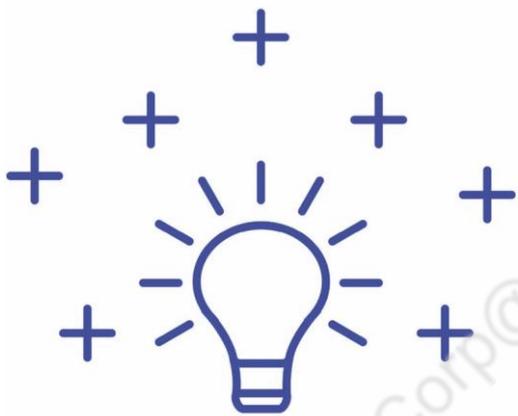


反派千金动漫IP元宇宙营销方案

By Cassandra Zia, Beilong Tang, Jiayuan Li, Jingyang Yan, Yufei Li & Yutong Quan
2022.05.13

DKU Ucorp@Metaculand Rights Reserved

方案目录



- 设计准备 **Design Preparation**
- 方案规划 **Campaign Strategy**
- 宣传预热 **Promotion & Warm-up**
- 方案评估 **Evaluation & Analysis**
- 备选方案 **Other Alternatives**

设计准备

Design Preparation

DKU Ucorp@MedInculand Rights Reserved

创作元素挖掘

优秀**NFT**的实质是唤起目标客户群体的共同记忆和情绪，引发强烈共鸣，引起社群效应。本次项目的动漫**IP**具有以下主要卖点，将作为后续创作的基础：



方案规划

Campaign Strategy

DKU UCorp@Metaculand Rights Reserved

NFT Roadmap

NFT Roadmap (即路线图) 包括关键项目里程碑、短期和长期目标以及营销和增长计划等内容, 是一个**NFT**项目为实现其长期价值所制定的目标和策略的概括性描述, 是**NFT**项目中最为重要的规划文件。

考虑到二次元用户在支付意愿、忠诚度粘性、偏好关注点等方面差异较大, 因此本次**NFT Roadmap**将有以下两个主要特点:

- 1) 死忠粉优先: 率先发布针对支付意愿高的死忠粉偏好需求的**NFT**内容, 并赋予他们在日后活动中的优先购买权, 以求粉丝群体的自发宣传效应
- 2) 开放自由度高: 粉丝可在任何时间节点加入到**Roadmap**中, 并可追溯购买先前的内容



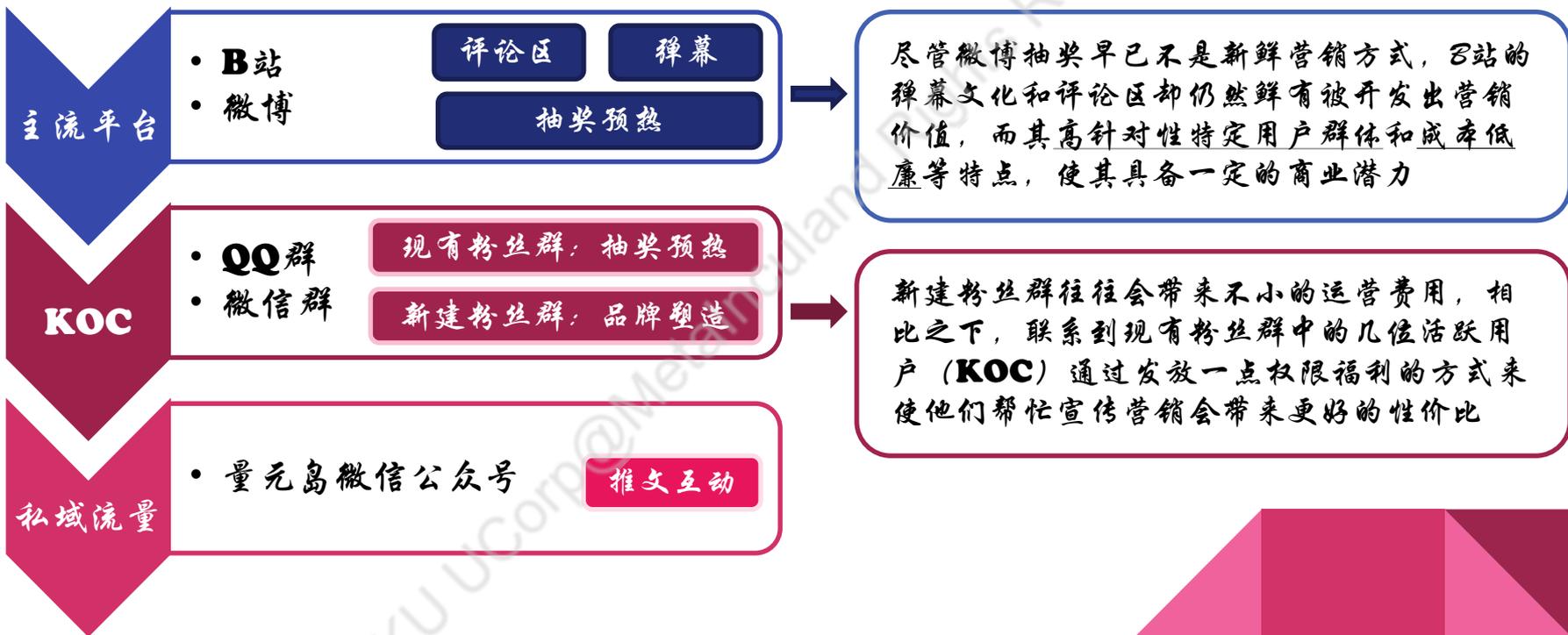
宣传预热

Promotion & Warm-Up

DKU Ucorp@Metaculand Rights Reserved

宣传渠道

考虑到成本预算有限和二次元群体的特点，宣传渠道将分三方面进行：



方案评估分析

Evaluation & Analysis

DKU UCorp@MetalInculand Rights Reserved

方案一：声音NFT

DKU U Corp @ Metal Inc and Rights Reserved

音频数字藏品

NFT形式

经典台词/声优录制几段其他类型语音（互动）--audio NFT

卖点简介

将声音变为数字藏品，数字文创（新营收，传播品牌），二次元带货

销售方案

- 主要客户群体：动漫粉丝/声优粉丝
- 支付意愿：较强

- 参考《十三邀》类似语音数字藏品，二级市场炒作最高达20万；以及其他类型的语音类数字藏品，皆售罄
- 粉丝群体基数大
- 结合自由市场动态和数字稀缺性的市场(参考音乐NFT市场)



销售方案

销售方式

- 前期票选出热度最高的五条给定的其他内容语音进行制作，增添一定的互动感（落地执行前期在微博或者某发售平台进行预告，以留言形式收取音频内容）
- 后期与经典台词音频共同发售，上线bilibili网店或者合作NFT发售平台
- 以主人公形象为IP代言其NFT，在动漫上线前作为预热提前发布/同时上线发布，占据b站入口版面

风险

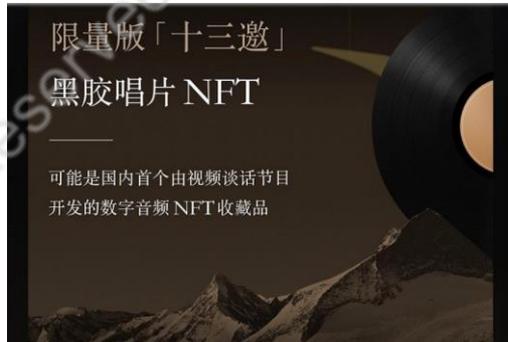
- 与视频上线平台无法同步上线导致宣传热度下降；合作视频平台不给予数字藏品直接宣传
- 政府是否给予此类型动漫的数字藏品宣传或上架权利；舆情
- 国内交易平台语音数字藏品不常见

同类型声音数字藏品

- 十三邀
 - 单价：13 发售量：300 二级市场高达20万
- 上海交响乐团老唱片
 - 单价13 发行量：10000
- 耳热FM
 - 《耳热FM》是神律文化传媒签约主播，YY年度金牌声优，中国首位当代数字音频艺术家耳热创作

潜在合作/已有音频数字藏品平台

- NFT中国、加密空间、河洛、UMX艺术、秘宝、唯一艺术、一起NFT、头号藏家



耳热FM
归属机构:成都创艺中心
归属服务商:成都源信和
售卖方式:链上商城/无实物

作品编号: >
合约地址:
首次成交价格: ¥188.00
当前成交价格: ¥188.00
累计收益: ¥0.00
当前持有者: 0
原作者: 
发行份数: 20

成本分析

共计94863元

人员工资：30000元

广告植入：**up主KOL**软植入（2万）+**b站**信息流广告**CPC**单击模式（ $0.2 \times 10.1 \text{万} = 20200 \text{元}$ ）=4万

制作费：内容语音（1000合成费）+台词（0制作+合成费）+封面制作（1000）=2000元

平台抽成：10%（21000元）

平台相关手续费用（包括上链费）：1863元

- **NFT中国**：审核认证费300元 交易手续费固定33元

销售额分析

销售额目标：

- 发售数量：3000份 单价：100元（预计售出比例70%）
- 预计理想销售额：21万

后续跟进

- 若结果理想，后续可根据用户评价追加热门自定内容/热门台词（台词成率低，可考虑批量追加）

总利润率：55%

利润：115137元

方案二：名场面**NFT**

DKU UCorp@MetaInc and Rights Reserved

卖点简介：

采用近几年流行的“抽卡”玩法，将名场面镜头制成10种**NFT**款式（含2款隐藏款）进行发售（可以与声音类**NFT**进行联动）

主要目标客户群体：

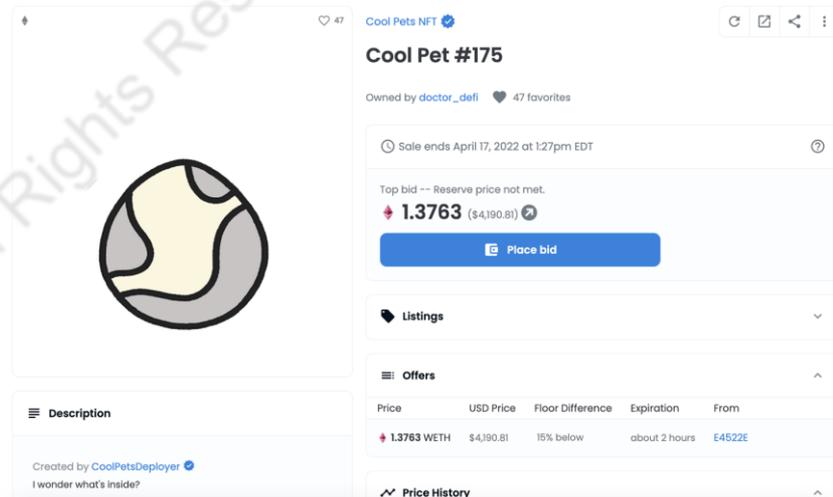
漫画和动画的活跃粉丝，并对集卡和盲盒玩法有很大兴趣的群体

支付意愿：较强

- 1) 粉丝群体活跃（贴吧4w关注、6w发帖、热门帖子点击量达9w）
- 2) 盲盒发售模式的吸引力强、经济效益大（参考**POPMART**、乙女游戏“恋与制作人”）

其他风险因素：

- 1) 粉丝群体是否愿意用较高的价格换取盲盒的不确定性
- 2) 名场面镜头的二次设计是否能满足目标客户群体



销售方案

NFT款式：

女主与单位男性角色互动镜头*4种、男性角色单人镜头*4种、女主与四位男性角色互动镜头（隐藏款）*2种

【会员权益】：购买该款NFT后自动加入“反派千金”NFT俱乐部，获得后续参加线上（定制闹铃等）和线下（剧场版动画观影会、动漫实体周边快闪等）活动的资格

销售目标（普通款每种发售500份、隐藏款每种发售300份、每个盲盒价格65元）：

盲盒发行数量 $(500*8+300*2)$ * 单价 (65元) * 预计售出比例 (80%)
=239,200元

平台抽成20%后： $239,200*80%=191,360$ 元



成本和利润

成本分析（共计105,745元）：

1. 公司员工工资（4*10,000元）：40,000元
2. 777设计费（普通款1000元/款，隐藏款2000元/款）： $1000*8+2000*2=12,000$ 元
3. 上链手续费：首个（10元）+后续（4,599个*1元/个）=4,609元
4. 社交媒体营销（广告投放、**KOL**合作）+社群管理：20,000+10,000=30,000元
5. 会员福利（预计占比销售额的10%）： $191,360*10\%=19,136$ 元

销售利润： $191,360-105,745=85,615$ 元



方案三：设定情报**NFT**

DKU UCorp@MetaIn and Rights Reserved

卖点简介：

- 将动画中尚未提及的漫画设定、伏笔及细节通过**NFT**来获取（如角色立绘）。
- 购买**NFT**后，关于漫画的情报会在之后随机给出。
- 类似“拆盲盒”，买家的情报都是随机的，可以激发购买欲。



销售方案评估

- 1) 主要目标群体：**bilibili**活跃人群【25,000人】
- 2) 人群支付率：10%
- 3) 人均支付费用：100元
- 4) 总费用：250,000元

55.9万 54.8万 分享 用手机观看 一起看

转生成为了只有乙女游戏破灭Fla... ☆☆☆☆☆ 点评 追番

9918.4万播放 · 170.1万弹幕 · 411.8万系列追番

番剧 已完结, 全12话 BV1FT4y1G7sC

公爵千金卡特莉娜·克拉斯在脑袋撞到石头上时取回了前世的记忆，发现这里是前世所迷恋的乙女游戏“FORTUNE LOVER”的世界，自己成为了妨碍游戏主人公恋情的邪恶大小姐 [展开](#)

9.5分
8.1万人评分

点评 [查看全部](#)

布莱克的黑猫 ★★★★★
感谢大家的文明观猴
随着第三集的播出，《攻略猴子》这款游戏的剧本已经全部交代完了，接下来会正式开始游...
2020-04-19

Q歪叮叮糖 ★★★★★
男生也能看得嗨太雅资达...
本来我是女主攻略男主我还以为是比较少女向的番剧，可能不太适合我这种的男生看，但实...
2020-04-19

萝莉结缘神乃... ★★★☆☆
所有官方小剧场科普加上...
本专栏主要以科普向为主。这里主要视频都是官方设定的广播剧和小剧场。内容很多，如果后头还会...
2020-06-19

24556 评论

成本分析

- 1) 员工工资：普通员工3人*每人工资10,000元+算法工程师1人*每人工资5000元
- 2) **NFT**设计费：1,000元*10份=10,000元
- 3) 上链手续费：每份约为1元*售卖份数5,000份=5,000元
- 4) 平台抽成：总销售额的20%
- 5) **bilibili**宣传抽成：总利润的10%
- 6) 总成本：67,000元

销售额分析

- 1) **NFT**发行平台：2个
- 2) 平台交易数量：1,200份
- 3) **NFT**单价：100元
- 4) 售出率：80%
- 5) 总销售额：208,000元



方案保障

- 如果用户觉得情报不好的话，可以再自行售出或者与他人交换。



- 此方案可以作为附加方案，与后续方案结合，比如在交易壁纸之后进行情报的给与。

方案四：壁纸NFT

DKU U Corp @ Meta Inc and Rights Reserved

设计方案

- a. 普通版静态壁纸：基于动漫的核心人物、场景和剧情设计5款不同的静态壁纸（采用常规竖屏手机壁纸大小）
- b. 普通版动态壁纸：基于以上的5款静态壁纸，为每款壁纸设计其动态效果（采用常规竖屏手机壁纸大小）
- c. 典藏版静态壁纸：基于动漫的核心人物、场景和剧情设计1款具有典藏价值的静态壁纸（采用常规横屏电脑壁纸大小）
- d. 典藏版动态壁纸：基于以上的1款典藏版静态壁纸，设计其动态效果（采用常规横屏电脑壁纸大小）

发行规则

- 仅在公开平台发行5款静态壁纸(a)
- 以盲盒形式发售
- 首期发行5款各2000份，共10000份；根据实际销售情况考虑后续的追加发售
- 每个盲盒的价格为30元

合成玩法

- 收集3张同款静态壁纸(a)，可以合成该款的动态壁纸(b)
- 集齐5张不同款静态壁纸(a)，可以合成一张典藏版静态壁纸(c)
- 集齐3张典藏版静态壁纸(c)，可以合成一张典藏版动态壁纸(d)

壁纸(d)

会员俱乐部

- 1级：收集任意15张壁纸(a)
- 2级：收集任意20张壁纸(a)
- 3级：收集任意25张壁纸(a)

不同级别的会员可获得相应的会员礼（即实体周边奖励），如壁纸同款的海报、帆布包等



（方案参考：唯一艺术X敦煌美术院“全球首款动态敦煌NFT”玩法）



主要目标客户群体

★ B站番剧死忠粉

客户群体支付意愿

- 根据B站数据，综合估计愿意为周边衍生品付费的粉丝数为4万人。
- 本片需要B站大会员才能收着，大会员价格即粉丝为内容付费的标准为15元/月。
- 根据2021年中国二次元周边衍生市场规模和泛二次元用户规模，粗略计算泛二次元用户对周边衍生品的平均支付意愿为115.65元。（艾瑞咨询《2021年中国二次元产业研究报告》）
- 粗略预估客户群体的支付意愿为 $40,000 * 15 \sim 40,000 * 115 = 600,000 \sim 4,600,000$ 元。

风险因素

- 粉丝群体对NFT的接受程度和消费意愿的不确定性
- 版权问题

销售额(发售10,000份)

- $10,000 * 30 * 70\% = 210,000$ 元 (预计售出70%)
- $210,000 * 75\% = 157,500$ 元 (扣除平台抽成20%及设计师抽成5%)

成本

- 3位员工: 30,000元
- **NFT**设计费(5组普通版+1组典藏版): $3,000 * 5 + 5,000 * 1 = 20,000$ 元
- 上链手续费: 10,000元
- 广告宣发费用(微博、B站、公众号、小红书、抖音共五个平台)及公关费用: $15,000 + 5,000 = 20,000$ 元
- 会员礼(如海报+帆布包): $600 * 3 + 600 * 5 = 4,800$ 元
- **NFT**预热抽奖活动(五个平台共抽奖5*5 = 15份): $15 * 30 = 450$ 元

利润

- 72,250元 (利润率约34.40%)

方案五: **Digital Merchandise NFT**

DKU UCorp@Metalhead Rights Reserved

方案五: Digital Merchandise NFT

NFT形式:

- **Digital Merchandise NFT**

卖点简介:

- **Accessories and props of anime characters can done in an NFT and circulated on the platform (rare props can be raffled/limited sale) in the anime circle and cosplayer circle. These merchandise should be relevant to the TV show *My Next Life as a Villainess: All Routes Lead to Doom!* An interactive NFT (such as making sparkles when pressed) can be an additional flair to the product.**

主要客户群体:

- **Anime consumers, parents of fans (age 10 and older), and casual *My Next Life as a Villainess: All Routes Lead to Doom!* fans. Digital merchandise can also be sold to young children who like watching animation (just like a physical toy).**

支付意愿:

- **There is a huge market for merchandise in general, such as trading cards, and other toys that are very interactive. Digital merchandise can be a way to emulate this feeling of excitement of owning merchandise.**

销售方式:

- **Will be sold in Tencent and Alibaba (or in own platform if possible), marketing will be done through social media channels and in group chats. Advertising will be through targeted ads in social media.**

风险:

- **Few objects in the *My Next Life as a Villainess: All Routes Lead to Doom!* universe can be used as merchandise.**



方案五: Digital Merchandise NFT

Units to sell: 7,000

Unit price: 100 元

Decided at 100 元 so that it can be afforded by parents for children interested in buying NFT

Total sales: 490,000 元 (if 70% sold) (unit to sell x unit price x selling rate)

Costing: 115,000 元

One-time designer fee: 15,000 元

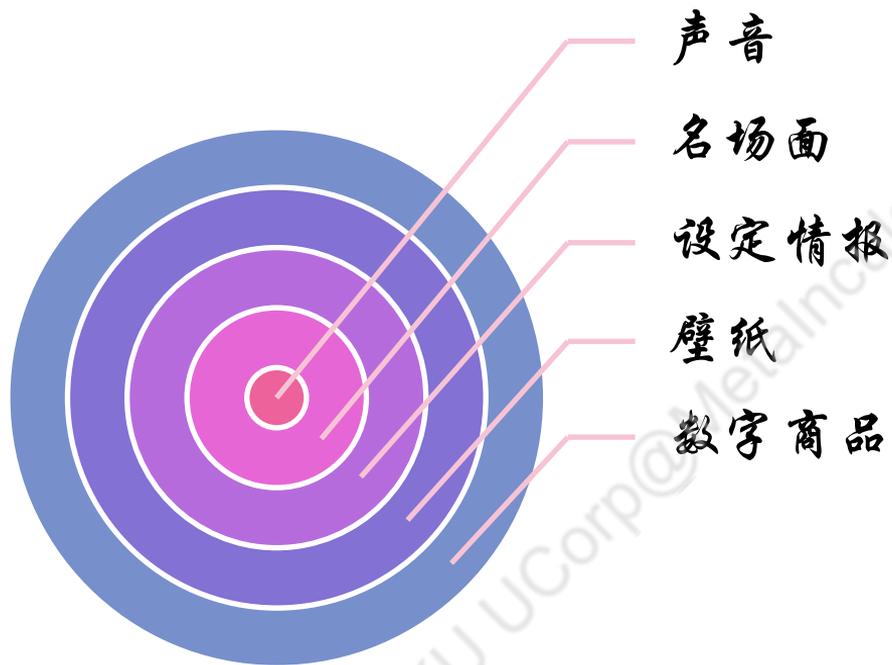
**Blockchain manager and engineer (will also be in charge of the interactive aspect of the NFT):
15,000 元**

Advertising: 30,000 元 (most of the advertising will be done in anime communities and interest groups in contrast to the mass consumers)

Platform fee: 70,000 元 (very rough estimate, will depend on how many platforms NFT will be sold)

Total profit: 375,000 元

5个主要方案的介绍与分析



主要粉丝群体狂热程度	支付意愿
超高	超高
高	高
高	中
高	中
中	中

备选方案

Other Alternatives

DKU UCorp@Metaculand Rights Reserved

方案卖点	与NFT的结合点
全息投影	NFT全息投影
表情包	自带水印的DIY表情包
二次同人创作	数字同人作品藏品
粉丝群	NFT勋章作为成员身份标识
漫画手稿	数字原稿藏品
名梗鬼畜	数字图像/视频藏品
官方撒糖	数字视频藏品
变声器	NFT变声器
换装	数字服装藏品
名台词	数字音/视频藏品
明信片	带有NFT二维码与验证码的明信片
cosplay	NFT社群效应
动漫元素	数字物件藏品
与主流NFT商品进行联动	将动漫NFT与主流数字潮玩NFT进行联合制作
NFT动漫那虚拟展厅	将传统NFT展厅变为动漫世界
用户自己制定角色 (NFT)	自定义NFT角色
快闪艺术展	NFT实际化，更加贴合人现实生活，便于理解；方便更多人参与进市场
博主	社交媒体“NFT”用户
漫画IP化	分享本剧NFT
同人游戏	互动体验

谢谢

Thanks

DKU UCorp@Meduncula Rights Reserved