

智趣无限 大有可玩

- ◆ 品牌名称：智界汽车
- ◆ 所属行业：汽车行业
- ◆ 执行时间：2025.07.03-07.17
- ◆ 参选类别：AIGC平面视觉





智界发布全新品牌Logo

联动15家品牌好友，探索X标的无限可能

- 智界全新品牌logo的设计理念围绕“探索位置、打破常规、追求无限可能”。这一logo不仅是品牌形象的升级，更象征着智界对未来的探索精神与无限可能。
- 智界联合15家品牌，通过微博&小红书平台话题互动，全网玩梗话题扩散，强化智界品牌的年轻化形象与创新科技感。
- 与用户共同探索全新标志背后的无限可能性，将logo与品牌理念深度链接，形成强烈的用户心智锚定。



15家蓝V品牌筛选，探索智界Logo无限可能

- 蓝v选择：围绕快消、食品、珠宝、运动、出行等品类，助力智界品牌logo跨界破圈；
- 微博为主，小红书为辅 双平台内容传播，为智界全新logo玩法热度加码；
- 通过联动海报刷屏+抽奖的形式，提升辐射泛用户提升对智界汽车品牌的好感度及讨论度。



金典



中国邮政



同程旅行



DR



得力



五芳斋



周六福



超级猩猩



马蜂窝



简爱酸奶



KEEP



高德地图



德芙



三只松鼠



香飘飘



“X” 的无限可能

“X” 作为此次智界新LOGO发布最具代表性的元素，通过将“X”转化为承载“探索、无界、科技、丝滑”等品牌价值的超级社交符号，让内容实现从品牌曝光到价值共创的升级，借助跨界联动的杠杆效应，“X”不再局限于LOGO本身，而是成为连接不同圈层的文化载体，最终实现从行业破圈到用户心智占领的跃迁。

符号价值解码与重构：几何图形“X”作为视觉载体，延伸出“探索（科技）”、“边界（运动）”、“丝滑（体验）”等多元内涵。





洞察&创意

1v1定制化海报视觉创意思路展示，例1

智界 X KEEP

- 品牌创意源点
keep→自律
→保持不停
- 创意文案
智敬坚持，KEEP热爱
- 创意解释
智界坚持奢华和科技相结合，KEEP倡导坚持自律。而各行各业的坚持都源自热爱。
- 价值传递
用"热爱"作为情感纽带，体现对坚持精神的礼赞，触达年轻人"为热爱发电"的心理诉求。





海报画面创意展示，例1

以KEEP品牌中经典的运动形象为背景；

中心位置改为LUXEED标志、LUXEED标志的填充为KEEP经典的紫色跑道。

跑道上可以写上“陪你「跑」一段 马上「动」起来”的文案，用跑和动一语双关，KEEP的logo放在顶端。





1v1定制化海报视觉创意思路展示，例2

智界 X 马蜂窝

- 品牌创意源点

马蜂窝→网站主打从不同的角度重新发现世界，汇聚了很多年轻人

(social点: 1、蜂→锋芒，在一众同侪中非常突出; 2、寻蜜，找到惊喜; 3、蜂, “蜂”狂)

- 创意文案

蜂芒毕露，智在必达

蜂狂心动，智得回味

- 创意解释

智界在一众品牌中非常突出，是奢华与科技的结合，有“智界”（智慧驾驶）在，任何地方都能前往，给年轻人带来出人意料的惊喜和收获。

- 价值传递

形成探索者与赋能者的角色互补，塑造“突破认知边界”的精神共鸣。





海报画面创意展示，例2

以马蜂窝笔记排版画面为海报底图，原图头像位置调整为蜜蜂形象，右侧为已关注。

海报中间为LUXEED的全新logo，用不同地方的美图分别放在X分开四个区域内。

logo的边缘可用马蜂窝经典分割线隔出（如太过复杂分割线可不用）

空余部分可用风景路线图渲染，草原、雪地等景色做内容。





1v1定制化海报视觉创意思路展示，例3

智界 X 中国邮政

- 品牌创意源点

中国邮政→遍布全国，主打情系万家，信达天下
(social点：哪里都能到达)

- 创意文案

自在漫邮 智得期待

- 创意解释

邮政主打的是只要有地址，多远都能邮寄、投递，智界也是一样，有目标，就可以前往，因此自在漫游，值得期待。

- 价值传递

物理距离VS心理边界，构建"无忧出行"场景，实现从功能诉求到精神共鸣的跨越。





海报画面创意展示，例3

海报边缘可考虑设计为邮票锯齿状边缘；

海报底色可为经典的邮政绿；

海报中间为LUXEED的图案，将LUXEED LOGO边缘设计为公路

LUXEED标志的左右两边，是城市和乡村风景，寓意通过LUXEED连接起城市生活和自然风光（AI图参考，但中间过渡请过得自然一些）

底部加邮政LOGO或邮政IP人物

底部文案：A：邮你同行，东西南北都顺路 B：何时开跑，邮你做主





1v1定制化海报视觉创意思路展示，例4

智界 X 德芙

- 品牌创意源点
德芙→此刻纵享丝滑
→品牌提供的产品有薄荷→凉爽
- 创意文案
丝滑随行，随心而悦
大开眼“界”，名芙其实(智驾非常好用，像德芙一样丝滑，名副其实)
出新智胜，独享丝滑 (品牌LOGO焕新→出新 智胜→智驾取胜)
- 创意解释
智驾体验，纵享丝滑——如德芙般顺滑，科技与舒适完美交融。
- 价值传递
“丝滑”不仅是驾驶的流畅性，更是一种无感化、轻松愉悦的出行享受，让科技真正服务于人。





洞察&创意

海报画面创意展示，例4

海报底色选用带薄荷叶的有凉感的画面；

中间放置LUXEED品牌标志，标志的轮廓用巧克力；

LUXEED标志下方放限定款德芙巧克力；

底部文案：有真芯，“冲”就对了（电池用得好，开车可以一直冲；德芙品质好，可以直接买）

OP2: 荷！澎湃能量，超越以往（荷设计成感叹词，同嚯）

OP3: 满格生活，超甜der(电量满格)





创作过程

AI技术：AI生图

AI产品：即梦 豆包 mj

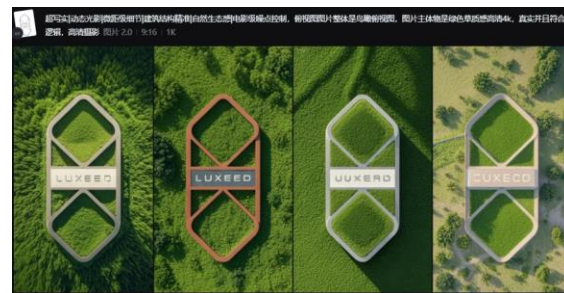
AI参与环节：参与了Logo变形 logo设计 整体画面得素材产出

针对需求，通过使用AI工具，生产大量素材以及符号内容，通过人工挑选可用以及合适的素材，通过AI持续优化跑内容，得到终版素材内容后，人工通过AI以及PS修改处理细节，产出整体海报效果。

AI产出占比70%-75% 人工产出占比25%-30%

AI调教：持续使用，确保准确性

- ①调教素材为智界新LOGO形状，以及“X”标处的处理，打好基础后再进行素材填补
- ②调教素材在LOGO中的落点位置以及展现方式
- ③调教产出联动蓝V品牌相关产品素材



创作过程AI使用展示截图

作品展示

15家蓝V品牌联动海报：DR、KEEP、超级猩猩、得力、德芙



智界 X DR



智界 X KEEP



智界 X 超级猩猩



智界 X 得力



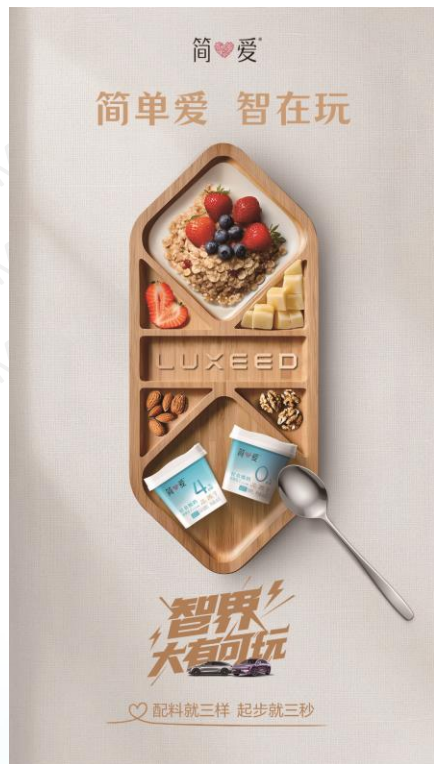
智界 X 德芙

作品展示

15家蓝V品牌联动海报：高德地图、简爱酸奶、金典、马蜂窝、三只松鼠



智界 X 高德地图



智界 X 简爱酸奶



智界 X 金典



智界 X 马蜂窝



智界 X 三只松鼠

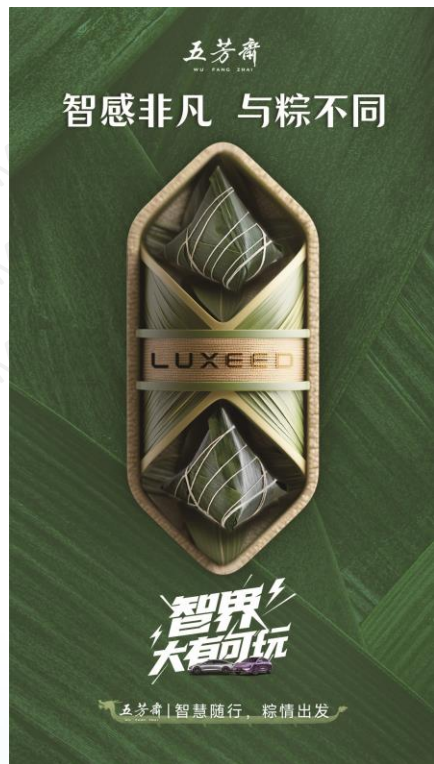


作品展示

15家蓝V品牌联动海报：同程旅行、五芳斋、香飘飘、中国邮政、周六福



智界 X 同程旅行



智界 X 五芳斋



智界 X 香飘飘



智界 X 中国邮政



智界 X 周六福



效果&反馈

AI参与，经过时间对比，交付效率提升60%

使用AI前

15张创意LOGO融合海报，从品牌调性分析到风格定位，全靠人工脑暴。

执行阶段复杂：

LOGO融合设计：需逐一匹配品牌视觉语言，手动调整细节；

联动品牌素材：独立搜集、整理并适配不同风格素材；

手绘草图与初稿：纯人工绘制，反复修改，耗时严重；

后期调整繁琐：整体内容风格统一、色彩搭配、版式优化，需多轮沟通与修改。

资源投入高：4-5位设计师全程参与，平均耗时5-7个工作日，人力成本居高不下。

使用AI后

- 内容要点：
- 仅前期调教AI需要时间投入，调教完成后一键生成多版创意
- 智能匹配风格与需求
- 平均交付周期：2-3位设计师，3-4天可完成
- **交付效率提升60%**
- 释放创意，聚焦策略





效果&反馈

品牌端

- 文化符号的双向赋能，联动15家中头部蓝V品牌合体造势，传递LOGO新文化。
- 通过创新的表达方式为LOGO注入无限可能，实现品牌和LOGO价值的升华。

内容端

- 沉浸式品牌共创体验，激发海量用户踊跃参与，助力logo玩法传播与话题讨论。
- 联动海报将品牌元素与智界logo巧妙结合，展示X标与不同风格的适配度，结合多元化视觉设计，强化logo标签。

用户端

- 智界品牌logo升级活动，涉及食品、快消、出行、运动等多个圈层用户参与，粉丝覆盖3106W+。
- 深度激发共创热度，延续品牌社交势能。

效果&反馈

营销平台：微博、小红书

数据来源：微博、小红书

内容发布



话题传播



粉丝量



微博 (2条) 内容阅读量**550万+**, 互动量**9000+**
小红书单条内容阅读量**4万+**, 互动量**1000+**

#智界大有可玩# 话题 (微博+小红书)
曝光量**4800万+**, 互动量**5万+**

@智界汽车官方微博
涨粉**1万+**