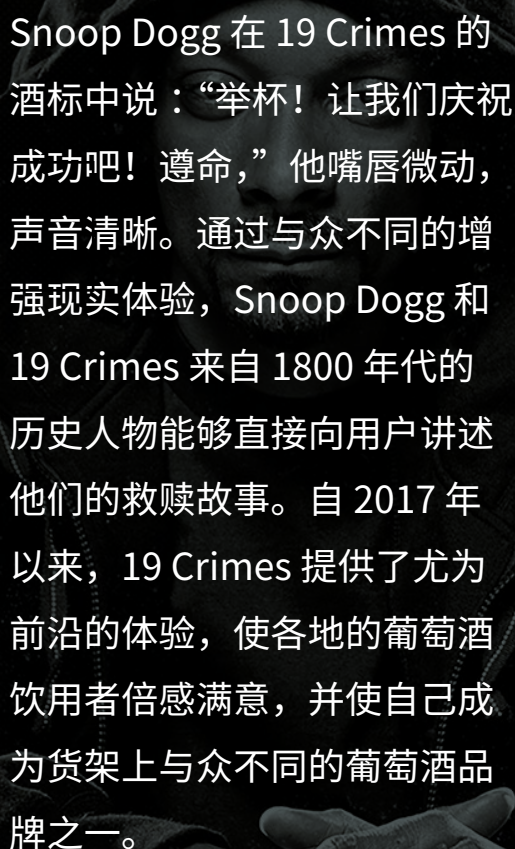


19 Crimes 利用增强现实让消费者满意并通过创新实现品牌差异化



Snoop Dogg 在 19 Crimes 的酒标中说：“举杯！让我们庆祝成功吧！遵命，”他嘴唇微动，声音清晰。通过与众不同的增强现实体验，Snoop Dogg 和 19 Crimes 来自 1800 年代的历史人物能够直接向用户讲述他们的救赎故事。自 2017 年以来，19 Crimes 提供了尤为前沿的体验，使各地的葡萄酒饮用者倍感满意，并使自己成为货架上与众不同的葡萄酒品牌之一。

Treasury Wine Estates (TWE) 是葡萄酒行业的创新者

TWE 的历史可以追溯到 19 世纪在美国建立的几个全新先进酿酒厂，包括 Lindemans (1843 年)、Penfolds (1844 年) 和 Beringer Vineyards (1876 年)。通过这些酿酒厂，TWE 打造了悠久的调配、艺术、科学和创新历史。他们利用对创新和不断改进的承诺，成为世界先进的葡萄酒公司。他们在澳大利亚、新西兰和欧洲一些世界上尤为知名的葡萄酒产区生产值得信赖的优质葡萄酒，并将其出售给 70 多个国家 / 地区的消费者。

TWE 致力于通过大胆探索葡萄酒行业的变革来实现其成为全球尤其受尊敬的葡萄酒公司的雄心。创新的 19 Crimes 标签是这种对进步和创新承诺的不错例子。



TREASURY
WINE ESTATES





19 Crimes 是 TWE 与众不同和引人注目的品牌之一

走过每个葡萄酒走廊，您的目光一定会跳到 19 Crimes 酒瓶的标签上。19 Crimes 的原意是庆祝 16 万多名被流放的男女的反叛精神，这些男女因 19 项罪行中的至少一项被定罪，导致被判处生活在澳大利亚而不是死刑。作为边境流放地的先驱，他们一砖一瓦打造了一个新国家和新生活。

随着其第一种加州葡萄酒的酿造，19 Crimes 为该品牌注入了现代感。秉承 19 Crimes 的精神 - 打破规则、创造文化和迎难而上 - 娱乐人物也是加州偶像人物 Snoop Dogg 是其下一版本的明显品牌合作伙伴。此后，这种合作关系推动了“Snoop Cali Red”问世，并在美国消费者中变得越来越流行。

TWE 自 19 Crimes 成立之初就计划要有自己品牌的独特性。Treasury Wine Estates 绩效与合作部门的数字化总监 Ming Alterman 表示：“从一开始，人们就认为 19 Crimes 与消费者的沟通方式有所不同。”

在葡萄酒行业实现差异化具有挑战性

在葡萄酒走廊中脱颖而出具有挑战性。消费者面临着无数的选择，并且通常可作为购买决策依据的信息很少。Alterman 表示：“葡萄酒是一个令人困惑的类别。有成千上万的酿酒厂和品牌。因此，作为消费者，当许多瓶子看起来相同并且标签上没有太多信息时，您如何选择呢？”这些挑战也存在于销售会议中，在会上，品牌需要迅速吸引大型杂货连锁店的注意力。

TWE 希望找到一种途径，在选择和购买葡萄酒方面增加一种试验性元素，并使其品牌脱颖而出，摆脱传统的瓶颈标签和酒柜摆放。Alterman 表示：“我们问了自己一个问题，如何确保在葡萄酒走廊和销售会议中脱颖而出？”



19 Crimes 选择了 Vuforia Engine 来支持独特的增强现实体验

为了从竞争中脱颖而出，TWE 踏上了成为第一家在酒标上引入增强现实技术的葡萄酒公司的旅程。

19 Crimes 与 Tactic Studio 的沉浸式体验专家以及创意机构 Wunderman Thompson 合作，构想了一种增强现实应用程序来为其品牌故事赋予活力。他们认识到增强现实是一个增强品牌知名度并以新颖和创新方式讲述丰富历史故事的机会。Alterman 表示：“19 Crimes 品牌的目标就是做到前沿。增强现实是一个决定性因素。当我们集思广益时，您就会灵光乍现。”

TWE 选择了 Vuforia Engine 来支持其增强现实体验。TWE 选择了 Vuforia Engine（创建强大、逼真的增强现实体验的先进开发软件）用于其增强现实应用。Tactic Studio 利用其在角色动画和视觉效果方面的专长来帮助打造集成体验，该公司过去曾与 Vuforia Engine 密切合作，知道这将完成该工作的正确工具。

Alterman 表示：“要正确地实现增强现实，您确实需要一个技术合作伙伴和引擎，将美好、有创意的想法变为现实。我们认为 PTC 的 Vuforia Engine 是实现此目标的合适平台和引擎。”

“要正确地实现增强现实，您确实需要一个技术合作伙伴和引擎，将美好、有创意的想法变为现实。我们认为 PTC 的 Vuforia Engine 是实现此目标的合适平台和引擎。”

Living Wine Labels 增强现实应用程序为 19 Crimes 的故事赋予了活力

通过 Living Wine Labels 增强现实应用程序，在 19 Crimes 酒瓶上的男女变得栩栩如生，他们以自己的语言讲述着自己的悲惨故事。以 John Boyle O'Reilly 为例。消费者下载了 Living Wine Labels 应用程序后，只需将手机或平板电脑对准酒瓶。O'Reilly 的照片就会变得栩栩如生，他就会皱着眉头开始讲述自己的故事：“我因反对王室而被流放到澳大利亚。”

19 Crimes 增强现实体验 大获成功。

自 2017 年 7 月以来下载量高达
550 万次

售出的葡萄酒箱数增加了 40%

荣获久负盛名的 Super REGGIE 大奖

消费者一边喝着奔放美味的红酒，一边了解爱尔兰共和党兄弟会成员 O'Reilly 如何被运送到西澳大利亚，并最终通过他在波士顿报纸 The Pilot 的编辑职位而成为爱尔兰社区的知名发言人。Alterman 表示：“这种增强现实体验是前卫的，并且它基于历史故事。您可以在聚会上分享它，这会成为一场大狂欢。”

19 Crimes 增加了品牌 知名度和客户参与度， 推动销售额大幅增长

19 Crimes 增强现实应用程序的成功毋庸置疑。尽管最初的体验是从一个独立的应用程序开始的，但这种立竿见影的成功促使 TWE 创建了 Living Wine Labels 应用程序并扩展到其他品牌。目前，他们有 9 个品牌利用了独特而引人注目的增强现实体验，包括 Gentleman's Collection、Wolf Blass 和 Matua。

消费者很喜欢这种体验，将 Living Wine Labels 应用程序的下载量推高到数百万。自 2017 年 7 月上线以来，Living Wine Labels 应用程序共被下载了 550 万次。该体验已被使用 22,168,625 次。不仅如此，从 2017 年到 2019 年，售出的葡萄酒箱数增加了约 40%。

Alterman 表示：“从消费者的角度讲，这确实很有趣，社交分享就是证明。我想葡萄酒行业以前从未见过这种事情。它的确提高了我们的品牌知名度，这在很大程度上是因为 AR 应用程序。”



独特的增强现实体验 - 连同销售额和对消费者影响的明显提高 - 也引起了主要零售商的关注，从而促进了更有效的销售对话。Alterman 表示：“总体来讲，我们收到的反馈是，他们很少在葡萄酒中看到过这样的东西。零售商喜欢那些将人们留在葡萄酒酒廊的产品，人们会货架上扫一扫。”

19 Crimes 因其增强现实应用程序而获得了行业大奖并广受赞誉

自 2017 年发布以来，增强现实体验已帮助 19 Crimes 获得了多个行业奖项。在有影响力的葡萄酒出版物 Shanken News Daily 的影响力热门品牌排行

榜中，19 Crimes 在 2020 年连续第 5 年上榜。2017 年，他们被 Market Watch 评为年度知名葡萄酒品牌。同年，TWE 及其代理商获得了全国广告商协会颁发的久负盛名的 Super REGGIE 大奖，该奖项是对品牌激活营销活动中获得重大成就的认可。

除了这一系列成就，Alterman 还表示：“苹果公司将我们列为葡萄酒类别尤其受欢迎的下载应用程序之一。我们被列入了 Business Wire 前 50 名免费食品和饮料应用程序列表。我们的发展势头不可阻挡。”

该应用程序不仅在参与度和商业价值方面取得了成功，而且在营销效率方面也成绩不俗。Alterman 表示：“该应用程序及其引起的热议成为我们营销和媒体工作的很大一部分”。




TWE 继续投资于增强现实

最近，19 Crimes 与 Snoop Dogg 合作推出了 Snoop Cali Red 系列。当 TWE 希望在 19 Crimes 的救赎故事中加入现代元素时，知名的音乐家、居家男人和文化创造者 Snoop Dogg 成为了自然的选择。现在，增强现实体验让这位说唱歌手活生生地站在世界各地的餐厅中。自 7 月初推出以来，消费者激活 Snoop Dogg 体验超过 500,000 次，观看次数超过 100 万。

Alterman 表示：“通过增强现实让名人（尤其是像 Snoop 这样的人）栩栩如生，真的相当酷，尤其是因为他在酒瓶上。感觉就像 Snoop 在和您说话。”

尽管 19 Crimes 以及最近的 Snoop Dogg 系列获得了成功，但 TWE 并没有止步于此。TWE 很高兴能继续为其品牌打造引人注目的增强现实体验。Alterman 表示：“该应用程序很受消费者喜爱。这就是为什么我们决定增加投资。AR 并非噱头，它在葡萄酒行业已站稳脚跟。随着它的不断发展，我们将长期深耕这一领域，而且我们已找到了使用它来吸引和激励客户的新方法。”



Alterman 表示：“AR 并非噱头，它在葡萄酒行业已站稳脚跟。随着它的不断发展，我们将长期深耕这一领域，而且我们已找到了使用它来吸引和激励客户的新方法。”

www.ptc.com/cn/case-studies

© 2020, PTC Inc. (PTC).保留所有权利。本文所述信息仅供参考，如有更改，恕不另行通知；这些信息不被应视作 PTC 提供的担保、承诺或要约。PTC、PTC 徽标和所有其他 PTC 产品名称及徽标均为 PTC 和/或其子公司在美国和其他国家/地区的商标或注册商标。所有其他产品或公司名称是其各自所有者的财产。任何产品（包括任何特性或功能）的发布时间均可能会发生变化，具体由 PTC 自行决定。