

| 龙角散「有AI健康年」AI灵感共创大赛项目

- ◆ 品牌名称：龙角散
- ◆ 所属行业：医疗保健
- ◆ 执行时间：2024.01.14-02.14
- ◆ 参选类别：AI创意类

背景&目标

【项目背景】

- 「健康新年糖」成为龙角散节点突围关键，那如何让消费者深刻感知？

伴随大众健康意识的提升，消费者在节日选择糖果产品时会更加关注其健康属性。因此，龙角散以“**健康新年糖**”为产品理念，切入春节节点糖果营销，正符合最新市场消费趋势。那么如何把这个核心结合**具体场景**，让消费者**真正感知**到？我们需要更多与消费者互动、消费者的参与。

- 龙年营销同质化，「春节营销」难破圈是事实。

春节营销是品牌进行营销推广的黄金时期，也是兵家必争之地；同时，随着“龙元素”的营销趋于泛滥，龙年相关的营销活动容易同质化，给品牌带来了明显的挑战，所以品牌必须采取创新的策略来突出其产品的**独特价值主张**。

以上两点，要求品牌不仅要提供与众不同的品牌故事和体验，还要激发消费者的参与和互动，从而确保品牌信息在喧嚣的春节营销中脱颖而出并形成持久的品牌记忆。

而正处爆发前夜的**AI内容创意营销**则为品牌节日破圈提供了全新思路。

背景&目标

【目标】

- **提升品牌认知，加深情感共鸣**

利用科技感AI创新玩法，吸引年轻消费者注意力，并以AI新质生产力赋能创作者与用户内容共创，在沉浸式创作中，加深用户对龙角散「健康新年糖」印象，并以中国特色龙年喜庆康健文化为纽带构建起深厚的情感链接，从而在竞争激烈的市场中脱颖而出，实现品牌的长远发展。

- **通过全民脑洞共创，沉淀品牌内容资产，长线赋能品牌创意营销**

通过AI技术赋能全民脑洞共创，产生大量优质作品沉淀为品牌内容资产，这些内容支持品牌多渠道传播，如新媒体设计、品牌上刊、包装焕新等，为品牌创意营销带来不竭灵感。

- **AI工具+创新营销探索**

与此同时，随着AI工具的进步，更多的设计师、大众参与进入产品设计成为可能。AI工具带来更多创意内容，既是产品原创源头又是营销创新模式。我们想通过落地实践，尝试AI工具+健康祈福，能通过各种互动手段，创造出令人惊艳的节日氛围感创意产品。

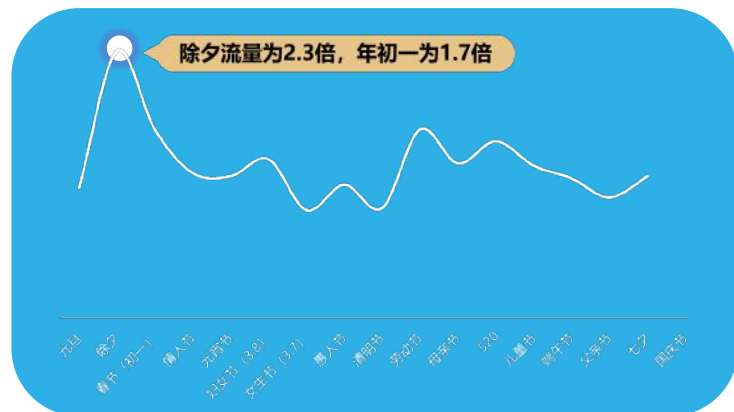
洞察&策略

【洞察】

美图节点流量红利+年轻女性节日出片心理+AI技术红利驱动
2亿+用户，因「AI」聚「龙」

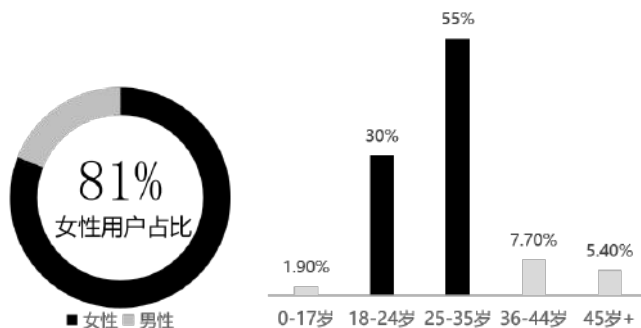
节点红利

美图节点红利持续上扬
CNY仍为全年流量天花板



精准人群

聚焦年轻「她势力」
锚定人群节日出片心理



AI红利

基于MiracleVision强大AI技术内核
美图提供一站式先锋前卫的AIGC玩法



洞察&策略

【策略】

AI 共创+全民出片，打造春节双波峰AI营销大事件

以“龙”文化为纽带、以“健康新年”为创作核心，以AI科技为动力
逐级深化用户对品牌保健理念的理解和记忆，助力龙角散2024伊始便与用户双向奔赴，共启「有AI健康年」

阶段1：新春前夕

阶段2：春节期间

阶段3：春节后

AI共创赛发起 三大圈层演绎健康龙年

赛事发起，全资源整合热推赛事

三大圈层AIGC共创，发酵社交声量

新年就AI拍大片 全民出片辐射品牌声量

AI精选作品转译龙年新春出片互动

龙角散健康龙年大片多平台扩散

AI作品公示 传播收官升华

赛事评选作品公示

PR稿收官

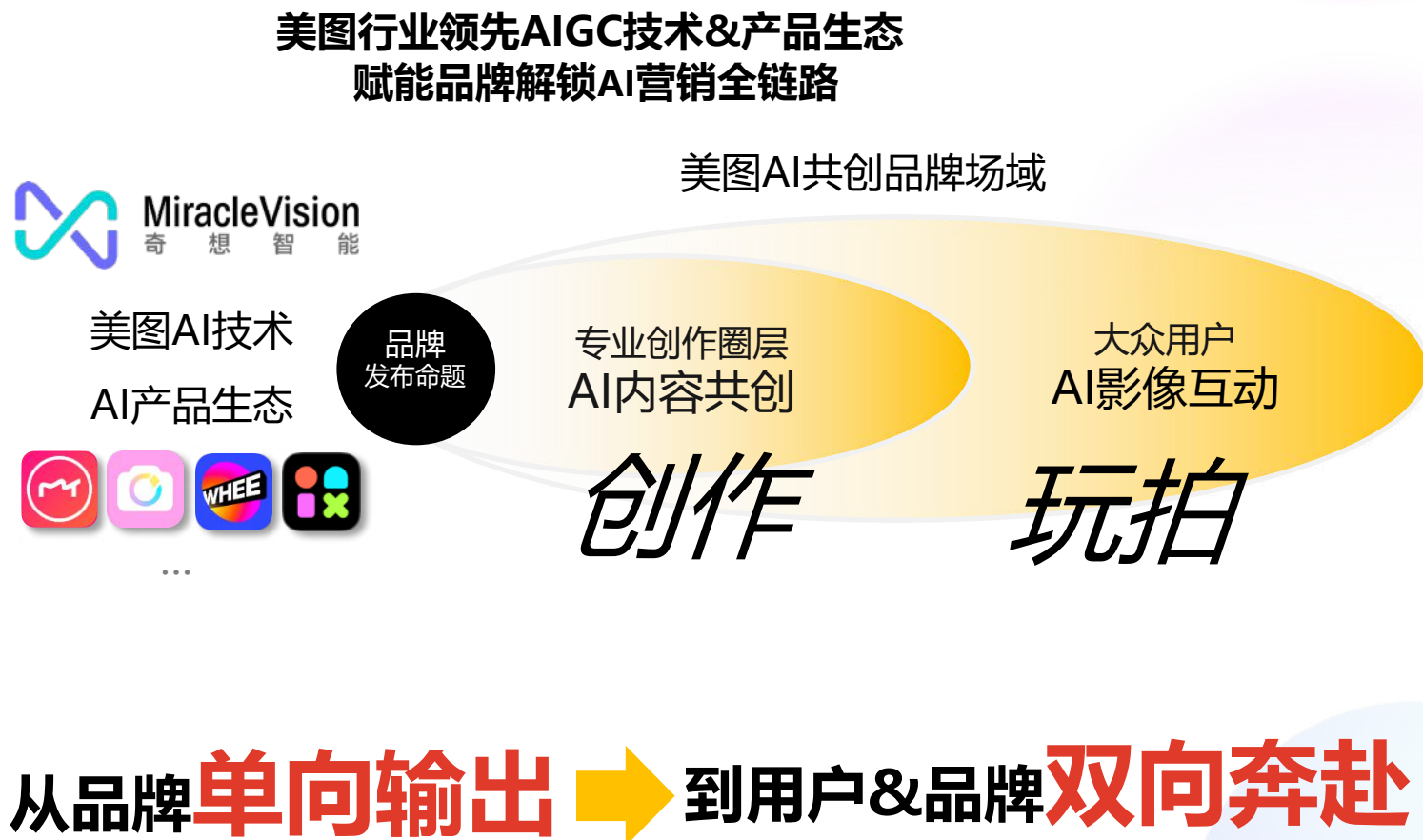
洞察&策略

【AI应用亮点】

• AI赋能营销模式升级

该项目的品牌合作链路从**传统的单向输出**模式演变为**品牌与用户双向奔赴**的互动模式。

龙角散「有AI健康年」AI灵感共创赛不仅激发了用户的创意灵感，也**鼓励他们用美图的AI工具描绘自己的健康龙年新年场景**。这种双向互动提升了用户的品牌认知，深化了品牌与用户之间的情感连接，使得品牌故事更具有亲和力和可持续性。



媒介&执行

第一步：AI共创

金字塔型创作结构，品牌用户双向奔赴，打造龙角散春节专属场域

龙角散联合美图秀秀，以**AI技术**加持**大众创意**，在全网发起了「有AI健康年」AI灵感共创赛有奖征集活动，邀请用户以健康过龙年为主题，结合美图AI工具，描绘出每个用户心中最有爱的新年场景，展现出有健康感，元气满满的龙年年味新气象。

【全网招募】两大赛事中枢+多点位露出，广泛引流

- 搭建品牌专题页+赛事H5两大中枢，打响赛事招募
- 站内多点位引流，广覆盖美图用户&创作玩家

赛事专题页



品牌话题页



媒介&执行

【圈层共创】头部艺术家+新生代AI创作者+海量兴趣用户

- 艺术家云白领衔创作
以头部效应释放圈层参赛热情

- 15位创作者接棒
打造健康新年具象化佳作

- 泛大众圈层踊跃参与
海量作品沉淀，共绘品牌华章



多角度创意切入



多圈层AI创作者



多风格AI作品



优质共创作品展示



【权威获奖定调】品牌主题赛道精品迭出，全方位突显用户参与热情



一等奖 (1名) @DianaChenAi玩家



二等奖 (10名) 部分作品展示



媒介&执行

第二步：全民出片

以共创作品为创意基点延续品牌态度，多元影像玩法深度动员用户

为了让更广泛的用户一起近距离体验AI创意乐趣，活动还设置多类型影像玩法，助力龙角散品牌低门槛、更高效地在春节影像场景中深入沟通用户，持续传导品牌态度。

媒介&执行

【新春配方转译】美图设计室以精选AI作品为基，定制三大出片互动玩法，斩获1666w+使用量

王牌配方 爆款再造

创新互动 惊喜不断

精选创作者AI作品



AI配方



使用量: 726w

静态配方



使用量: 884w

朋友圈九宫格



使用量: 54.8w

艺术家AI作品



媒介&执行

【层层破圈】节点流量高峰+站内外双向出圈

- 巧蹭春节拍照高峰，多点位直达互动玩法，斩获**百万使用量**

- KOC站内外双平台秀晒出片**
让品牌**营销声量发酵出圈**



媒介&执行

【全民出片热潮】全民一键出片秀出高颜值健康龙年大片，龙角散相伴新年美一刻

品牌话题页浏览量

785w

话题页UGC

4173



效果&反馈

1. 项目引领了品牌营销**从单向传播到双向共创的新模式**，通过与美图合作，实现了用户从被动的信息接收者到品牌故事共同创作者的转变。这种双向互动不仅增强了用户的认同感和忠诚度，还为品牌注入了持续活力。
2. 其次，项目通过巨大的曝光与互动量展现了其**深厚的市场影响力**。活动收获了**2.48亿总曝光**和**近千位用户参与共创**，显现了其在市场中的超强渗透力。这一数据背后是龙角散在精细化运营和精准投放方面的强大能力，这不仅提升了品牌的知名度，还有效扩大了受众基础，为品牌筑起了坚实的市场壁垒。
3. 此外，**多维度的创作内容和高品质的品牌IP融合**是本次活动的一大亮点。龙角散巧妙地将品牌IP形象（如龙宝）融入AIGC作品，通过多样化的新年场景展示品牌文化内涵和核心价值。顶级艺术家与新生代AI创作者的参与，使得内容既具艺术高度，又保持大众亲和力，完美平衡了专业水准和群众基础，进一步丰富了用户的视觉体验和品牌理解。

效果&反馈

4. **精准的用户定位和多样化的出片配方**也为项目增色不少。活动主要瞄准年轻女性这一核心消费群体，通过社交媒体和美图秀秀等平台实现了精准触达。三款出片配方（AI配方、静态配方及朋友圈9图）满足了不同用户的需求，提高了用户的参与度和满意度。这样精确的用户定位和个性化的参与形式，进一步广泛扩散项目影响力。
5. 最后，通过社交媒体与跨平台联动，龙角散成功**引爆了全民热潮**。活动通过多路径埋点组合实现了站内外的流量联动，在社交媒体上，大量高颜值达人积极秀出同款影像内容，进一步撬动粉丝好奇心和参与热情，形成了全民热潮。这种**全方位、多渠道**的整合营销策略最大化了活动的曝光度和参与度，充分展示了龙角散的创新力和号召力。