王老吉&美图共启AI吉祥年，吉文化互动创新出圈

- **品牌名称：**王老吉
- **所属行业：**食品饮料
- **执行时间：**2024.01.19-02.18
- **参选类别：**场景营销类

背景&目标

- **AI创意营销等待爆发 美图探索新模式**

今年，粘土特效忽然风靡。这种AI创意工具生产“千人千面”**个人AIGC形象“套路”**，是一个确认的热点赛道，并且拥有强分享、强互动、强跨平台等属性。我们观察到，这正是AI内容创意营销爆发前夜。代表“**消费者自己个人形象+场景**”产品力及流量池积累最深厚的美图，正在代表中国AI媒体企业探索新的路径与方式。

- **品牌如何CNY再创佳绩？挑战巨大**

如何“中国一片红”时，“红”到消费者每个人？

前年，王老吉结合用户个性化需求的定制「姓氏罐」营销玩法圈粉无数，让品牌与更广泛的用户产生了情感链接。2024年，新的挑战：如何继续将**品牌「吉文化」**在春节继续“红”？让品牌活动的个性化更强？如何在覆盖绝大部分对王老吉有高认知的消费者的同时，让消费者更多的互动？如何让更年轻的消费者也参与？王老吉的创新挑战很大。

背景&目标

- **“既AI，又传统”是目前最好选择**

我们认为，美图AI技术核心创意，带来个人消费者UGC内容引爆源点，再加上最有效的整合营销体系带来流量池——线上流量体系化投放、线下渠道及产品带来的全场景体验、PR收官，“既AI，又传统”，是我们认为现阶段最好的高效果AI创新整合营销选择，也是此次尝试的策略背景。面对新一年营销周期，王老吉+美图希望结合最新AI创意玩法，延续“个性化”快消品品牌的思路，带来新的方法论。

背景&目标

- **找到“AI创新+传统整合”的完美结合点，创造AI整合案例的范式**

“既AI，又传统”的结合度在哪里？王老吉和美图要通过这个案例，找到实操体系中，AI创新整合营销的落地的结合方式及“结合度”，并创造范式及方法论。

- **深化品牌「吉文化」认知，完成大众快消品的“个性化”**

在春节这样一个特殊的时间节点上，王老吉希望能够与消费者建立更深层次的情感联系，通过强化传播其“吉文化”认知，进一步提升王老吉品牌影响力。

代表“**消费者自己个人形象+场景**”最直接触点的美图，可以完成AI“千人千面的AIGC创意生产”，让品牌文化与每个人“我”的形象结合。我们希望通过美图AI营销，达到品牌目标——“个性化”的分享与参与。

- **借助春节「吉」场景+AI「吉」互动，提升销售转化**

春节期间消费者渴望通过AI等科技手段来创造和分享具有个性化和节日氛围的内容，于是希望通过春节场景配合AI互动，有效提升用户互动热情，并促进自发分享私域公域社交平台，全网唤醒节点消费欲，进一步促进产品的销量增长，扩大市场份额。

洞察&策略

一场将品牌「吉文化」特色与春节「吉场景」极致融合的AI创意营销

全场景强体验

春节「吉」场景+AI「吉」互动

全触点强曝光

站内全触点曝光
+
全网多路径引爆

全资源强扩散

美图CNY运营项目全力热推
增值曝光达13亿

PART 01

全场景渗透
吉文化体验焕新

爆款配方出片互动+春节限定礼盒定制

媒介&执行

品牌配方专区定制，鲤小龙动效视觉年味拉满，王老吉配方专区+动效浮层总曝光达11亿

王老吉配方专区

√用户修图**必经路径C位展示**
刺激用户一键出片
√6款定制配方**一站式承载**

【曝光量】
10.8亿
完成率108%

【点击量】
5513万
完成率180%

商业化首单合作！

专区tab动效浮层

√点击Tab鲤小龙IP动效跃入眼前
拉满新年喜庆氛围
二次强化品牌感知

【曝光量】
2255万
完成率112%

媒介&执行

AI赋能新春影像场景打造，为王老吉定制六大修图配方，一键同款焕新用户出片体验，使用量**5649w+**

TOP3
六吉PLOG

使用量**857w+**

TOP4
王老吉PLOG

使用量**808w+**

TOP1 王府大吉

使用量**1450w+**

TOP2 龙年大吉AI配方

AI抠图配方玩法创新

使用量**986w+**

TOP5
新春大吉AI配方

使用量**780w+**

TOP6
财运大吉

使用量**765w+**

使用量创常规配方+AI配方商业化新高

媒介&执行

品牌话题页浏览量达**849万+**，以吉文化配方撬动站内品牌内容积累，沉淀**2.5万+**吉文化资产

#过吉祥年喝红罐王老吉#
龙年CNY话题页浏览量849万

话题页背景板
助力品牌TVC宣发

2.5w+ UGC大片

「百家姓吉文化影像」

「一键晒出有AI吉祥年」

媒介&执行

高颜值达人内容站内外助力吉文化龙年大片扩散**多社交平台**，霸屏露出**社交声量Max**

「达人领衔宣发 秀出龙年大吉」

「用户自流水UGC持续释放 一起吉祥过龘年」

媒介&执行

王老吉龙年新春限定礼盒定制，渗透礼赠场景

创新六吉圆桶外观礼盒设计，以走马灯互动传递六吉吉祥语

PART 02

全触点曝光
吉文化强势亮相

王牌硬广+品牌特开创新硬广组合布局

媒介&执行

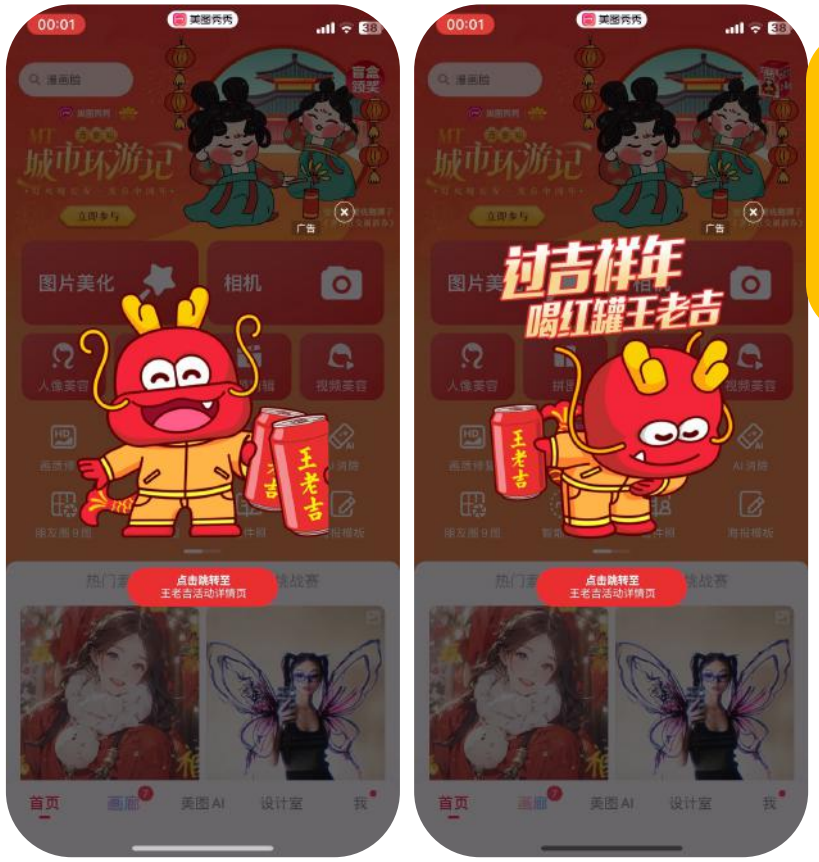
核心+创新硬广双布局，吉文化持续曝光霸屏新春，硬广整体收获**1.2亿+**曝光，CTR完成率**178%**

美图秀秀-首页图片背景板

前置蓄热
抢先亮相

【日均曝光】
1839w
【日均CTR】
1.37%

美图秀秀-首页异形弹窗

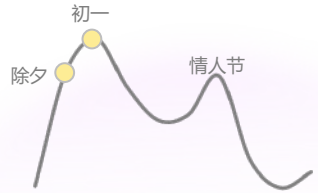


品牌特开
创新硬广

与鲤小龙一起
举杯有吉

【曝光量】
1867w
【CTR】
1.53%

美图秀秀-静态开屏



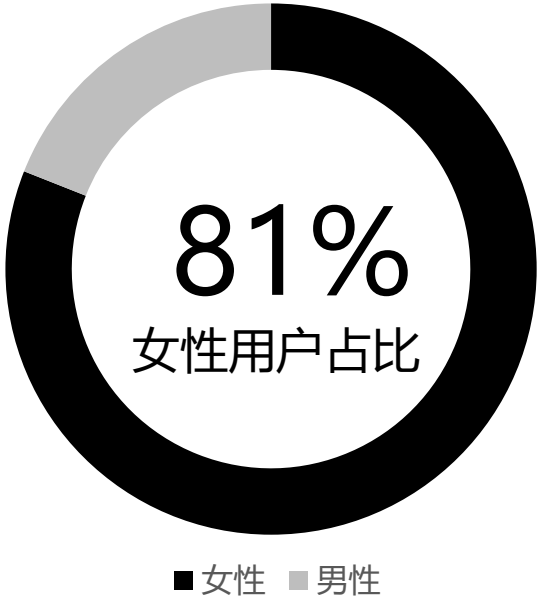
美图除夕+初一
流量红利借势

【日均曝光】
2551w
【日均CTR】
1.45%

媒介&执行

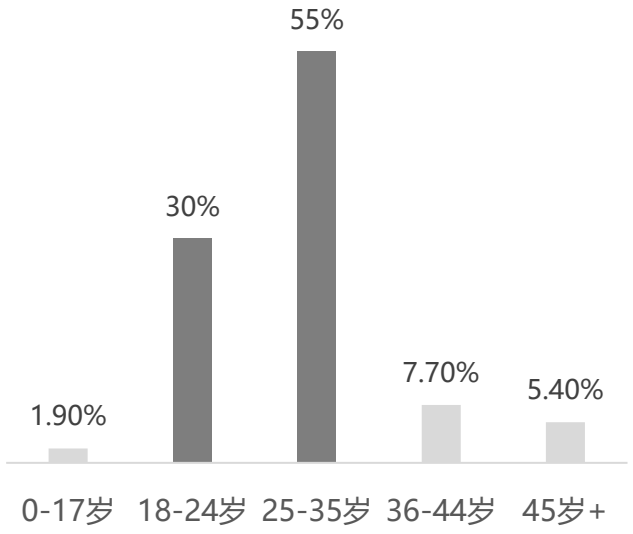
硬广人群画像：触达18-34岁年轻女性/Z世代两大食饮核心客群，契合王老吉TA

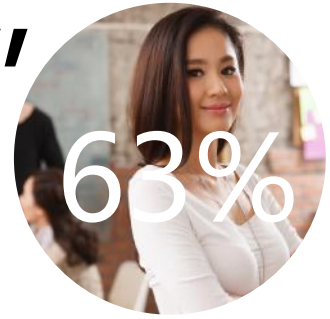
"她势力"



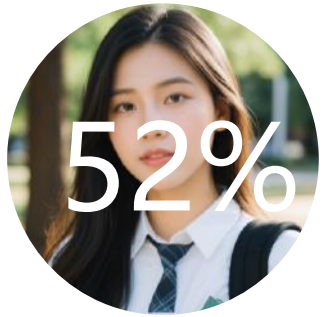
"年轻化"

18-34岁占85%，对比22年+7%





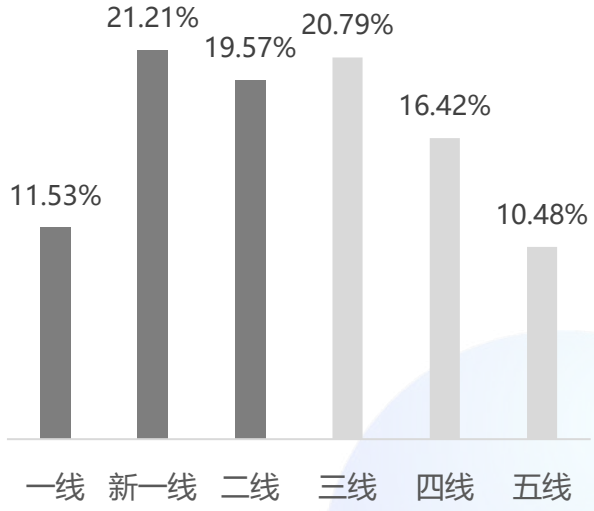
精致白领



Z世代
(15-29岁)

"均衡渗透"

高线城市占比52%



PART 03

全资源热推
吉文化霸屏新春

美 图 C N Y 运 营 项 目 资 源 整 合

媒介&执行

美图CNY运营项目多入口引流王老吉配方互动，最大化**调动站内外用户**参与互动感知吉文化

官方H5

植入互动&banner引流

官方话题页

植入互动&引流品牌话题页

官方话题页
曝光量
716w

美图秀秀&美图公司

官方微博引流

媒介&执行

站内用户路径全覆盖，美图**AIGC赋能**品牌专属KV视觉，**全路径深化**王老吉品牌感知

双美APP核心开屏曝光品牌合作身份

美图秀秀 meitu

美颜相机 拍人像更专业 meitu

上线时间：2月5日~2月7日

美图AIGC创意内容生产力
赋能品牌专属主视觉生成

热搜词

热点话题

MT情报局内容发布

MT情报局私信发布

素材中心banner（非首帧）

覆盖用户必经之路 最大化引流

媒介&执行

运营加码增值助推资源，多场景助力王老吉**品牌长线曝光**，打造新春第一品牌心智

PUSH导流官方运营话题页

2月9日　　2月10日

挑战赛话题植入

运营春节盲盒项目助推

H5主页面

H5推广资源-美图秀秀首页图片背景板

H5推广资源-运营话题页

运营硬广植入

美拍/美妆相机/潮自拍-静态开屏

媒介&执行

权威门户+营销大号PR**收官定调**，升华龙年营销事件亮点，夯实王老吉品牌行业标杆形象

凤凰网商业 | 搜狐 SOHU.com | 网易 NETEASE | 新浪看点 | 腾讯网 | DONEWS | 亿欧 | China.com 中华网 | 中国日报中文网 | 中国周刊网 CHINA WEEKLY | 投资界 PEdaily.cn

百家号 | 中国营销网 | Www.Marketcn.Cn 营销中国网 | 周到 新闻晨报 官方网站 | 中国经营网 WWW.CB.COM.CN | 信息早报 | 界面新闻 服务于独立思考的人群 | 中国经济新闻网 | 中国商报网 www.zgswcn.com

3家媒体网站首页位置曝光

营销中国网
网站首页

亿欧网-网站首页

中国经济新闻网
网站首页

20家门户网站稿件发布，释放王老吉长尾声量

效果&反馈

-传播效果总览-

整体项目曝光超31亿，成功打响吉文化龙年新春最强音

项目总曝光
（硬广+配方+项目推广资源+话题页浏览）
31亿+
完成率：241%

项目总点击
（硬广+配方）
1.36亿+
完成率：401%

配方总使用量
（6款品牌定制配方）
5649w+

硬广总曝光
1.2亿+

运营项目增值曝光
13亿+

话题总浏览量
849w+

话题UGC
2.5w+

*以上为2024.1.19-2024.2.18期间统计数据

效果&反馈

- **大众化破圈：**通过AI创新技术和社交媒体整合营销，王老吉CNY项目获得了显著曝光。此次合作整体总曝光达到了**31.9亿**，其配方的总使用量超过**5649**万。通过结合节点传统文化和现代AI科技，王老吉的“吉文化”在年轻人群中可能得到了积极的接受和认同，进一步助力王老吉营销破圈，真正打入年轻人消费场景，更广泛触达潜力消费人群。

- **礼盒售罄，节点销量猛增：**利用AI定制化内容增加用户互动体验，先锋玩法引领新年晒图新潮流，吉文化大片卷席社交圈，话题收获849万参与，显著增加了品牌的在线可见度。**王老吉定制龙年新春限定礼盒一件难求**，项目执行期间全网王老吉销量显著上涨。

效果&反馈

- **AI科技深度赋能传播。**

在春节这个营销节点上，项目依托美图自研AI视觉大模型MiracleVision（奇想智能）技术加持，将王老吉的“吉文化”以AI吸睛视效方式高效融合，使其能够与新春的“龙文化”实现天然吻合，为用户带去了惊喜感和新鲜感。通过这样一条路径，项目帮助王老吉缩短了用户内容兴趣到品牌认知的转化里程。

- **全套资源助力品牌认知扩散。**

在春节档上，精准找到目标用户比让用户找到品牌更加困难。

王老吉借助美图的平台优势与传播资源，通过场景搭建、AI配方加持等多方式、多渠道的整合，不断扩大传播面，并寻找到乐于分享自拍及AI形象、更为年轻的目标用户。

效果&反馈

美图创造AI整合案例的一个范式

美图AI技术核心创意，带来个人消费者UGC内容引爆源点，再加上最有效的整合营销体系带来流量池——线上流量体系化投放、线下渠道及产品带来的全场景体验、PR收官，“既AI，又传统”。此案例证明，这种营销战略有效地提升了品牌与消费者之间的互动质量，并且用较低的成本实现了较大的市场效应。

具体如下：

- **针对目标，选取产品的合适场景+主题，制定主题**；
- **C端造势：**用AI成为创意本身，结合品牌元素+“千人千面”的AIGC生成，刺激消费者（TO C）互动与分享私域；
- **（根据预算的备选方式）KOL端造势：**找一些大设计师+设计师KOC入局，真的利用AI做专业水准的“广告创意”；
- **引爆：**精准人群的私域分享，打通小红书、朋友圈、短视频多个平台，结合小红书、抖音、视频号这些平台的精准算法，进行自动化的精准人群扩圈投放……
- **收尾：**PR等多种手段配合，结合线下生成实体新品。