

# 2023讯飞星火认知大模型年度整合营销

- **品牌名称:** 科大讯飞
- **所属行业:** 科技企业 (AI技术研发与生产) / 互联网技术
- **执行时间:** 2023.05.06-10.30
- **参选类别:** 跨媒体整合类

# 结案视频

直接点击链接观看视频，或复制链接到新浏览器页面查看

<http://www.bm.iflytek.com/#/detail/index?id=4f6571cec90449939356d41ee322311a>

- **品牌传播及营销背景介绍**
- **行业大背景解读：** ChatGPT、AIGC、大模型，这些热词几乎占据了2023年科技圈、营销圈、资本圈的重大事件爆点，通用人工智能大模型、生成式人工智能的出现，让原本感知较弱、势头较火的人工智能走到了台前，让每个人都能参与到与人工智能耦合并创作的这次大浪潮中来；而作为人工智能国家队的科大讯飞，也正在用通用人工智能大模型的这星星之火，与千行百业一起乘风燎原.....
- **面临的困境及思考：** 本企业自2017年重新对品牌加以定位后，正在逐步建立“科技、创新、新潮”的人工智能（行业）品牌形象，但由于本企业在业务上涉及TOG/TOB/TOC，所面对的客群和用户群体跨度较大，每一类客户群体对于科大讯飞的认知程度不同，导致科大讯飞整体品牌资产较为分散，总体呈现的是G端核心客群对讯飞的技术、业务及产品了解较为透彻，B端客户对讯飞各赛道业务有深度认知，C端用户还依旧停留在“讯飞是做人工智能的，但是具体不知道做什么”或者“讯飞有翻译机、录音笔和学习机产品，但是其它不知道”的状态上，所以整体品牌仍然面临以下几个问题：
  - 科大讯飞的知名度较强，但对于“科大讯飞人工智能价值”的认知度不够；
  - 讯飞的人工智能技术，主要客群为G和B端，以解决方案和后台技术底座为主，可感知度较弱，且无法让客户、使用者有切身的体会，所以很多客户和使用者会对“人工智能”技术本身产生质疑；

- **营销背景：（机遇）** 以ChatGPT为起源的通用人工智能大模型，打开了大众对人工智能的全新认知，认知智能的智慧涌现，让人工智能在全球掀起全新热潮，带来了全新产业格局和增长机会。讯飞在经过24年的技术积累，也推出了自己的认知智能大模型 - 星火认知大模型，对讯飞来说这是一次重要的品牌及产业机遇，让讯飞能够将多年积累的人工智能技术变成“可感知、可互动、强体验”的落地应用，提高各类用户群体对讯飞品牌的认知，实现品牌资产的积累。

- 通过对讯飞认知大模型的品牌化包装，凸显讯飞大模型的差异化竞争优势，**夯实讯飞“用人工智能建设美好世界”的品牌使命；**
- 借助年度大模型的热度，推广讯飞认知大模型，占领“中国最聪明大模型”的大众心智认知；并与核心客户和用户群体产生互动，**提高目标受众对于讯飞的品牌认知；**
- 借助大模型、AIGC的热度，**赋能大模型应用产品的升级和营销，拉动讯飞业务的营销。**

## 整体策略：星火的诞生 -- 讯飞认知大模型定位及品牌化包装

- 讯飞认知大模型的差异化定位

讯飞在技术和产品上以讯飞“技术顶天、应用立地”的理念为导向，创造客户和用户的长效价值，率先打造差异化竞争策略，让大模型人人可用。所以讯飞从一开始就将认知大模型定位为“**1+N大模型**”，“1”是大模型本身，“N”是要同时以产品和业务为导向，找到赋能各行业和用户的产品应用解决方案，给不同行业的用户带来直接的大模型落地应用产品，满足用户生活、工作刚需。

- **讯飞认知大模型的命名**

讯飞将认知大模型取名为星火，源自讯飞1999年创业时的价值观，“**燃烧最亮的火把，要么率先燎原，要么最先熄灭**”。在星火命名的背后，是讯飞的使命。星火是讯飞团队不断前进的起点，亦是产业燎原的燃点，讯飞有率先燎原的信心和勇气，用人工智能的“星星之火”去燎原产业，去点亮每个人的生活和工作，同时讯飞也期待和所有的生态伙伴携手努力，让人工智能建设美好世界的梦想成为燎原之势。

- **星火逐步燎原 -- 讯飞星火认知大模型年度推广策略**

以星火认知大模型在2023年的发布及迭代的四次重要节点为核心，围绕核心客户所关心的技术及应用，以及大众用户可感知的产品互动，打造热点传播事件，借势提升讯飞“人工智能价值”的品牌认知，同时建立“最聪明大模型”的心智认知；

以“大波浪带动小波浪”的策略，围绕星火认知大模型的重要势能节点，开展星火大模型赋能的产品、业务推广活动，带动业务的营销和增长。

- **第一部曲：点亮星火 -- 56星火认知大模型发布会**，首次亮相展示领先的核心技术以及差异化的市场定位，让用户切实体验星火的能力，同时也让用户看到星火赋能产品能够给我们创造的价值；
- **第二部曲：传递星火 -- 69星火认知大模型V1.5升级发布**，借势星火新功能发布和技术迭代，创造品牌势能为618产品大促积累关注和声量；
- **第三部曲：星火聚势 -- 815星火认知大模型V2.0升级发布**，同时以“星火生态”构建为核心，传递星火赋能千行百业的前奏；
- **第四部曲：星火燎原 -- 1024星火认知大模型V3.0升级发布**，同时与行业、产业、开发者以及用户，构建星火生态，让讯飞客户和用户看到讯飞的“星火”正在燎原。

## 第一曲：点亮星火 -- 56星火认知大模型发布会

- **【品】建立认知，突出星火大模型“1+N”市场占位**
- 1、通过一组星火预热创意，面向行业和技术发烧友用户，预告业界领先实现的“1+N”占位，引发关注、讨论。



- 2、过一条星火TVC，面向舆论和大众用户，描绘星火“1+N”成果落地的美好世界，建立与用户情感链接。



- **【效】体验为先，占据“最聪明大模型”心智定位**
- 发布前：面向媒体提供内测体验指南，口碑先行提振市场信心
- 发布会：面向线上下观众，星火7大能力&学习机、办公本、讯飞听见行业应用产品全程真机实测演示并开放用户在线提问。”
- 发布会：面向大众消费者，首发行业内首款搭载大模型的行业产品及服务，开放核心功能福利让用户体验种草产品。
- 发布会后，面向舆论，科学实证做实星火技术实力认知。讯飞星火认知大模型在新华社、MIT报告中获得荣获“最聪明”的国产大模型称号。

《麻省理工科技评论》中国最新发布的大模型评测报告报告显示，在8个一级大类的600道题目的测试和盲评中，讯飞星火认知大模型V2.0在6个大类中得分率排名第一，在此次评测中表现突出，以81.5分（百分制计）的成绩在本次评测中登顶，荣获“最聪明”的国产大模型称号。

- 首发通用认知大模型评测体系，与**中科院人工智能产学研创新联盟**和**长三角人工智能产业链联盟**共同探讨形成**覆盖7大类481个细分任务类型**，**精准对智能大模型进行评测**。

- **【销】赋能营销，全新升级产品为用户创造价值**
- 1、**发布演示环节：1系列用户洞察，直击用户刚需，点燃用户需要**
- **【讯飞AI学习机——AI作文批改】**
- 为什么作文难提升？简单批改缺乏针对性指导。
- **【讯飞AI学习机——AI口语对话】**
- 为什么学不好英语口语，听说能力难提升？没有对话环境。
- **【讯飞智能办公本——会议纪要、语篇规整】**
- 纪要整理太费时？手写要点，自动生成会议纪要。
- 口水稿成文太费力？语篇规整大幅提升成文效率。
- 2、**业界首套搭载大模型的产品开售，承接发布热度点燃用户拔草兴趣**

## 第二部曲：传递星火 -- 69星火认知大模型V1.5升级发布

### 【技术升级提升星火体验】

- 6月9日，讯飞星火认知大模型V1.5升级发布，展示了超强“成长力”：持续提升通用能力，突破开放式问答，并在数学能力和多轮对话能力上迭代升级，面向教育、医疗、工业、办公等领域的应用全面升级，带动业务销售转化；
- 【联合异业品牌共建生态】
- 1组异业合作海报，联合多个品牌产品，展现星火赋能千行百业的能力，以及共建星火生态的构想；



## 第三部曲：星火聚势 -- 815星火认知大模型V2.0升级发布

### 【解放生产力 释放想象力 - 开启星火生态构建的前奏】

1、一组倒计时海报，持续制造悬念，吸引各行各业目标人群关注



2、8月15日，讯飞星火V2.0升级并加快应用步伐：发布代码和多模态能力，同时发布搭载讯飞星火V2.0的多项应用和产品；**与华为强强联合，发布企业私有专属大模型解决方案——星火一体机，合作共建全国产化算力底座，开启生态共建前奏。**

- **第四部曲：星火燎原 -- 1024星火认知大模型V3.0升级发布**
- **【星火燎原 -- 赋能千行百业、走进千家万户】**
- 通过一条品牌TVC，面向舆论和大众，讲述星火认知大模型V3.0,七大维度能力提升，能链接各种使用场景，满足各种需求，赋能各个行业及企业，星火认知大模型将融入千行百业，走进千家万户。
- 2.通过一场发布会，以星火大模型V3.0的发布开启，同时发布12个行业大模型，让客户和用户看到大模型生态的建设，并具备长远的商业化价值。
- **【1024科博展 -- 让星火走进用户身边】**
- 线下集中展示体验式营销，通过科技馆、工业馆、行业馆、教育馆、生活馆、生态馆以及科学艺术展在内的线下活动，集中展示大模型深度赋能下的300+项应用展项，让大众见证AI赋能下的500+万开发者生态枝繁叶茂。



- **品牌资产沉淀**

- 2023年凯度BrandZ最具价值中国品牌100强榜单正式发布，科大讯飞以品牌价值43.42亿美元，排第43名比去年提升了10名。报告认为，亚太地区知名的智能语音和人工智能上市企业、研发出中国“最聪明”大模型——讯飞星火认知大模型的科大讯飞在人工智能领域表现突出。科大讯飞在人工智能辅助语言处理和翻译领域长期领跑品类。

- **提升传播势能**

- 截止2023年12月，讯飞星火大模型通过长效营销，在社媒平台整体总曝光量71.62亿+，互动总数552万分别同比增长4860%，4030%

- **促进用户下载体验**

- 截止2023年12月，星火用户注册量超过2000万，星火访问量进入中国大模型访问量的TOP2、全球大模型访问量的TOP10。

- **赋能产品营销转化**

- 5月6日星火认知大模型发布会后，讯飞各产品在618销售额同比增长125%，基于讯飞星火认知大模型研发的功能落地学习机、办公本等产品摘获销售额冠军，其中AI学习产品行业领跑，科大讯飞AI学习机系列获得京东和天猫双平台学习机品类销售额冠军。
- 2023双十一全周期，科大讯飞智能硬件销售额同比增长126%，旗下智能办公本、AI翻译机、AI录音笔、智能键鼠和会议耳机等在内的五大办公系列，连续多年斩获京东&天猫双平台相应品类销售额冠军。同时得益于星火大模型加持，AI学习机和智能助听器厚积薄发，一举拿下学习机品类和助听器品类销售额桂冠。