

第16届金鼠标数字营销大赛

ThinkPad®

ThinkPad思考空间 《亲密人机：A Heart In ThinkPad》

品牌名称 | ThinkPad 所属行业 | 消费电子、计算机硬件 执行时间 | 2024.10-至今 申报类别 | 场景营销类



结案视频

(请扫码或复制链接到微信浏览器页面查看)

<https://weixin.qq.com/sph/ABJZhiiak>



案例简介



品牌传播背景介绍

ThinkPad自1992年诞生以来，积淀了深厚的历史底蕴。作为全球领先的个人电脑品牌，ThinkPad一直致力于提供强大的思考力工具，赋能用户在工作生活中的创新与效率。随着AI时代的到来，ThinkPad推出了AI PC系列产品，旨在将技术理念与文化情感相结合，建立与用户的深层联系。

为了更广泛地与数字时代的用户沟通，品牌希望在线下打造一个面向消费者的品牌中心。通过场景化的方式，让用户感知ThinkPad的技术沉淀和独特品牌精神，讲述全新的品牌故事。与传统品牌展厅不同，ThinkPad希望打造一个能够代表品牌精神的空间，成为粉丝心中的圣地。

营销困境与挑战

品牌认知固化

ThinkPad长期被定位为“商务生产力工具”，需突破用户对“工具属性”的刻板印象，拓展品牌形象的多元化。

品牌精神传递

如何与用户对话，而非单向传递品牌精神，避免“自夸式营销”。需要通过创新的展览形式和内容，吸引年轻用户的关注和参与。

物理空间限制

本案所处的ThinkPad品牌中心线下空间实际面积不到300平米，如何在有限的空间内创造丰富的互动体验，提升用户参与感是挑战之一。

体验场景单一

传统线下门店功能局限，难以承载技术展示与用户共创需求。需要找到更具互动性和创意的方式来吸引更多目标客户，尤其是年轻人和科技爱好者。

营销目标

创建品牌与用户的「亲密场景」，传递ThinkPad在 AI 时代的“品牌之思”
通过「议题对话」的方式，使用户形成对ThinkPad品牌价值理念的共情与共鸣

观念中心

以思考更新思考
推动技术与时代进化

体验中心

以AI重构数字日常
提案未来智能新生活方式

社群中心

以主理人连接用户
建构Thinker们的精神家园

营销目标



原创方法：议题驱动的体验式场景营销

观念策展

对整个空间进行系统性的场景焕新

议题 驱动



IP内容共建

联合主理人IP企划主题内容活动

沟通话语体系

保证空间导览与接待体验的一致性

Concept

“亲密人机”

ThinkPad 的品牌史，就是一部关于“人机关系”的思想史
将 **「亲密人机」** 作为品牌中心场景升级的 **主题概念**
不仅仅是 ThinkPad 对AI时代命题的回应
更是关于未来我们如何工作、学习与生活的具体想象

我们以 **“策展式空间”** 的打造手法
将 ThinkPad 的品牌理念与思考充分融入场景
形成全新的 **「品牌叙事」**，对空间进行系统性升级

场景共建

LAUNCH 首发

《亲密人机》



亲密人机，缘何提出？

「人机关系」命题的显性化：
Work with you, not for you

为什么是「亲密」：
不只是人机深度融合，
更是一体化的数字人格与责任

亲密人机，回答什么？

作为AI生活方式的「亲密人机」：
人是AI终端的终极形态

议题：超级个体、AI美学、新身临其境、机器同理心、人机共生

场景企划

Story Line

明线

用户感知

亲密人机：A heart In ThinkPad

01 进化美学

02 新身临其境

03 机器同理心

04 人机共生

暗线

品牌故事

ThinkPad 品牌精神&理念

01 创新科技

02 卓越体验

03 匠心品质

04 以思考更新思考

场景设计

联合数字艺术家共创，设计AI互动体验AI情绪肖像、AutoBand、Beyond The Boundary、共生之树等作品。

通过AI互动装置，让用户从“参观者”转变为“内容共建者”。



场景落地

22天周期实现光速落地，99%还原设计效果。

前



后



营销传播

1. 事件营销

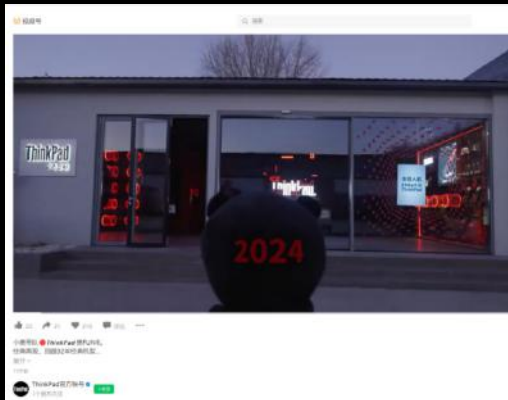
- 直播首发：ThinkPad年度粉丝日——黑FUN礼首发

在12月6日，通过ThinkPad的年度粉丝日活动——黑FUN礼上，进行展厅的首次线上直播首发。活动通过展厅“讲解员”ThinkBot机械狗的引导，带领线上观众云逛展览，向广泛的粉丝群体展示ThinkPad的品牌理念和最新AI产品，迅速引发用户关注和互动。

2. 官方阵地推广

- 官方社交媒体内容更新

在ThinkPad官方账号持续发布展厅宣传视频内容，确保通过6部相关作品和1张精美的空间主题分享海报，传播展览的亮点和理念，确保品牌信息的高效传递。



营销传播

3. KOL内容种草

- **抖音大V直播**：邀请知名抖音大V“爱笑小尹蛙”进行现场直播，通过娱乐化的内容和互动增加曝光度，吸引年轻群体参与，进一步扩大展览的受众群体。
- **达人种草**：通过与小红书和大众点评平台的KOL合作，发布内容种草，增加对展览的关注和参与。达人们在平台上分享自己的参展体验，推动社交平讨论热度，增强展览的线上话题性。

4. 圈层传播

- **主题沙龙**

借势AI热点，邀请行业专家围绕“亲密人机”议题举办系列主题沙龙。通过深度探讨人机关系、AI对未来生活的影响等话题，吸引行业内外的专家与消费者与，进一步增强展厅的品牌认同和影响力。



Result 效果

「亲密人机」议题+策展已成为ThinkPad线下场景体验标杆示范,并着手ThinkPad全国线下门店的场景化改造。

线下共接待人次

1W⁺

曝光量

100W⁺

“798文化艺术热门榜”

TOP5

- ① 从2024年12月6日开展至今,线下共接待人次1w+
- ② 小红书、大众点评等累积曝光量100w+:大众点评平台“798文化艺术热门榜”Top5

