

# 用AI，传递爱

## 科大讯飞AI公益科普行动

- **品牌名称：**科大讯飞
- **所属行业：**人工智能/3C
- **执行时间：**2023.01.01-12.31
- **参选类别：**跨媒体整合类

## 营销背景：

近年来的趋势显示，越来越多的学生对AI及人工智能产生了浓厚的兴趣。调查显示，中小学生学习人工智能的意愿普遍强烈，91.7%的学生表示希望学习人工智能的知识，并对通过人工智能的学习来提升个人能力和感受乐趣抱有积极态度。

## 营销困境及挑战：

1. 随着媒体的告诉碎片化和消费者洞察的难度增加，如何有效地将公益事业的信息传达给大众成为了一个挑战；
2. 产品决策周期的延长可能会影响公益事业的推广速度和效果；
3. 如何在公益活动中融入公司的品牌形象和技术优势，以及如何确保公益活动的持续性和深度，也是需要面对的问题。

- 1.提高公共对AI技术的认知程度和理解程度：**通过科普行动，让更多的人了解AI技术的基本概念、应用领域与发展趋势，提高公众对AI技术的关注度；
- 2.塑造科大讯飞在AI领域的专业形象：**通过专业的科普内容和传播方式，展示科大讯飞在AI领域的技术和行业地位，树立品牌形象；
- 3.促进AI技术的普及和应用：**通过科普行动，推动AI技术在各个领域的广泛应用，为社会经济发展提供技术支持；
- 4.提升科大讯飞的社会责任感：**通过开展科普公益行动，传递科大讯飞关注社会、关注科技发展的理念，提升企业的社会责任感。

## 策略及创意亮点：

面对2023年人工智能认知大模型爆发式发展浪潮，韩俊书记、王清宪省长于5月、8月两次作出批示，表示要准确把握认知大模型深度赋能时代到来的重大意，大力支持科大讯飞星火认知大模型研发和推广，全力打造具有重要影响力的通用人工智能科创策源地和新兴产业聚集地。

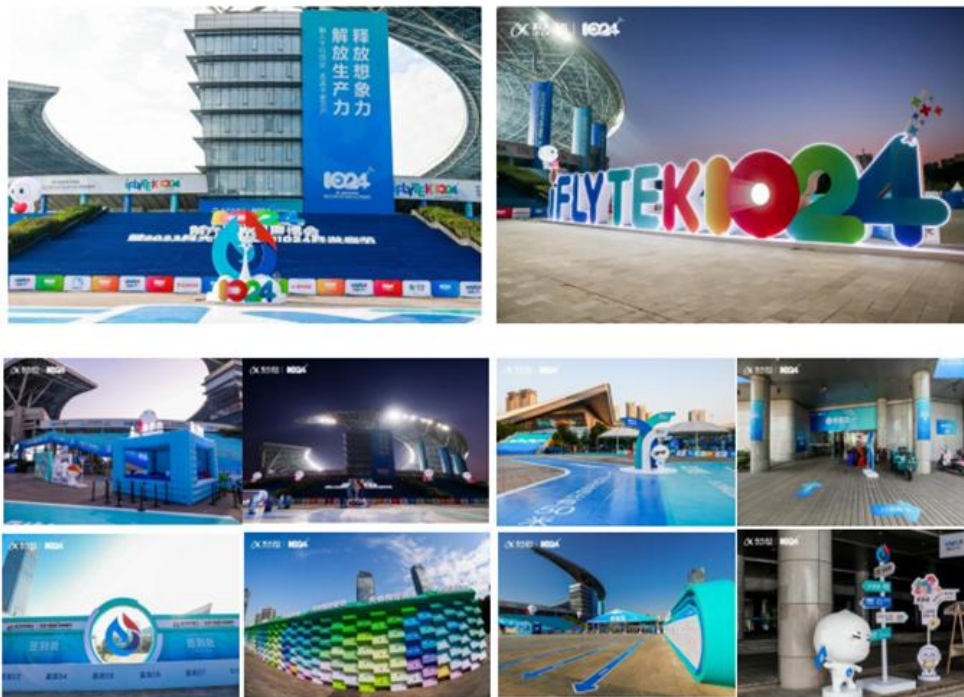
在此背景下，第六届世界声博会暨2023科大讯飞全球1024开发者节以星火大模型为核心，围绕“1+N”大模型赋能生态理念，打造集各行业生态于一体的交流与展示平台。总体模式聚焦于“会、展、赛”三大板块，具体为“1场开幕式主论坛+1场代码主论坛+17场行业高峰论坛+10场城市峰会+7个人工智能产品创新展主题展馆+1系列‘全城AI总动员’线下互动创意活动+108道AI赛题+2天多场AI开发者大赛总决赛”。

- 向大众开放展区面积整体约30000m<sup>2</sup>，规划AI科技馆、AI工业馆、AI行业馆、AI教育馆、AI生活馆、AI生态馆、科学艺术馆七个主题展馆，同步在中央草坪设置“全城AI总动员”创意活动区、直播间等参观体验区，增强参展者的互动体验。同时，设置AI大赛路演舞台及AI大赛互动区，为大赛创新创业团队提供展示机会。
- 在展的整体布局规划上，强调三要素：**用户视角+业务重要度+场景预判**。摒弃单向输出式的纯展示，而是站在观众用户角度，将既有展示内容打散重组，清晰易懂的展示给大家我们是什么，可以为用户带来什么。充分考虑各展项面对的潜在人群，包含巡馆领导、研学游团体、打卡市民等产场景，做出针对性预判，例如巡馆点位靠向主通道、研学游团体参观展项预留足够空间，打卡展项合理分布避免扎堆。在展项内容策划上，强调沉浸式场景化和快速体验。将产品沉浸在具体生活场景中，将产品的功能以软性化互动体验的方式释放出来。整体性通用考虑，营造风格基调统一的科博展。每个展馆都有各自内涵主旨，在统一风格下各有主题。



快速体验

- **在外场氛围上，升级原有品牌形象，变革原有展示方式。**以科大讯飞ip飞飞作为现场活动ip形象，共计17款雕塑，6款气模，包含打卡，指示，氛围装饰，整体更活泼。整体设计风格在保障功能性的基础上，将多巴胺活泼色作为风格基底，并新增夜场氛围场景，以打造网红打卡点为建设目标，让2023年各嘉宾市民在外场获得了于以往不同的新体验。



- 在活动宣传上：**1、通过无人机表演，打造1场轰动全城的事件营销，超过10万人同时观看，扫码参与体验活动人数超1万，视频播放量/阅读量达700余万，近百位本地达人博主进行现场打卡拍摄和传播。以#全合肥向上看 及#向上看有答案 两个话题进行传播预热，为1024预约报名引流造势，达成全网960w+曝光。



- **GBC多端联动：**（1）政府户外广告免费上刊：在全市宣教系统所辖区域、市政府一楼大厅电子屏上画、合肥公交、轨道交通等免费语音播报，并在合肥体育中心附近20个公交站牌上架宣传海报。（2）共组织66个学校，2.1万名中小学生开展研学游活动。（3）与团省委联动策划，共吸引3,407名大学生参与夜场嘉年华，4,150名大学生参与“大学生体验官”活动。（4）覆盖200+合肥本地社群（亲子群、研学群、中小学家长群、科普活动群等），邀请合肥本地市民前往1024现场。





- **现场系列活动策划上：**（1）开展1024 WALK小程序打卡，丰富逛展体验和获得，提升现场人气和氛围。活动期间小程序打卡总参与人数为40356人。（2）设置创意展区：将创意展区以“主题”的形式包装，增加夜场模式，为市民提供吃喝玩乐的增项服务除了在科博展研学、学习更多人工智能知识，还可以在現場看音乐节、逛市集、参加运动会等。丰富的嘉年华项目，提升参会人和市民的逛展乐趣，扩大用户群体。



截至目前，2023科大讯飞全球1024开发者节活动总曝光量**超4亿**，全网总互动量**超12万**。参观人数**超过7万人**。1024相关话题阅读量目标**超过3300万次**。全网总声量**超过3.2万**。

### 受众反映：

**TO G端：**面向全球开发者和AI爱好者开展iFLYTEK AI开发者大赛，集聚产业、资本、项目、人才，助力安徽省“双招双引”工程。面向安徽省重点新兴产业链、数字经济等领域，集聚全国各地数百家重点企事业单位、学会、协会、产业联盟，规划17场行业高峰论坛，邀请行业专家和业界精英，共同就数字经济浪潮展开研讨。

**TO B端：**推动AI生态建设，进一步扩大安徽智能语音产业的影响力，同时积极响应各地市相关政策号召，在重庆、成都、温州、三亚、芜湖、深圳、广州、郑州、苏州、济南、福州、大连、沈阳、上海等18个城市全力打造城市峰会，大力推动各地数字化转型，打造多形式、多内容、多城市共襄盛会的人工智能科技活动。

**TO C端：**参观者对科博展体验整体满意度高，其中新颖、创新的科技展示和活动内容丰富&多样性是吸引参观者的关键，有助加强科普知识的传播和教育意义的展示。在7大展馆中，科技馆最受青睐；参观者对科技展示和体验、教育产品、科技改变生活、艺术与科技融合等方面表现出浓厚的兴趣，对科技的发展和应用充满期待。