

「凹出百种生活」 AIGC全链路破局营销

- ◆ 品牌名称：英特尔中国
- ◆ 所属行业：3C类
- ◆ 执行时间：2024. 03.11-04.01
- ◆ 参选类别：AI创意类

结案视频

查看视频请复制链接，粘贴到新浏览器页面里观看视频

<https://v.afbcs.cn/Aabz7t>

● 背景&目标

2024 英特尔 X 小红书

Mission:

英特尔AIPC算力支持 + 小红书全民生活方式发酵地
将英特尔引领AIPC时代渗透进全民心智

AI「凹生活」趋势种草

策略

生活趋势转译AIPC

【intel 全方位诠释AIPC趋势】

【OEM 跟进细分趋势讲AIPC】

握手社区 AI生态共建

策略

AIPC社区数码薯心智共建

【 AIPC创作者孵化聚圈】

【AIGC人群精准触达渗透】

To C: AI并非遥不可及, intel支持每一个人在AIPC时代下都能成为AIGC创作者

洞察分析 | 站内“AIGC”相关下探分析

洞察维度

人群
(什么样的人)

需求
(什么时候用)

营销机会
(怎样的契机)

洞察工具

兴趣人群画像
找到AI有兴趣的核心人群

热搜词&笔记关键词
如何把AI讲清楚?

搜索趋势&峰值节点
AI的兴趣—消费行为

全网AIGC

实用有温度

ON TREND

营销价值

小红书
AIGC人群包策略

影响力从垂直人群
扩散至全民级别

AIPC
新品新机会

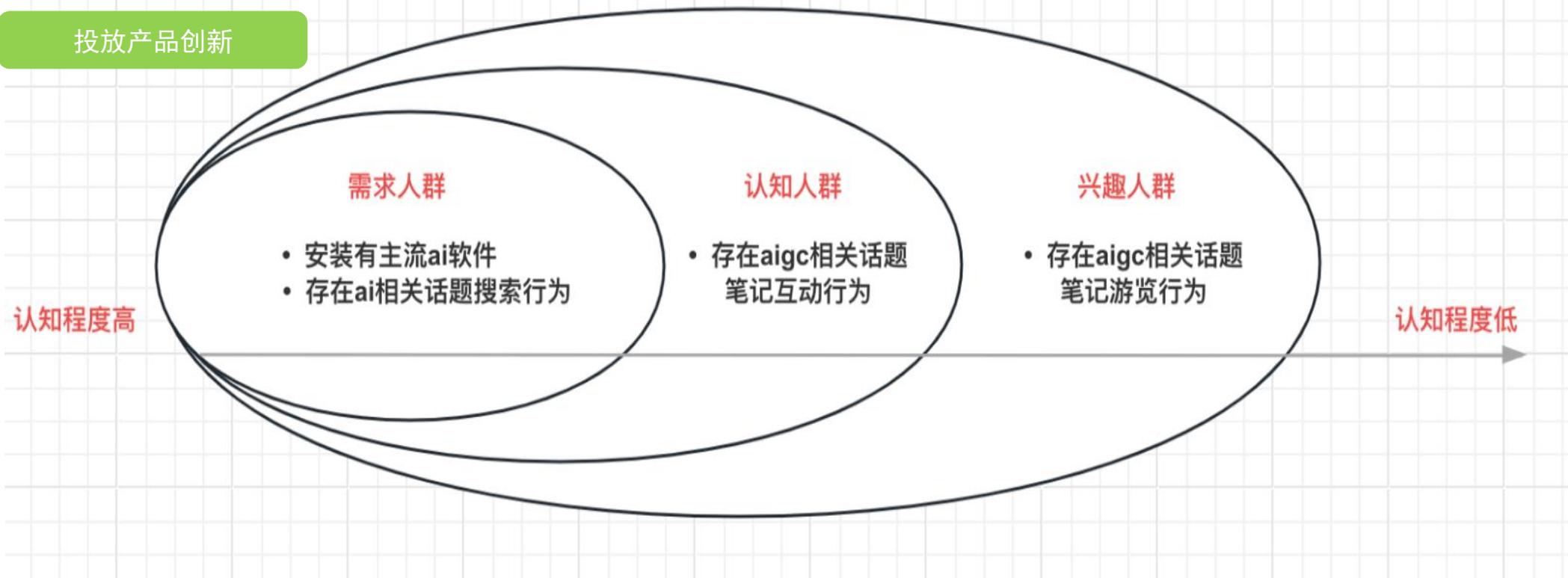
洞察&策略

找到对的人!

DMP定向AIGC人群策略，高度匹配TA触达，有效提升点击

『AIGC人群资产划分』

投放产品创新



策略

一度-需求人群

二度-认知人群

三度-兴趣人群

导向

对AIGC存在需求的用户

对AIGC存在认知的用户

对AIGC存在兴趣的用户

策略标签

安装有主流ai软件
存在ai相关话题搜索行为

存在aigc相关话题笔记互动
行为

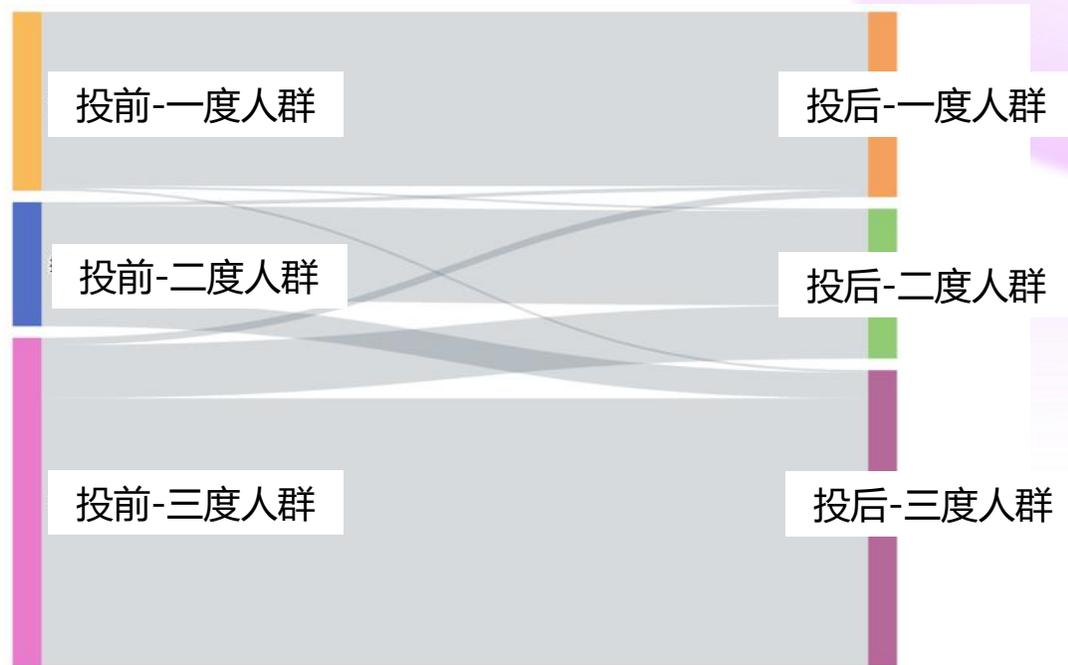
存在 aigc 相关话题笔记游
览行为

洞察&策略

全网AIGC兴趣人群DMP定向，高度匹配TA触达，有效提升点击

AIGC人群分布转化分析

归因分析	投前		投后	
	用户量	用户占比	用户量	用户占比
一度	18188516	0.283	18847926	0.294
二度	12609483	0.196	15246950	0.237
三度	33458690	0.521	30161813	0.469



备注：统计基于AIGC人群包数据，结合20240323人群状态进行分析



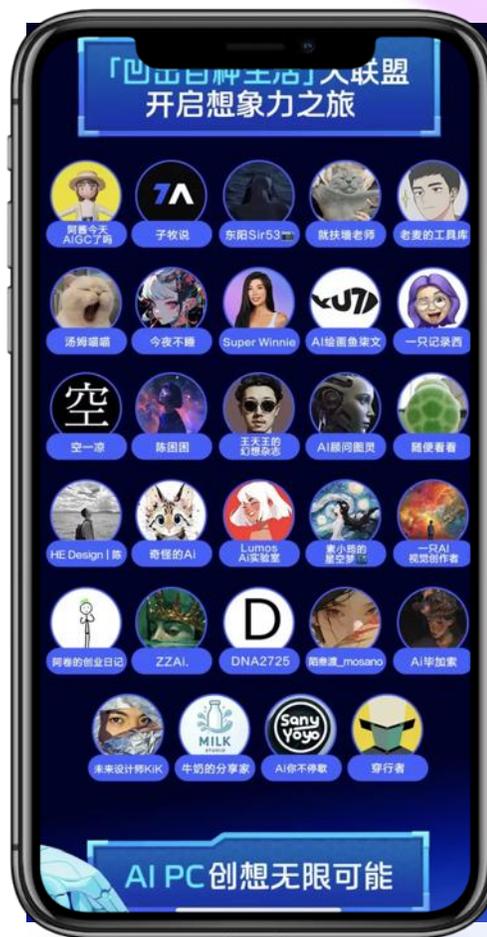
备注：统计基于AIGC相关内容增量表现（3/11-3/25）

★ 兴趣人群从 3345w — 3000w
 将近有300w转化到认知/需求人群流转

★ #凹出百种生活：话题笔记近25000篇（3.11-4.01）
 #AIGC相关内容：笔记增量近18860篇（3.11-3.25）

洞察&策略

小红书首个 AI 全链路营销案例，为数码3C行业打样AI营销新范式



媒介&执行

小红书 x intel 「凹出百种生活」

Objective	通过小红书 x intel合作case传播, 传达“小红书突破科技领域, 提供更多的行业营销可能性”		
TA	C端: AIGC趋势人群-大学生、社交精英	B端: 科技、互联网、市场营销、广告、AIGC行业	
Key Message	「小红书 x Intel —— 你的“AIGC”生活指南」		
Strategy	通过生活方式类KOL和行业大号发声, 以C端为切入口发酵、B端爆发并沉淀, 以C打B, 全方位传播小红书 x intel合作case, 透传小红书作为平台在科技领域的突破和营销机会点。		
Communication Plan	3月11日 Phase 1: 品牌官号官宣活动, 生活方式、职场白领、大学生、科技类KOL扩散造氛围	3月20日-21日 Phase 2: 行业大V多角度解读, 知乎话题冲榜, 形成爆发式讨论	3月22日 Phase 3: 科技媒体发声, 收官定调
Social Platform	微博	微信公众号、视频号、大V朋友圈, 知乎	微信视频号 大V朋友圈

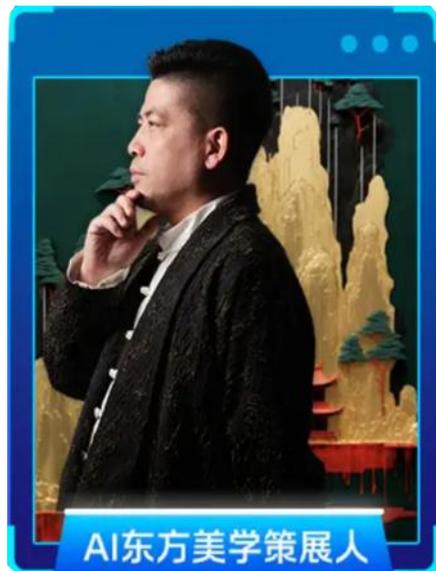
媒介&执行 内容创新

Phase1.1 聚圈渗透 | 有影响力的AIGC创作者集结



AI植物疗愈师

「绮梦花园」莳花弄草的美



AI东方美学策展人

「大美东方，禅意人生」
林下神仙的美



AI魔法导演

「欢迎来到异世界」
亦幻亦真的美



AI造影师

「数字人生」浮光掠影的美



AI数字画师

「漆画色彩」
斑驳精湛的美

五位来自不同领域的（艺术家）博主分别结合自身所处的创作领域以问答形式讲述AI带来的改变。
历时60个小时，5人5场录制拍摄；5款OEM AIPC新品笔记本权益植入；5组AI创想人设+AIGC态度金句表达。

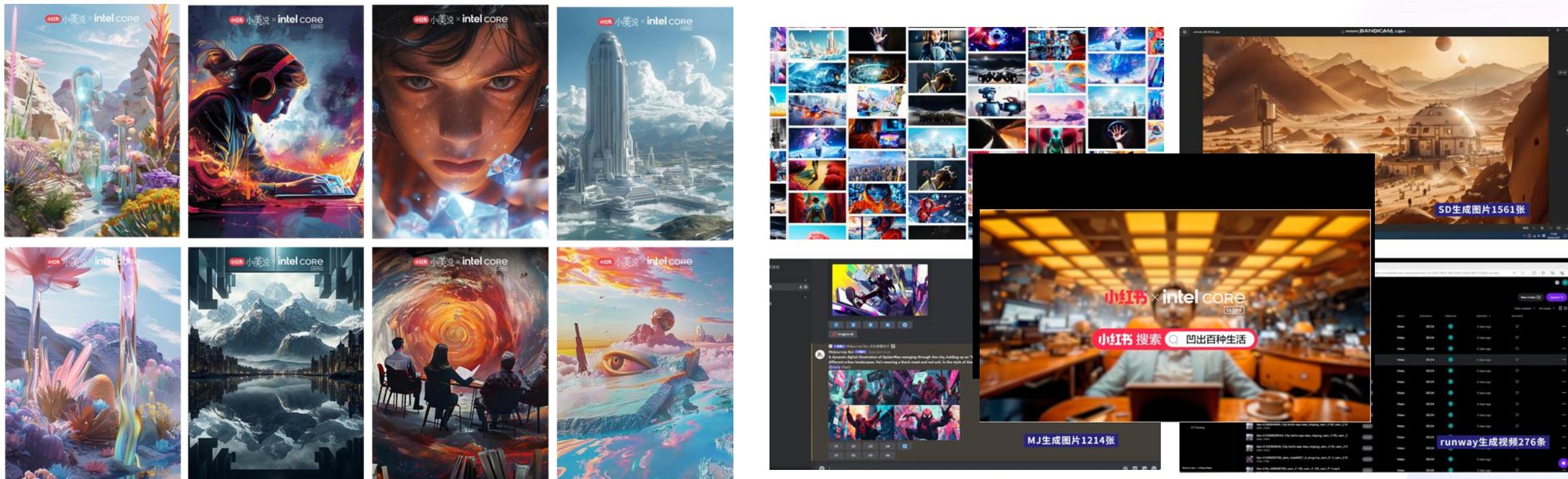
媒介&执行

内容创新

Phase1.2 纯AIGC生成态度篇 化虚无表达为现实大作

- 打消用户对「AI噱头」的顾虑，突出了英特尔酷睿Ultra为AI带来的动力：产出速度更快、产出内容更稳定、为创作者节约时间从而专心激发创意。
- 释出搭载英特尔酷睿Ultra芯片的笔记本电脑纯AIGC生成，用视觉冲击，让大家看到AI带来的实实在在的结果。

经过20天的不断探索，大量素材的不断优化，MJ生成图片1214张，SD生成1561张；SD生成视频486条；Runway生成视频276条；最终生成了长达60s+的纯AIGC生成的**强编剧思维**态度片。



媒介&执行 实用创新

Phase2: 热议传播 | 凹Lifestyle的AIGC生活方式态度引领

OWN住小红书是搜索百科的优势，贯穿始终把「硬核科技」的草种进普通人心里！
在冰冷未知的 AI领域，分享真实有温度的实用技能才能趋势成风，影响到普通人！

生活趋势博主凹出「有滋有味」的AI生活新范式，千赞爆文笔记引发热议！



AIGC X 赛博新顶流



AIGC X 数字人时代



AIGC X 油画梦境游



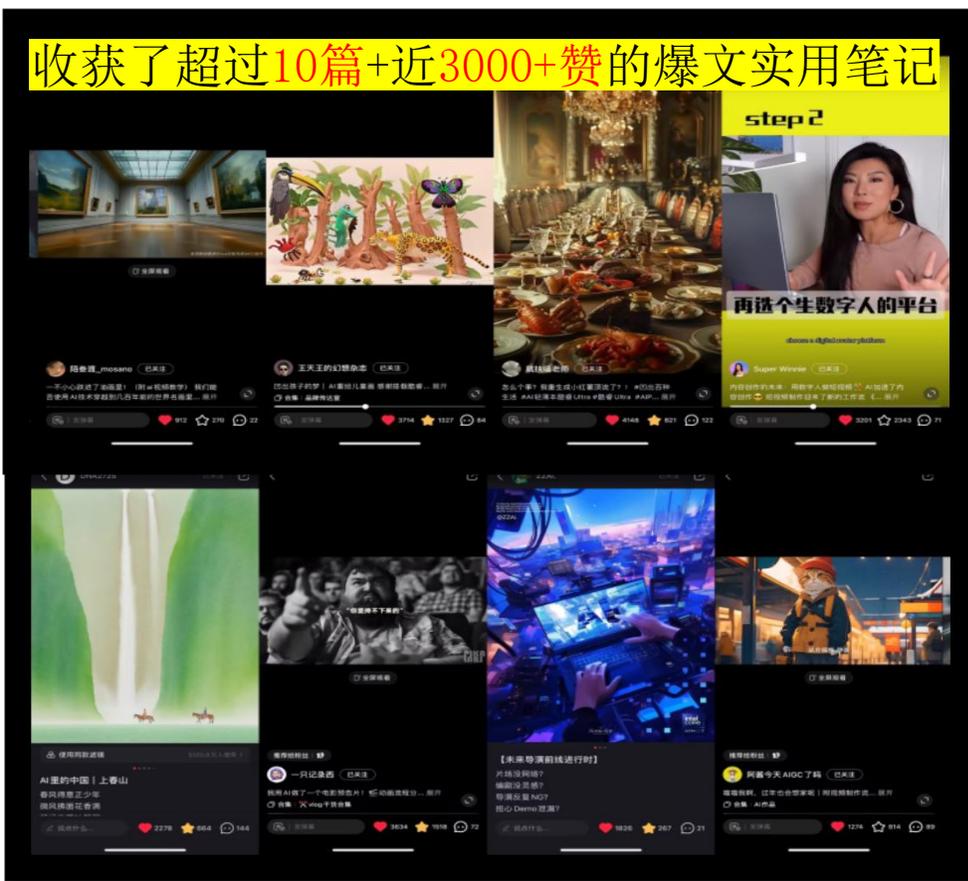
AIGC X 喵喵の团圆年



AIGC X 白日梦想家



AIGC X 童趣圆梦师



媒介&执行 产品创新

Phase3: 全民互动 | 打破一步之遥 人人都能玩

首次握手创作者发布中心，AIGC特效模板，兴趣人群的扩容手段，不止UGC促产，更是种草好玩由衷的分享，真正让普通人从AI观望者变成AI体验者！

小红书创作发布 帮助每一个普通人Ultra自己的AIGC气质风

用户「Ultra Life」全民炫耀！

凹出百种生活

5款AI创作模板特效玩法 一键生成轻松GET



● 效果&反馈

目标达成：所有核心数据指标均超预期达成

项目总曝光

3.6亿+

目标达成：144%

预估：2.5亿

品牌话题页浏览

2257w+

目标达成：180%

预估：1250w

IP话题参与人数

1.13w

目标达成：226%

预估：5000人

活动累计笔记数

2.5w+

目标达成：833%

预估：3000篇

● 效果&反馈

静态开屏



总曝光量
1058W+

活动话题页



总浏览量
2257.6W+

活动品专



总曝光量
57W+

活动品专CTR: 23.75%

话题页曝光: 2257.6w

静态开屏CTR: 6.47%

效果&反馈

Intel 酷睿14代HX 战力再+1

酷睿Ultra AIPC

酷睿14代HX 双芯本

京东

小红书 凹出百种生活 搜索

去探索 去感知 去爱

“妳”有万般姿态，也有万种力量

0艺术细胞也想办展

Core Ultra 电商搜索 指数提升 10%

酷睿Ultra / 凹出百种生活搜索数据增长图

3月10日-3月24日

环比提升 1,799.9%

环比提升 54,041.5%

酷睿Ultra

凹出百种生活

2月，合作后为2024年3月

酷睿Ultra搜索指数环比提升1,799.9%

凹出百种生活搜索指数环比提升54041.5%

TOP	酷睿Ultra		凹出百种生活	
	品牌	品牌	品牌	品牌
1	英特尔酷睿Ultra处理器	英特尔酷睿Ultra处理器	英特尔酷睿Ultra处理器	凹出百种生活
2	英特尔酷睿Ultra处理器	英特尔酷睿Ultra处理器	英特尔酷睿Ultra处理器	凹出百种生活
3	英特尔酷睿Ultra处理器	英特尔酷睿Ultra处理器	英特尔酷睿Ultra处理器	凹出百种生活
4	英特尔酷睿Ultra处理器	英特尔酷睿Ultra处理器	英特尔酷睿Ultra处理器	凹出百种生活
5	英特尔酷睿Ultra处理器	英特尔酷睿Ultra处理器	英特尔酷睿Ultra处理器	凹出百种生活
6	英特尔酷睿Ultra处理器	英特尔酷睿Ultra处理器	英特尔酷睿Ultra处理器	凹出百种生活
7	英特尔酷睿Ultra处理器	英特尔酷睿Ultra处理器	英特尔酷睿Ultra处理器	凹出百种生活
8	英特尔酷睿Ultra处理器	英特尔酷睿Ultra处理器	英特尔酷睿Ultra处理器	凹出百种生活
9	英特尔酷睿Ultra处理器	英特尔酷睿Ultra处理器	英特尔酷睿Ultra处理器	凹出百种生活
10	英特尔酷睿Ultra处理器	英特尔酷睿Ultra处理器	英特尔酷睿Ultra处理器	凹出百种生活
11	英特尔酷睿Ultra处理器	英特尔酷睿Ultra处理器	英特尔酷睿Ultra处理器	凹出百种生活
12	英特尔酷睿Ultra处理器	英特尔酷睿Ultra处理器	英特尔酷睿Ultra处理器	凹出百种生活
13	英特尔酷睿Ultra处理器	英特尔酷睿Ultra处理器	英特尔酷睿Ultra处理器	凹出百种生活
14	英特尔酷睿Ultra处理器	英特尔酷睿Ultra处理器	英特尔酷睿Ultra处理器	凹出百种生活
15	英特尔酷睿Ultra处理器	英特尔酷睿Ultra处理器	英特尔酷睿Ultra处理器	凹出百种生活

-英特尔-相关上下游搜索情况 (更新至4.1)

*数据来源: 小红书数据后台; 时间范围, 合作前为2024年2月, 合作后为2024年3月

*数据来源: 小红书数据后台

效果&反馈

灵犀：AIPS人群资产拉新 TTL: 1714w+ 较合作前 +3135.67%

流转分析

IP对品牌/SPU资产拉新效果

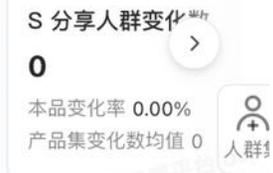
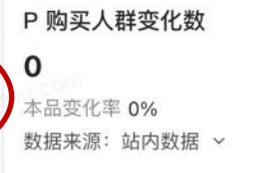


资产加深率的渗透起到关键作用

使用 SPU 英特尔酷睿Ultra CPU 对比 产品集 行业资产总量 Top5 () 时间范围 2024-03-10 至 2024-04-01

资产变化数据概览

变化数 = 终止日人群总数 - 起始日人群总数



资产拉新 → TI资产加深效果的渗透
各阶段 (A/I/TI/S) 的人群资产变化率皆得到正向的表现

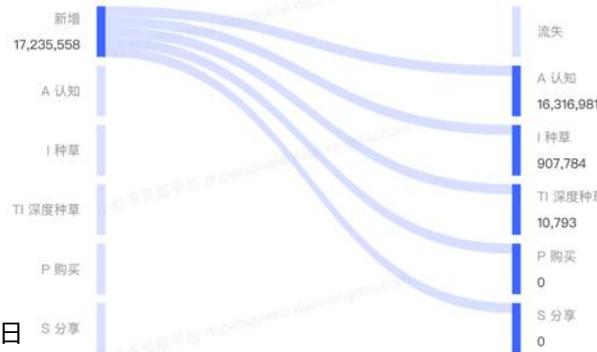
AIPS 人群变化详情

■ 起始日 ■ 终止日

AIPS 人群变化数

0 3,000,000 6,000,000

流转详情



拉新 (新增 → A/I/TI/P 站内数据/S) 总数

17,235,558 较产品集 +199.93%

新增 → A 认知 16,316,981 占流转人群 94.67%	新增 → I 种草 907,784 占流转人群 5.27%	新增 → TI 深度种草 10,793 占流转人群 0.06%
新增 → P 站内数据 0 占流转人群 0.00%	新增 → S 分享 0 占流转人群 0.00%	

*数据来源: 小红书灵犀数据后台; 时间范围, 合作前为2024年3月10日—2024年4月1日

*数据来源: 小红书灵犀数据后台

效果&反馈

小红书灵犀：SPU资产排行榜单排名 | 季度 TOP9 / 月度 TOP4

季度榜单 月度榜单

行业类目 3C数码 / 电脑

当年第1季度至 2024年第1季度

查询

重置

2024年季度榜单

计算每个季度时间范围内的资产数据，在每个季度的时间范围内，为该SPU资产的用户的最深资产状态

资产层级 AIPS人群总数

定位SPU 英特尔酷睿Ultra CPU

第1季度AIPS人群总数资产规模排行

6	APPLE ipad min...	2506.4万
7	华为MatePad 11...	2431.9万
8	vivo pad2平板...	2343.7万
9	英特尔酷睿Ultra...	1789.7万
10	华为MatePad Pr...	1514.0万
11	APPLE Mac min...	1483.3万
12	华为MatePad Ai...	1453.8万

季度榜单 月度榜单

行业类目 3C数码 / 电脑

当年1月至 2024年3月

查询

重置

第3月AIPS人群总数资产规模排行

1	APPLE iPad10...	2664.0万
2	APPLE MacBoo...	2319.7万
3	vivo pad2平板...	1933.3万
4	英特尔酷睿Ultra...	1782.5万
5	APPLE iPad Pro...	1658.4万
	闺蜜机	1614.9万
	ad Air...	1521.7万
	ad min...	1436.6万
	Pro平...	1381.6万
	Pad 11...	1202.1万



英特尔酷睿Ultra CPU

酷睿Ultra

A 层资产规模	16,855,055
I 层资产规模	953,044
TI 层资产规模	17,152
P 层资产规模	0
S 层资产规模	0
AIPS总资产规模	17,825,251
行业排名	4

*数据来源：小红书数据后台；时间范围，合作前为2024年2月，合作后为2024年3月

*数据来源：小红书灵犀数据后台

● 效果&反馈

实用的差异化AI内容表达，凸显风格！优质出品影响力表达

AIGC艺术家多元场景创作「Ultra Life」先行聚圈！百花齐放全网传播

@陈三亩



@安史 AN-AI



@罗比 sheep



@YEA野了



@Link AI



总曝光量达**1380w+**

总互动量**3400+**

效果&反馈

站内传播



@娱乐制造机



@新品薯



@惊喜盒子



@Geek 小哥哥



@数码薯

总曝光量: 230w+

总互动量: 4560

未统计「数码薯」相关数据 数据统计周期: 3/11-4/01

垂类传播

重磅加持 | 站内外稀缺传播资源倾情“注”力，加持项目价值影响力



● 效果&反馈

- 【传播词扩散】 小红书x英特尔「凹出百种生活」站外传播项目，在3月11日-4月1日传播期间，英特尔（AI、Ultra、酷睿、AIGC等）和小红书相关传播词云形成强绑定，通过整体传播覆盖多个使用场景（打工、整理、修图等），传达英特尔芯片的AI实力和小红书向科技领域突破。

高频词云TOP5: “AI” “Ultra” “酷睿” “英特尔” “小红书”

全网关键词云 ?



“AI技术” “轻薄” “AIGC”等等相关词云频次均靠前



©微热点(微舆情)全网数据 2024.03.16至2024.03.22

在与凹出百种生活相关的全部信息中，提及频次最高的词语依次为AI、Ultra和酷睿。

● 效果&反馈

大曝光

1亿+曝光

全网累计曝光量1亿+

互动量10万+

高热榜

热榜TOP6

知乎登热榜第6位，在榜时长5h+

商业信息在置顶回答露出

有体感

优质反馈

用户对英特尔的AIPC实力

和小红书向科技领域迈步均有体感



● 效果&反馈

小红书首个 AI 全链路营销案例，为数码3C行业打样AI营销新范式

LEARNING 1

站内资源要更巧妙

有策略的投放

加大搜索/信息流/开屏等

DMP定向投放

把“有价值”的内容传递给对的“人”

KEEP

针对品牌的营销目的和诉求
输出精细化的资源打包策略

LEARNING 2

垂类博主多篇爆文笔记

“实用”长技能的好内容

为话题持续增热

多重资源引流为话题声量持续赋能

KEEP

矩阵式博主圈层发力
种草品牌产品及On Trend理念
助力内容资产留存

LEARNING 3

全链路 重决策 高客单

AIPC新品营销

应该基于OEM线下门店

做更好的消费者新品体验

IMPROVE

加强目标人群渗透转化
刺激更多UGC参与促产内容