

「聪明宝宝AI上国宝」：AI创意技术驱动飞鹤双线爆发

- ◆ 品牌名称：飞鹤
- ◆ 所属行业：母婴类
- ◆ 执行时间：2025.05-06
- ◆ 参选类别：母婴类



案例视频

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.douyin.com/3BHVMtuEECw/>

https://v.douyin.com/rU3nc7i_soE/

<https://v.douyin.com/5tzMVgXrtDs/>

<https://v.douyin.com/lcBrZZ4OgaE/>



背景&目标

生育率降低使奶粉市场规模萎缩，2023年出生人口788万，市场同比萎缩4%；2024年“龙年效应”带动出生人口至954万，但行业带动有限，2025年生育补贴政策未完全转化为终端需求，飞鹤市场拓展遇困。

外资奶粉逆势增长，菲仕兰旗下皇家美素佳儿三段成2024年单一SKU销量冠军，2025年一季度美素佳儿在特定市场国际品牌中市占率第一。外资在特殊奶粉有技术壁垒，且通过跨境购推高端新品，致**飞鹤一线城市市占率**两年降3.2%，**份额受挤压**。

飞鹤虽以“更适合中国宝宝体质”的本土定位为核心，但在**消费者心智渗透上存在明显短板**：
年轻化心智尚未成型：Z世代父母高度重视品牌的情感共鸣与社交属性，而飞鹤的营销方式偏传统，缺乏与年轻群体的潮流化、个性化沟通（如抖音等平台的深度互动、符合年轻审美的内容共创等），未能在他们心中建立“懂我”“潮流”的标签，与目标群体的情感连接薄弱，难以契合其育儿理念与消费偏好。



背景&目标

飞鹤x抖音AI营销契机!

飞鹤本身有科研工厂、北纬47°黑土奶源、脑科学专利专注于宝宝脑部发育;

最潮流的一批年轻高知父母已经在社交媒体广泛讨论「AI时代育儿」方式;

抖音有强大的母婴人群基础, AI创新产品和生服渠道能力均是25年发力重点。





背景&目标

飞鹤与抖音合作实现：

- **迭代品牌心智：** 国民奶粉品牌飞鹤需要进行品牌焕新，打透2025年核心营销主张：“脑科学，科研创新”
- **人群渗透&拉新：** 持续渗透重点城市人群，扩展人群圈层
- **线下渠道市占：** 有效赋能线下渠道生意，稳住飞鹤线下渠道市占第一地位，**重点攻克华南市场，与多渠道强强联合，带来GMV转化**

抖音母婴人群洞察：

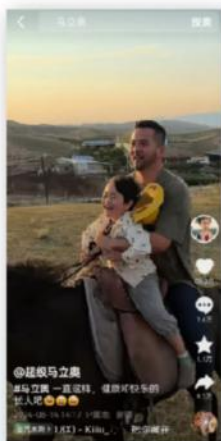
90后、00后宝妈人群崛起，AI育儿成新潮流；抖音家长：做孩子的好朋友，本身也是爱玩爱体验的大儿童

育儿心态

开放的、自由的、不设边界



Thinking-out-of-the-box



带孩子边体验边感受世界



先进生活理念



接受新鲜事物

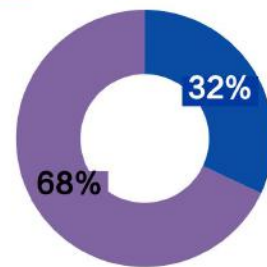


对新科技接受度高
高知中产

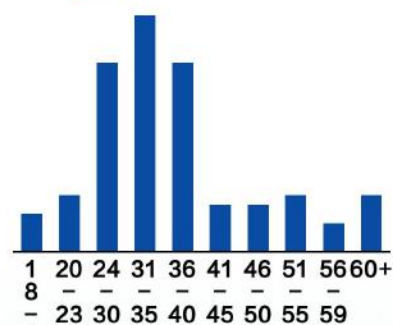
人群属性

年龄集中在24-30岁（20%）&31-35岁（25%）
高线城市占比49%（TGI>100）

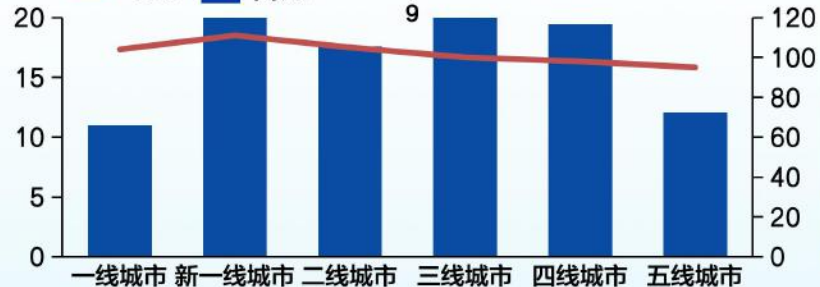
男性 女性



年龄分布



TGI 占比





最新潮的家长已经开始在抖音「花式AI育儿」！

抖音AI育儿 孩子在抖音可以如何与AI互动的？情绪陪伴、寓教于乐、让想象力走进现实，赋能学习早教



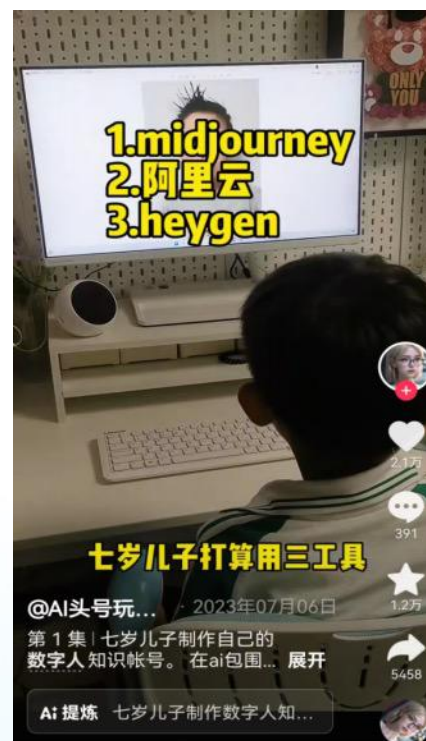
AI预测宝贝长大的样子



新式哄娃神器「豆包」



AI+剪影+即梦
自制AI儿童绘本



分享孩子AI创造日常



AI外语口语跟练



营销策略：飞鹤x抖音「聪明宝宝AI上国宝」AI主题全域整合营销



品牌

借 IP 与热点构建情感连接

明星OTV：章子怡

冠名抖音垂类IP《金牌育言家》

母亲节

儿童节

通过品牌内容引发情感共鸣



互动

AI 与国宝跨界融合创新

联合西安博物院发起
#聪明小脑袋国宝也可 AI 跨界话题

90位达人传播参与

AIGC 贴纸，星选任务、小飞盒

线下“聪明宝 AI 探秘营”快闪店

使科学育儿理念深入人心



转化

线下联动与直播驱动生意爆发

借势抖音生活服务「心动大牌日」

H5优惠券发放

线下门店引流销券

“双 BOSS 直播” IP

实现线上、线下营销闭环



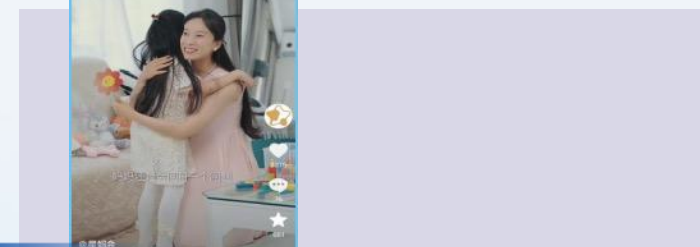
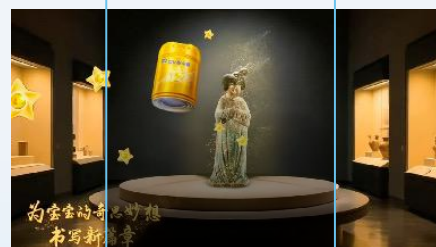
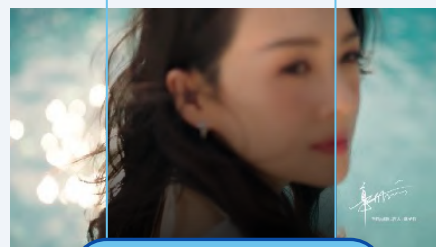
AI解决方案

品牌：IP背书x质感OTV先声夺人->定营销基调，诠释「AI时代育儿」主题

「金牌育言家」背书



质感OTV先声夺人分素材AD信息流通投多角度、高调性表达主题



飞鹤三度冠名抖音母婴垂类年度IP《金牌育言家》，携手平台头部创作者矩阵输出科学育儿方法论。



品牌：情绪节点热点冲榜：更多原生内容卷入，品牌声量冲高

18:38 5G

是妈妈更是她自己 搜索

综合 视频 话题 用户 商品 直播

是妈妈,更是她自己
抖音母亲节热点活动

热榜 TOP16 4762.4万人在看 · 完整榜单 >

是妈妈更是她自己

妈妈拒绝被定义,可以自由地做自己。今天是母亲节,分享你和妈妈的温暖日常,把美好的祝福送给她吧~

央视新闻 妈妈准备去上班 3个月是在第一次叫出“妈妈”

妈妈 我的妈妈

#是妈妈更是她自己 那些充满爱... 这一群霸爱与被爱的瞬间

央视新闻 人民日报

热点讨论

柚子超甜甜 拍同款 5.5万

四叶草 看见的人给自己的妈妈许个愿望吧

母亲节冲榜
#是妈妈更是她自己
在榜时间25小时,最高热榜TOP10,挑战榜Top1



08:41 100

人类幼崽六一快乐 搜索

综合 视频 话题 用户 直播 商品

热榜 TOP1 6717.6万人在看 · 完整榜单 >

人类幼崽六一快乐

人类幼崽的专属节日到啦~快来秀出你家萌娃的搞怪日常、暖心时刻,让这个六一充满童真多巴胺~

央视新闻 儿子哥的儿童节

妈妈忍不住了,就提前给你吧,...

慢节奏生活中

和无敌灏克

热点讨论

杰钢 10.2万

这么早就穿了

投稿

评论来自视频“老师:今天变装秀。学生:好的,已开启...”

六一儿童节冲榜
#人类幼崽六一快乐
热榜TOP1,在榜时长约16小时,话题阅读量3.4亿





AI解决方案

互动：西安博物院合作叠加花样AI玩法，实现声量爆发+母婴人群渗透

528宝宝日是飞鹤固有自造Bigday，飞鹤三度冠名抖音母婴垂类年度IP《金牌育言家》，携手平台头部创作者矩阵输出科学育儿方法论。

亮点动作

项目主话题

BGC

PGC

UGC

话题冲榜

多资源联动



星图IP金牌育言家垂类内容打造
话题累计**416亿vv**

AI创意OTV
突出CAMPAIGN主题

达人种草+内容加热
创意磁贴

话题+AIGC贴纸激发互动+小飞盒激发搜索
西安博物院唐俑文物×AIGC技术跨界合作

母亲节、儿童节冲榜
#人类幼崽六一快乐
热榜TOP1

站内多点位曝光

声量爆发



#聪明小脑袋国宝也可AI话题热度
25.4亿vv

互动：话题xAIGC技术跨界合作，花样AI玩法激发UGC参与

达人种草-激发想象! 分类型达人，首次合作AIGC创作者让聪明宝宝与国宝互动更具想象力

线下活动探店达人



AIGC创作者



垂类亲子达人



挑战赛达人



内容加热+创意磁贴



博物馆跨界AIGC贴纸-激发互动!

西安博物院唐俑文物跨界合作，以文化厚度消解商业感，用科技温度重塑品牌专业形象。



#AI宝宝证书结果页

#AI宝宝证书AIGC贴纸



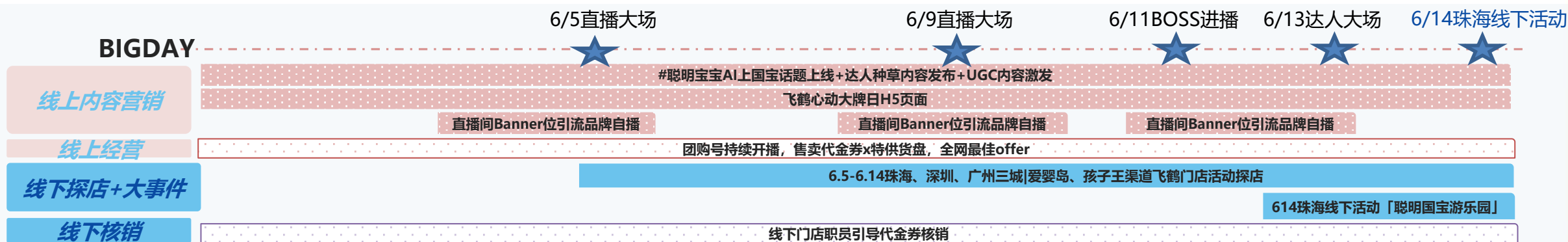
小飞盒-激发搜索!





效果&反馈

转化：飞鹤生服心动大牌日，借“生服超品”撬动渠道生意爆发



线上品效协同 内容营销+多点位引流自播



线上闭环联动 华南区域渠道覆盖+重点城市快闪





效果&反馈

转化：线上线下整合营销，赋能飞鹤重点线下渠道生意

线上代金券售卖（自播/经销商联播/达人）+线下核销模式

线上ONLINE
内容营销->引流代金券购买



线下ONLINE
线下渠道渗透->引导进店核销





效果&反馈

转化：品牌团购号大场铺排，BOSS进播内容直播间促代金券转化 14天生意达成 **1025万!** 大场核销率**近90%!** 平均核销率**78%!**

6/5直播大场



180W+

品牌团购号GMV

6/5大场

6/9直播大场



100W+

6/9大场

6/11BOSS进播



200W+

6/11BOSS进播



【BOSS场专享福利】 爱婴岛 & 飞鹤品牌700元代金券
苏州 | 爱婴岛(新天地店)等437店通用
上淘不可用 已售1000+

去抢购



效果&反馈

转化：华南重点城市母婴店渠道设立门店活动，引导代金券核销

将门店打造为“聪明宝宝国风穿越点”，以轻量AI互动装置及国宝盲盒活动，吸引用户到店打卡。



- 互动1:AI贴纸打印装置，在摄像机前拍个照，即可打印出身穿古装的卡通版自己和国宝的贴贴合照
- 互动2:考古盲盒，门店现场挖国宝的互动体验吸引孩子家长店内驻足



效果&反馈

转化：重点线下城市（珠海-爱婴岛）设置「聪明国宝游乐园」快闪活动收官！





效果&反馈

人群数据!

✓ 声量曝光

总曝光 **7亿+**

✓ 人群拉新

线上拉新 **1.1亿**

线下渠道感知 **60%新人群**

生意数据!

✓ 线上线下生意爆发

代金券售卖 **1025W+**

线下核销率 **78%**

✓ 渠道生意带动

带动渠道生意 **1.4亿+**

