

# 科大讯飞成都大运会内容营销

- **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:** 2023.08-09
- **参选类别:** 体育+数字营销类

- **发展现状：**2022年11月，以ChatGPT为代表的AI大模型打开了大众对人工智能的全新认知，人工智能的智慧涌现，让人工智能在全球掀起全新热潮。2023年5月6日，讯飞星火认知大模型对外发布，对讯飞来说这是一次重要的品牌机遇，实现品牌影响力从核心客群到大众用户的外延扩散。
- **机会：**成都大运会在2023年7月28日开幕，全世界大学生运动员、志愿者、工作人员齐聚中国，科大讯飞作为成都大运会官方独家供应商，是星火大模型面向年轻人的一次重要推广时机，有机会让星火大模型成为大学生人手必备的AI助手。

- 通过成都大运会，拉动年轻人对星火大模型的注册量。
- 在年轻人心目中占据“星火大模型是年轻人的AI助手”的认知，提振品牌影响力。

- **洞察用户痛点：**大模型的诞生，正在改变年轻人的学习、工作、生活，有了大模型这个AI助手，年轻人在任何场合，都可以让大模型帮助自己解决问题。
- **营销策略：品、效一体化体验营销策略，对用户“有用”、让用户“体验”。** 让年轻人感知到讯飞大模型技术领先、应用上有效。

## 一、【品】主题内容，对用户“有用”。

- 传播主题：“青春大场面，带星火上场”
- ——成都给全世界大学生每人发一个搭子
- 学习大场面，星火助力年轻人外语学习、论文写作、创意灵感
- 工作大场面，星火助力年轻人PPT大纲、周报助理、会议总结、公文写作
- 运动大场面，星火助力年轻人运动计划、健康咨询、饮食建议
- 求职大场面，星火助力年轻人面试模拟、简历优化、求职邮件建议、岗位推荐



## 二、【效】体验感种草，让用户“体验”。

- 成都大运公园线下设置“星火体验展”，让游客、市民、大学生能够近距离接触体验星火。



## 二、【效】体验感种草，让用户“体验”。

和跨栏运动员吴艳妮合作，借势她在成都大运会期间出圈的知名度，顺势推出星火体验vlog，让更多人将星火用起来。



- **总曝光量1.57亿+**
- 央级及区域主流媒体策划原创报道超60篇，其中高势能央媒报道10篇+，区域主流媒体报道50篇+，全媒体转载报道超300篇+，**传播势能总曝光1亿+**
- 策划“青春大场面，带星火上场”话题营销，带动体育类、科技类、财经类等KOL及媒体大号传播，撬动千级PGC总声量，**曝光量达4400W+**
- 跨栏运动员吴艳妮VLOG总播放量达**310W+**
- 线下“星火大运主题展”触达**5000+**市民、游客、志愿者等

