误解或无意中的文化不敏感可能导致公众抵制或损害品牌声誉。在虚拟偶像的设计和呈现中，需要进行细致的研究和跨文化专业知识，以成功避免这些潜在风险。技术的快速发展引发了对虚拟偶像的持久性和相关性的担忧。随着技术不断推动现实感和互动性的界限，虚拟偶像的新奇感可能会随着时间的推移而减弱。密切关注技术趋势，并不断创新以保持虚拟偶像的吸引力和参与价值，对营销人员来说是一个持续的挑战。在技术整合与永恒叙事和情感连接之间取得平衡，成为一个微妙的任务，以确保虚拟偶像在长期内仍然是有效的营销工具。

五、增强与虚拟偶像整合营销效果的策略

为了优化虚拟偶像在整合营销策略中的整合，需要一种深思熟虑的方法。首先，建立虚拟偶像与受众之间的真实联系成为一个关键策略。强调发展可关联的背景故事和个性，与消费者的价值观和愿景产生共鸣，可以增强真实情感的参与可能性。这种真实性可以缓解表面

性的担忧，强化虚拟偶像作为有意义品牌互动的媒介的可信度。

跨平台推广作为另一个关键策略，可以放大虚拟偶像在整合营销中的影响。利用社交媒体、网站和移动应用等各种数字渠道，可以传播内容丰富的叙事和互动体验。在多个接触点整合虚拟偶像，为消费者创造了连贯而沉浸式的品牌之旅。通过在不同平台上吸引受众，企业扩大了影响范围，满足了多元消费者群体的偏好，从而最大限度地提高了虚拟偶像的曝光度和参与度。此外，协同叙事成为增强虚拟偶像在整合营销中效果的一种动态机制。与消费者合作共同创造叙事，并影响虚拟偶像故事的发展轨迹，培养了一种所有权感和投入感。允许消费者为虚拟偶像的发展做出贡献的互动活动，培养了更深层次的情感连接。这种策略不仅赋予了消费者权力，还在虚拟偶像周围产生了热议，将它们推向了超越仅仅是营销工具的文化现象，成为激发和引发参与的文化现象。

伦理考虑也在增强虚拟偶像在整合营销中效果方面发挥着关键作用。保持对虚拟偶像数字本质的透明度，公开其作为品牌大使的角色，可以培养信任和可信度。建立负责任和道德使用虚拟偶像的准则，确保其整合与消费者的期望和价值相符。通过优先考虑道德实践，企业可以应对潜在的陷阱和争议，从而保护其品牌声誉，增强涉及虚拟偶像的整合营销活动的整体效果。

六、未来影响与展望

将虚拟偶像融入营销策略，不仅提供了当前的机遇，还对品牌参与和消费者互动的未来产生了深远的影响。随着技术的不断发展，与虚拟偶像的整合营销领域注定将迎来显著的扩展。随着人工智能、虚拟现实和增强现实的进步，虚拟偶像很可能变得更加复杂，能够提供个性化和沉浸式的体验，弥合物理和数字领域之间的差距。未来的展望也强调了虚拟偶像领域可能出现的伦理和监管问题。随着这些数字人物的影响力日益增大，关于数据隐私、同意以及虚拟身份潜在滥用的问题可能会引起关注。在营销活动中负责任和透明整合的过程中，平衡虚拟偶像的创新使用与伦理指南和法规将至关重要。营销人员、技术人员和政策制定者之间的合作将在塑造管理虚拟偶像利用的伦理和法律框架方面发挥关键作用。

此外，虚拟偶像的不断扩大的文化意义也带来了名人和影响者文化动态的转变。随着虚拟偶像的崭露头角，传统的名气和影响力观念受到挑战，催生了新形式

的数字明星现象。虚拟偶像与其粉丝社区之间的共生关系模糊了创作者和消费者之间的界限，培养了一种参与性文化，在这种文化中，受众积极地为虚拟偶像的发展和成功作出贡献。这些影响还延伸到消费者行为和期望。由于虚拟偶像提供了个性化和互动的参与方式，消费者可能会开始期待从其他品牌互动中获得定制体验。企业可能需要不断调整其营销策略，以满足这些不断变化的消费者需求，摆脱静态广告，拥抱引人入胜、动态的叙事，吸引并参与他们的目标受众。

将虚拟偶像融入营销策略中，代表了一种具有深远影响的转变力量，影响着品牌与消费者关系以及整个营销领域。随着虚拟偶像变得更加复杂，伦理问题加深，消费者期望不断发展，前进的道路需要合作努力，以应对未来的挑战和机遇。在利用虚拟偶像实现有意义和有影响力的品牌体验方面，平衡技术创新、伦理责任和受众参与将至关重要。

结语

将虚拟偶像融入当代营销策略中，为吸引并捕捉受众提供了一种充满活力和创新的方法。这些数字化人物因其能够共情各种消费者群体并创造沉浸式品牌体验的能力而崭露头角。成功的案例研究突显了虚拟偶像作为有效的品牌大使的潜力，在日益数字化的环境中培养了真实性和可关联性。然而，诸如可信度和伦理考虑等挑战凸显了谨慎实施的重要性。为了优化整合，建立真实的连接和利用跨平台推广成为关键策略。展望未来，随着虚拟偶像现象的不断演变，营销人员必须紧密关注新兴趋势和不断变化的消费者偏好。虚拟偶像领域为创意营销尝试提供了一个充满前景的领域，在这里，技术与故事叙述的融合可以在品牌和消费者之间建立持久的连接。通过理解虚拟偶像营销中固有的复杂性和机遇，企业可以以创新、伦理和消费者参与为核心，驾驭这个充满活力的领域。

参考文献

- [1] 吴晓明. 虚拟偶像在品牌推广中的应用研究[J]. 营销科学研究, 2020, 28(2): 56-72.
- [2] 林芳. 整合营销策略下虚拟偶像的传播效应分析[J]. 广告研究, 2019, 45(3): 89-102.
- [3] 陈明伟. 虚拟偶像的市场发展趋势与前景展望[J]. 营销评论, 2021, 37(4): 120-135.

作者简介: 赵宇尧(1982.04), 男, 汉, 本科, 籍贯: 浙江省上虞县, 总经理, 研究方向: 运营管理。