

英特尔 | “一起AI在奥运” 品牌营销项目

- **品牌名称：**英特尔中国
- **所属行业：**3C
- **执行时间：**2024.07.20-08.10
- **参选类别：**体育+数字营销类

营销背景

AI浪潮已经席卷到包括体育运动的广泛领域，在2024年巴黎奥运会前夕国际奥委会发布《奥林匹克AI议程》，引领全球体育领域开展人工智能计划。

而英特尔作为国际奥委会全球TOP合作伙伴，将借助2024年巴黎奥运会这一全球备受关注的舞台上，通过部署由英特尔处理器及解决方案赋能的人工智能技术，体现“让 AI 无处不在”的品牌理念，彰显AI行业领导地位。

营销困境及挑战

预算量级上，面对中国本土品牌（如伊利蒙牛等）提早多于1年，并投入亿级预算的营销上，作为全球合作伙伴的英特尔，需要以差别千倍的预算，去讲述更为负责的内核合作。

用户链接上，相较于快消用品、体育服饰、汽车手机等大众消费产品，与奥林匹克的结合更为容易，消费者的使用更为日常，英特尔的技术更多隐藏在事件背后，如何讲幕后支持技术在短暂、信息实时更新、媒体发生嘈杂的奥运期间传递给前端。

品牌和产品上，现实情况无法实现巴黎内部实地拍摄，和技术实景呈现。

营销目标

- 需要有社交热度，登上热搜排行榜。
- 奥林匹克+AI的关键词声量需要较campaign前有所提升
- 正向舆情
- 内容传播量、如播放量、互动数等

奥运观赛直播首次AIGC夺金时刻

- 英特尔与咪咕视频（国内仅有的两家版权转播商之一）进行深度技术合作，结合热点赛事打造AI直播间，在全红婵、樊振东、覃海洋等高关注选手夺金时刻，运用AI实时生成技术，让高光现场突破次元壁，实现科技、文化与体育融合的全新观赛体验。

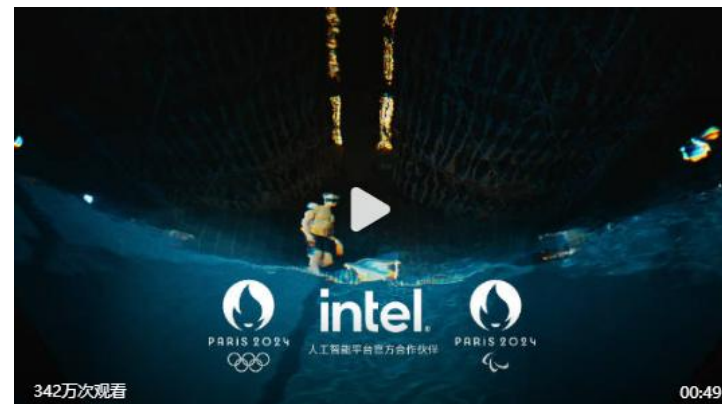
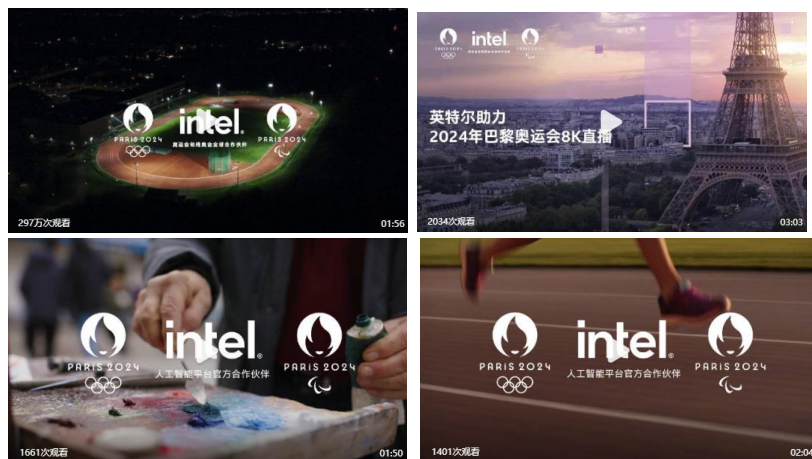
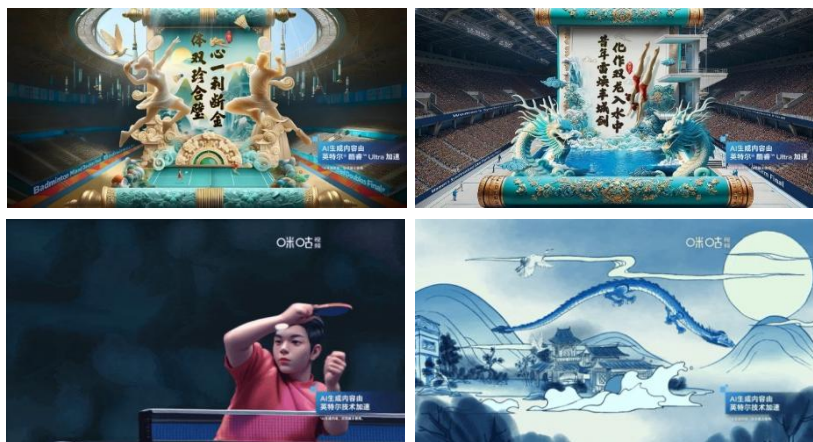
AIGC丰富内容+AI智能投放优化

- 在整个奥运周期内，根据明星选手、直播观赛AI体验、AI技术与奥运结合应用等不同视角进行多样化+多维度创意产出，基于2C-2B不同层级目标用户对奥运的观赛+讨论两大核心场景习惯洞察，借助AI在投放侧运用进行针对性创意匹配及持续性触达效率优化。

“奥运+AI”话题占位持续运营

- 在社交舆论场微博打造#一起AI在奥运#官方运营话题进行讨论承接，紧跟奥运热点和比赛持续释放英特尔AI品牌内容，同步聚合整个奥运周期内所有AI相关声量，吸引奥运观众、明星选手粉丝、科技爱好者参与讨论并了解英特尔AI技术赋能奥运会的实际案例。

创意侧：以实时AIGC闪耀夺金瞬间，以多样化技术支持贯穿赛场内外，展现AI应用案例及技术领导力



携手咪咕、央美、智谱等合作伙伴，以AI技术为突破口，用中国式浪漫为奥运喝彩。通过AI大模型将“古诗词”、“剪纸”、“青花瓷”等元素与赛场热点相融合，在奥运直播中定制“AI诗人评奥运”、“AI短视频”等专属内容。

本届奥运会中，英特尔以丰富的AI技术创新应用，给与运动员、教练员以及遍布全球的观众们全新的奥运体验。基于应用案例，产出以记录视角的技术助力实现8K超高清直播、体育人才识别应用程序、辅助现场管理技术等多支案例视频

英特尔任命游泳选手覃海洋为“英特尔创新体验官”，覃海洋亲身体验并推广英特尔在巴黎奥运会应用的最新AI技术，同时为英特尔品牌、2C、2B产品拍摄主题视频

传播侧：结合用户习惯，在观赛和讨论行为集中平台建立沟通场域，高效受众触达并深化AI话题连接



携手奥运转播方咪咕，在直播中定制“AI诗人评奥运”、“AI短视频”环节，利用夺金后关注度最高时间段，展示英特尔AI产品和技术的应用。



通过腾讯DMP如翼，在微信朋友圈及视频号对2B TA进行精准触达，并根据AI模型建议对不同创意进行投放优化实现更优触达。



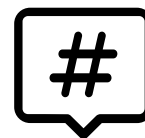
定制品牌AI话题、联动KOL配合内容传播、重点时刻商业热搜加持，带动各圈层用户关注英特尔AI创新科技。



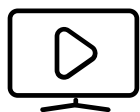
3.4亿
话题阅读量



+65%
品牌声量提升



+266%
英特尔+AI同时提及



4800万+
视频播放



6万+
社交互动