

# 科大讯飞冬奥 “用技术说话” 整合营销

- ◆ **品牌名称:** 科大讯飞
- ◆ **所属行业:** 3C, 人工智能
- ◆ **执行时间:** 2022.01.01-02.28
- ◆ **参选类别:** 体育营销类

## 结案视频

<https://v.qq.com/x/page/d3355ijhjo3.html>

查看视频请复制链接，粘贴到新浏览器页面里观看视频

## 背景:

科大讯飞作为“2021东京奥运会中国代表团官方自动语音转换与翻译技术供应商”及“2022北京冬奥会与冬残奥会官方自动语音转换与翻译技术供应商”，致力于打造史上首个信息沟通无障碍的冬奥会。以实现人和组织的沟通无障碍、人和人的沟通无障碍、人和赛事的沟通无障碍、残障人士和奥运的沟通无障碍。

科大讯飞赞助类别为“语音转写技术、翻译技术”，冬奥技术及场景应用包括：将转写技术、翻译技术融入到冬奥会的会议会务、嘉宾接待、志愿者服务、现场引导服务、赛事播报、文化推广、听障视障公益等多环节。

## 挑战:

冬奥会人工智能的赞助商是英特尔，讯飞作为技术赞助商被卡了脖子，亟需通过创意内容和营销事件来提高大众对讯飞的认知。

## 目标:

1. 用好2022北京冬奥会的宣传平台，激活“自动语音转换和翻译”独家技术供应商权益，放大讯飞技术对冬奥场景应用的样板效应，整合冬奥官方、泛体育及社会资源，最大化提升品牌势能；
2. 放大讯飞技术在冬奥赛场内外应用的高光时刻；
3. 探索出圈传播的契机，即讯飞为冬奥提供的技术及应用场景，延展至讯飞核心技术实力能够为更广泛的用户应用场景赋能，可以赋能更广泛的人群。

social媒体KOC、  
用户自媒体等

运动员、奥组委官  
员等核心KOL矩阵

央媒、奥组委官媒  
等头部背书媒体

讯飞自媒  
体矩阵



## 战役策略：

“用技术说话”

是技术，中国实现大国崛起的弯道超车；

是技术，让奥运赛场上更多的中国面孔被世界记住；

是技术，在背后保障整个冬奥会的沟通无阻。

冬奥会是一个向世界展示中国的机会，于科大讯飞而言，则是一个传递品牌理念道路上的关键一站，传达二十几年一直低调坚持的使命：用技术说话的初心，是为了世界能够理解彼此。

用技术说话，作为科大讯飞的战略主张，也是贯彻本次冬奥营销的核心主题。

**科大讯飞紧抓冬奥的四大势能节点——倒计时、火炬接力、开闭幕式、赛期夺冠，通过TVC、品牌/场景价值导向KV、病毒视频、接力赛系列海报、互动H5、产品虚拟形象等丰富创意内容形成“组合拳”打法，建立冬奥官方媒体+央级头部媒体+区域势能媒体+核心KOL+运动员+KOC大号组成的媒体传播矩阵，在冬奥的不同阶段对应各大媒体平台以小博大，让大众看到，这场冬奥营销的接力赛不仅是用时间砥砺而就的技术维度的攀登，更是品牌价值维度的跃升。**

## 通过四大链接，布局营销战役

- 链接情绪，建立认知
- 链接技术，提升势能
- 链接体验，互动吸粉
- 链接场景，助攻带货

## 链接情绪，建立认知：

1. 一组《用技术说话》平面创意，以场景应用直观体现“无障碍沟通”价值；
2. 一支“用技术说话”的TVC《一封对话世界的邀请函》：整条TVC的字幕，运动员、组委会、志愿者、听障人士等人物告白时背后大屏幕的字幕，都是由讯飞应用于冬奥的核心技术“自动语音转写及翻译”技术完成，凸显不同的人群在各自赛道上“用技术说话”赢得掌声，讯飞“用技术说话”让沟通无障碍。
3. 紧追冬奥赛期热点，以“用技术突破”诠释技术实力：从“用技术说话”到“技术性突破”，诠释运动员的技术突破、讯飞的技术突破、中国的技术突破。



主K



多语种翻译技术



语音合成技术



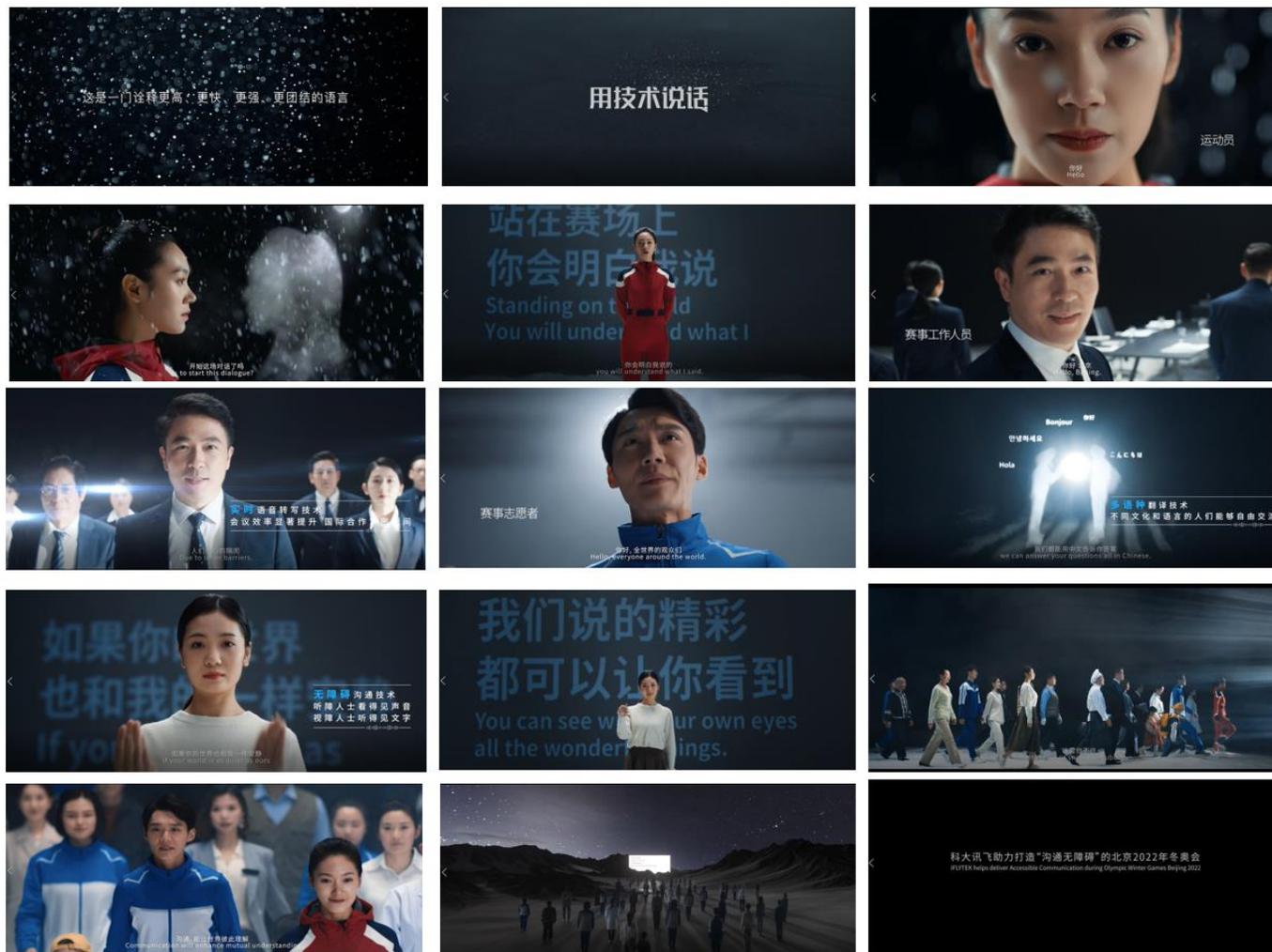
无障碍沟通技术



语音识别技术



语音转写技术



视频链接：  
<https://v.qq.com/x/page/n3321tl4mzx.html>

TVC 《一封对话世界的邀请函》



从“用技术说话”到“技术性突破”，冬奥赛期热点海报

## 链接技术，提升势能

1. 《技术人的接力赛》火炬接力凸显技术实力：科大讯飞23年来的技术长跑故事，阐述“用技术说话”背后的实力；
2. “用技术”打造王冰冰虚拟人，为冬奥“说话”：用讯飞“语音合成”及“虚拟人”技术，合成王冰冰卡通形象及真实声音，打造《虚拟冰冰带你说冬奥》互动H5，IP合作破圈传播。



《技术人的接力赛》

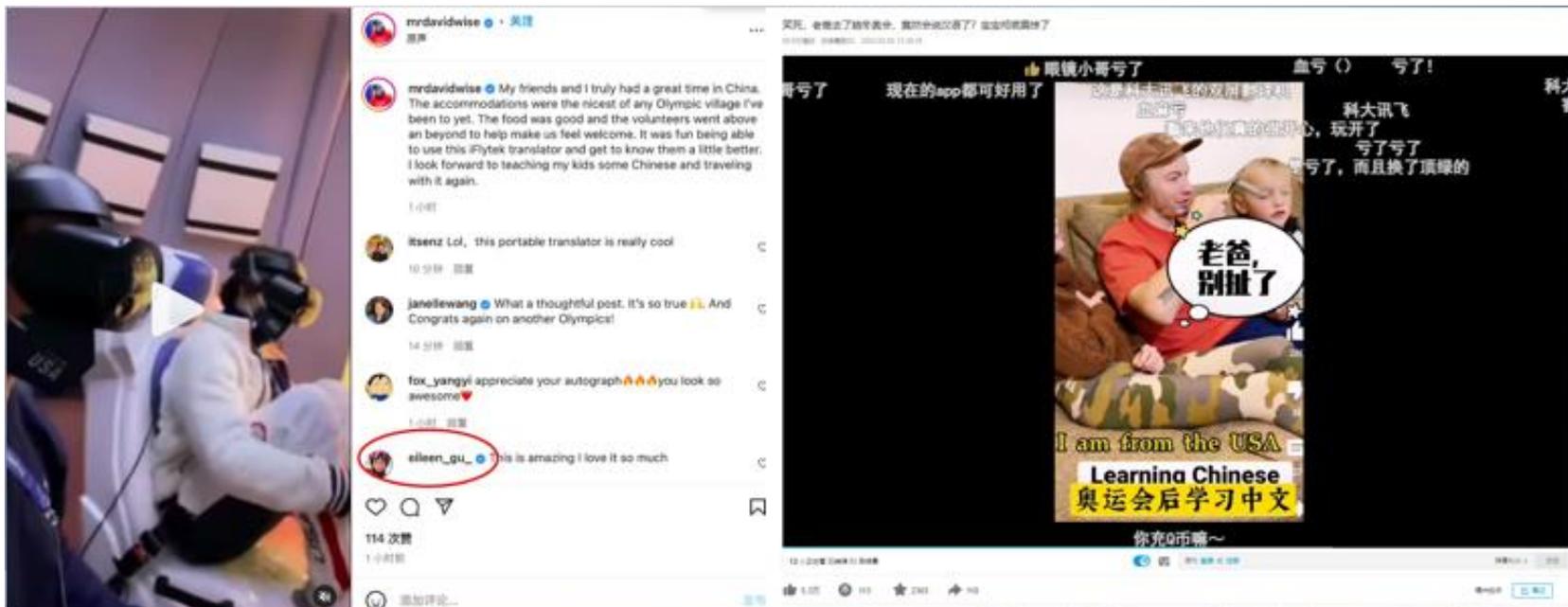


讯飞输入法

《虚拟冰冰带你说冬奥》互动H5

## 链接体验，互动吸粉

“用技术说话” 赛场真实应用，让冬奥真正实现沟通无障碍：戴维·怀斯David Wise发布使用翻译机与志愿者、赛事服务人员、其它运动员对话，并拍摄vlog发于社交媒体，获谷爱凌点赞评论；后续持续被B站、小红书、抖音等多位博主的二次创作，并获得微博热搜。



## 链接场景，助攻带货

1. “用技术说话” 应用产品包装，实现从品牌流量助力产品销量的转化：对冬奥授权的录音笔、翻译机、翻译笔、听见系统进行创意化虚拟形象设计，让讯飞技术成为每一个用户背后的“强大助力”，助力用户在各类场景中应对自如；整体创意刷新线上线下的销售渠道界面，并通过线下电梯媒体进行投放触达精准人群。
2. “用技术说话” 《数字社会上河图》讲述讯飞技术在赛场内外的应用价值：1:1还原清明上河图，将讯飞技术对赛场内外的价值和対社会的价值进行场景化创意包装，用长图创意讲述“讯飞技术在赛场内、在赛场外、以及在更具有社会应用价值的场景下” 赋能数字社会建设；并联合中国邮政，开发冬奥纪念邮票册，刺激粉丝增长。



用技术说话” 应用产品包装，打造产品虚拟形象

世界冰雪赛场 沟通和协作更紧密

冰雪赛场之外 分享和交流更融洽

家庭国家天下 城市和生活更美好



2022年2月12日 17:29



为冬奥加“邮”，科大讯飞限量集邮册来啦！  
12位朋友读过



《数字社会上河图》

## 总计曝光量6.74亿+，在冬奥核心赛期，赞助企业传播声量排行第八位

- ✓ 央级及区域重点媒体策划13个重点选题，央级和区域头部媒体发稿65篇，总曝光量8000万+；
- ✓ 策划线上传播事件，讯飞官方自媒体原创发稿90篇，总计曝光量超过500万+；
- ✓ 建设并运营“#用技术说话”话题带动social化传播，通过奥组委官方自媒体、体育及科技类KOL及营销行业媒体大号发稿30+篇，获得热搜榜4次，话题沉淀曝光量7300万+，自媒体用户自发扩散转发超过9000+条，扩散曝光量3.3亿+，正面舆论（NSR）占比96.6%；
- ✓ 运作法新社、美联社、英国日报等海外媒体共计发稿13篇，总曝光量800万+；
- ✓ 运作SEO科技类、新闻类、生活类等门户网站发布100+篇内容，总曝光量3000万+，百度收录率97%；
- ✓ 线下电梯媒体投放智慧屏1532块、框架媒体1000+，共计触达人次789万+，传播曝光量5300万+，平均触达频次6.72次；
- ✓ 运作外籍运动员David Wise拍摄VLOG获得谷爱凌点赞，获得同城热搜榜前三，吸引B站、抖音大号二创发酵传播，总计传播量1000万+；
- ✓ 合作王冰冰制作互动H5，通过央视自媒体矩阵传播，获得曝光量3500万+。

## 1.传播数据:

- 全网总声量6.74亿+, 正面舆论占比 (NSR) 96.6%, 品牌美誉度突出;

## 2.品牌资产提升:

- 全面提升18~35岁群体对该科技品牌技术以及冬奥授权产品的认知;
- 科技进取、新潮活力等品牌资产在用户心智中提升显著;
- 提高受众群体对品牌的兴趣度及购买意向, 选择意向提升17%;
- 提高受众群体对品牌喜爱度, 97%的受众群体对该科技品牌保持良好口碑;

## 3.行业内容沉淀:

- 创意内容获行业好评, 沉淀内容资产;
- 联合冬奥组委等官方媒体、冬奥冠军等KOL, 策划social话题, 获得4次热搜、核心创意内容超10次被头部行业媒体收录;

## 4.营销转化:

- 奥运冠军分享黑科技, 热点运动明星谷爱凌点赞, 赋能营销转化;
- 全平台涨粉4.4万人次, 企业号私域涨粉近一万人次;

