

夸克7.0：你的AI搜索

- **品牌名称：**夸克
- **所属行业：**网络平台及服务类
- **执行时间：**2024.06.01-07.30
- **参选类别：**明星/达人营销类

营销背景

夸克AI全新升级

在2024年7月，夸克正式以智能拍档的身份亮相，推出了全新升级的AI搜索能力。其生成式AI能力贯穿到用户体验的全链路，可以省去用户使用传统搜索时二次筛选，点击，总结等繁琐步骤。让搜索不仅仅是简单输入文字找答案，甚至可以创作文本，总结文件和视频，让搜索框成为了“超级入口”。



打造C端认知升级

通过此次战役向用户传递“轻松上手，人人可用”的夸克AI产品理念，利用差异化优势，引起行业关注讨论，完成智能拍档的认知升级。



营销目标



One

通过在各主流社交平台+线下事件触达线上爆发的媒介组合策略，能引起AI行业内大量的关注讨论，打出AI搜索的差异化认知。

Two

在C端更聚焦于深挖更加接地气的AI使用场景，通过各或大众或冷门的领域达人，与顶流代言人双管齐下，巩固原有用户群体同时，去触达更多年龄、圈层人群，实现对于“夸克=AI搜索”的认识升级。

策略与创意



产品宣推线:

一条着重强调夸克是“AI技术驱动的新搜索”的核心产品力，联合各行业领袖人物发声背书，打透产品使用场景，通过深挖人们实际生活中需要AI提效的种种“小场景”，来构建夸克AI搜索深入生活的“大愿景”。



艺人营销线:

另外一条通过再次携手顶流代言人，最大限度放大明星效应触达更多年轻群体，挖掘更多新奇有趣的角度，让用户自发地与AI搜索“玩起来”。两条线相互呼应配合，共同深化夸克的“超级搜索框”概念。

产品推介线：To B端邀请行业大拿站台，提升行业影响力



任泽平

经济学家

关注 201 | 粉丝 546.8万

2024/07/10 16:05

近日夸克升级了AI搜索功能，我个人使用体验后感慨良多：**#全新夸克你的AI搜索#**

首先要认识到，AI搜索引擎不仅仅是一个简单的技术工具，它代表了一种全新的生产力形态，为新质生产力对全要素生产率的提高作用打入一剂强心剂。目前大模型发展进入到一个系统性阶段，覆盖生产到生活、从消费者个人到各行各业。对于个体，人们可以利用夸克AI搜索节省重复性信息搜索时间，成为个人潜在创新的催化剂；对于行业，AI搜索能够挖掘数据背后的深层次联系，为科研、教育、医疗等各个领域提高生产效率，促进知识创新和技术创新的融合，加速新质生产力的形成。



胡锡进

资深媒体人

关注 351 | 粉丝 2489.0万

2024/07/10 17:50

随着去年 ChatGPT 在全球范围内的火爆，各行各业也逐步意识到，人工智能技术的奇点已至，人工智能技术必将对产业、经济甚至社会结构，产生深远的影响。一方面，AI 技术必将带动新一轮的产业变革，各行各业都有望利用人工智能技术，实现数字化转型。另一方面，人工智能技术还将创造出新的产业增长点与使用场景，比如智能驾驶、AI 内容创作、AI 搜索等等。从目前情况来看，国内这些我们耳熟能详的大厂也在纷纷布局人工智能。比如夸克，不同于市场上其他厂商发布小规模试水的 AI 产品，夸克把它亿级用户的主端产品，在全局应用场景下做了 AI 改造，足以说明夸克在 AI 驱动上的战略决心。这次夸克升级的 AI 搜索，用 AI 深入理解用户的查询意图并搜罗全网信息生成答案。以前，针对一个专业问题，需要分析问题-搜索信息-整理答案-产出专业回



胡锡进

资深媒体人

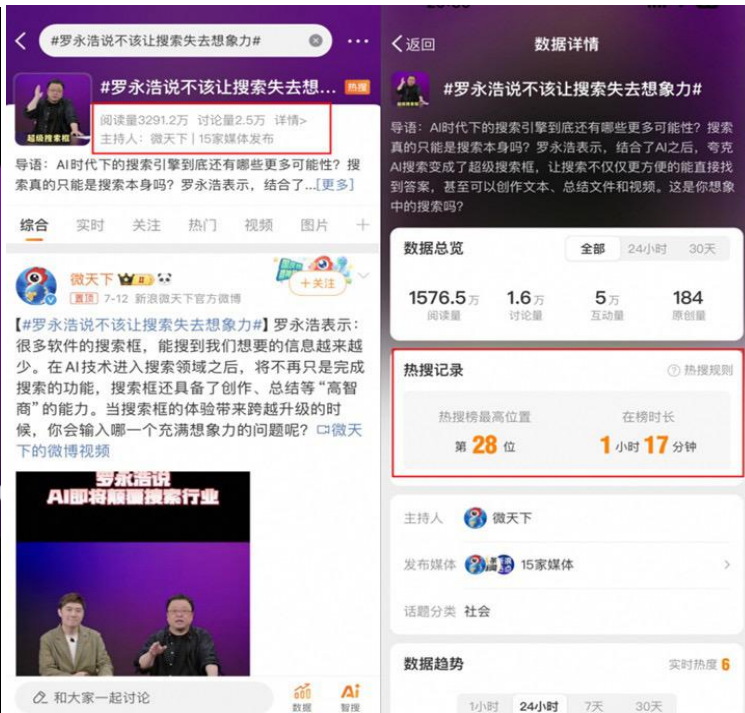
关注 351 | 粉丝 2489.0万

2024/07/10 16:07

中国在人工智能这一轮的竞争中到底能不能干出自己的天地和优势来，这是重大挑战，备受广大网友关心。

虽然必须承认美国在大模型的创新上又明显领先了一步，而且从电气化时代开始后，美国引领了一轮又一轮技术革命，但改革开放时代的中国人也不要妄自菲薄。过去 10 多年里我们在新能源以及一些中高端制造业领域反超美国，有的地方甚至超越它一大截。

美国现在有算力优势，但中国也有落地应用的优势，应当说两国从人才到市场环境各有各的长处。未来，中国的 AI 有望在一些科技企业带动下咬紧美国，慢慢地先实现局部反超，进而扩大反超。

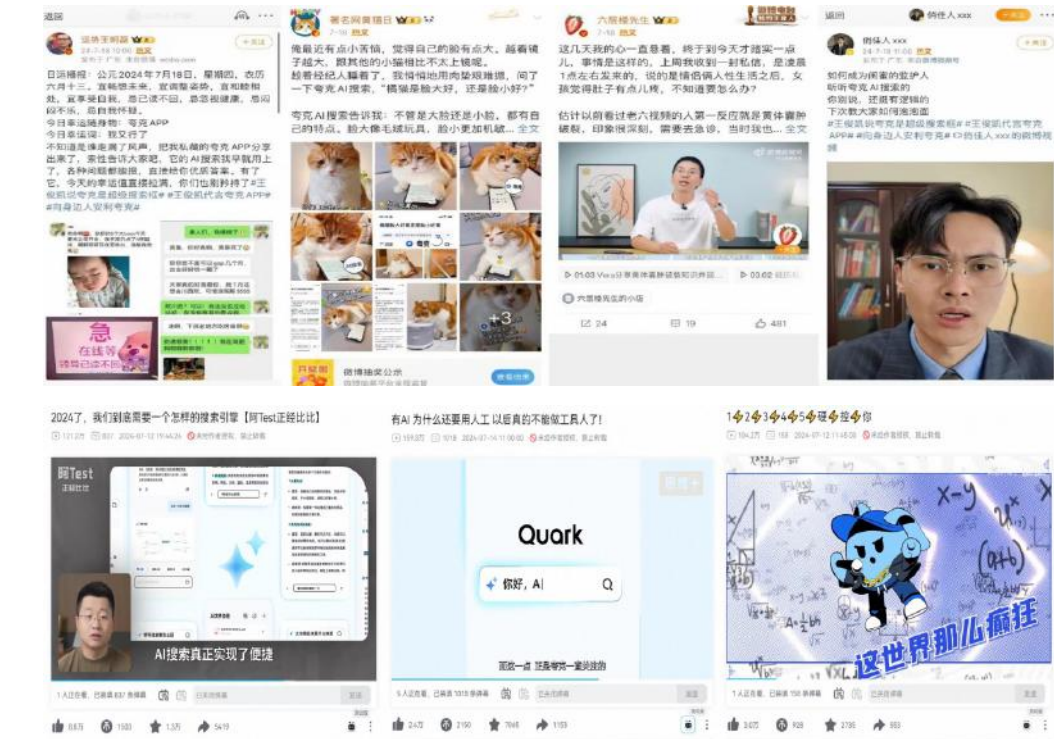


夸克AI搜索巧妙地利用科技与经济领域大V的影响力，为其产品背书。通过在B站、微博等热门平台多位行业大咖为夸克AI搜索站台：**任泽平/胡锡进**等经济学家/评论人，从经济角度出发，评价夸克AI对于整个行业的影响，而**法医秦明/许超医生**等则从实用性出发，展现了夸克AI搜索的在健康、生活等不同领域的日常应用性。

与**企业家罗永浩**的合作正是看中了其个人IP的科技与娱乐属性，借助了其庞大的粉丝基础加以助推。**#罗永浩说不该让搜索失去想象力#**登上热搜28位，大大提升了新产品的入市声量，为接下来的市场推广奠定了坚实的基础。



产品推介线：To C端通过“梗文化”，快速使得用户感知到夸克AI搜索的特性。



夸克构建了AI超级用户团，邀请来自**各领域的大V博主**进行真实体验并分享心得。其中包含了@易建联、@北京眼科医生陶勇、@庞博等这些各行各业的头部大V；也不乏@当代打工人大小、@我不想再上班、@人类行为图鉴等以教育、科普、段子类型为主的超级用户。

本次还实验性地探索了**更多小众领域与AI搜索结合**，如运势领域@运势王明磊、宠物领域@著名网黄猫日、两性健康领域@六层楼先生及法律领域@俏佳人xxx等。此外，在B站平台，夸克还推出了一系列深度解析、评测视频，通过解答奇葩问题、展示复杂搜索需求的解决能力，有效激发了用户的兴趣和好奇心，促进了产品的再一次深度传播。

产品推介线： CGI技术打造巨型虚拟搜索框空降三城

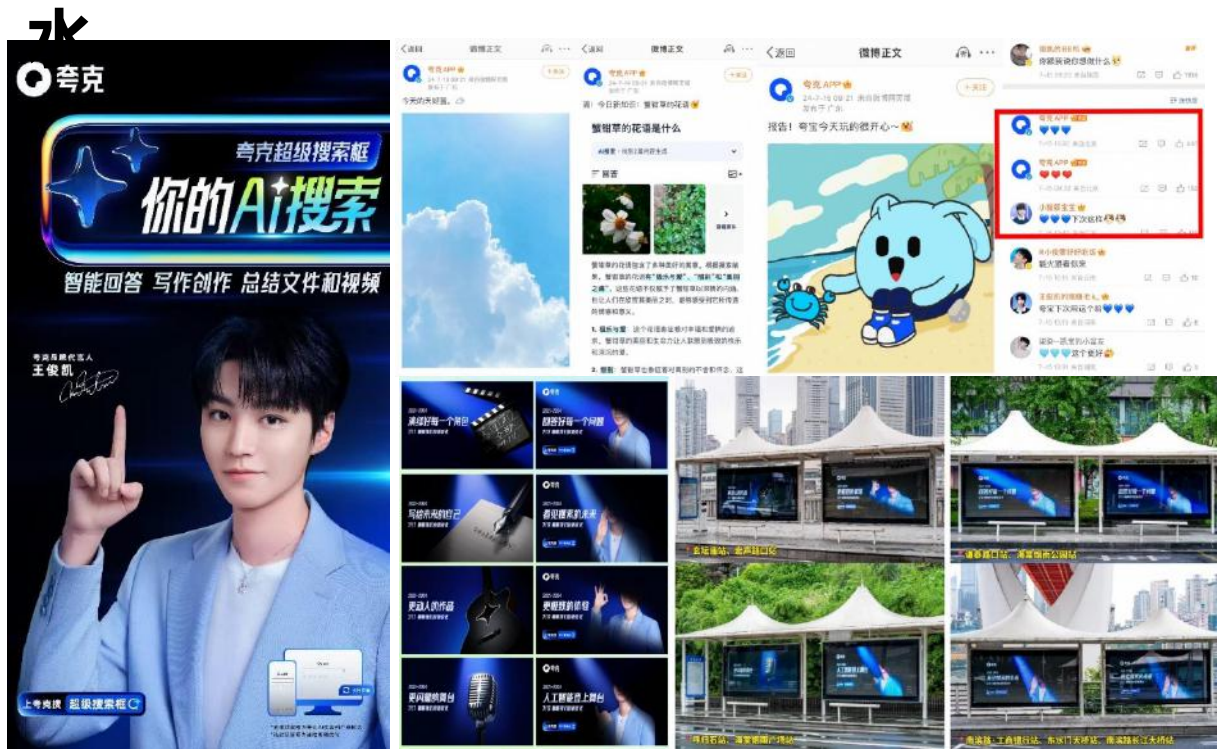


夸克在营销策略上不只局限于线上，还巧妙地将线上与线下相结合。利用CGI技术打造“巨型虚拟搜索框”，空降广州、上海、杭州三地核心地标。再将“巨型搜索框”以40米花墙的形式强势承包上海北外滩，大刀阔斧地把“虚拟”变成了“现实”。



基于线下“巨型搜索框”打造的话题#上海外滩惊现一面巨型花墙#最高冲至上海同城榜第2位，阅读量达2.2亿，霸榜将近24小时。

艺人营销线：再度携手代言人预热蓄



在代言人的选择上，夸克也展现出了高度的市场敏锐度和精准的品牌定位。王俊凯作为品牌21年官宣的首位代言人，随着王俊凯近些年来个人演艺生涯的篇章迭新，夸克AI搜索也迎来了新的发展里程，再度合作更进一步强化了“与用户共成长”的品牌理念，也进一步加深了品牌与年轻消费者之间的情感联系。



预热官宣前夕，夸克官方细节埋梗，连续三天卡点发布王俊凯粉丝间的“暗语”，调动粉丝来认领和互动，猜测后续品牌动作，为正式官宣蓄力粉丝势能。借助#在重庆南滨路见证王俊凯新变化#同城热搜，在榜超24h+，在粉丝中被打趣为“纯爱战神”，树立了更加亲切的正面形象，打响了明星线传播的第一枪。

艺人营销线：官宣多渠道联动：多榜热搜、TVC广告、社交媒体互动、户外大屏投放等



以一场产品广告拍摄研讨会形式展开，借代言人发问“什么是夸克AI搜索”引入，强调夸克AI搜索的强大功能，还刻画了其应用场景，最终借助代言人的自问自答提出“超级搜索框”概念，脑洞大开，节奏简洁明快，强调AI搜索主线。

热榜话题#王俊凯说夸克是超级搜索框#、#王俊凯代言夸克APP#在微博高位露出，话题成功斩获17亿阅读量及380万用户讨论量，最大程度扩大了品牌曝光度，提高了升级信息的触达率和接受度。

TVC中手绘超级搜索框内容，还被延伸到了线下传播。

夸克壕气承包重庆亚洲之光天幕、杭州西湖天幕、杭州市民中心以及上海徐家汇、北京知春路等城市CBD及枢纽大屏。

给足排面的同时利用粉丝效应，邀请线下打卡，线上带话题po照，再挣一波品牌曝光度。



艺人营销线：最大化艺人流量效益，带动品牌强关联讨论度

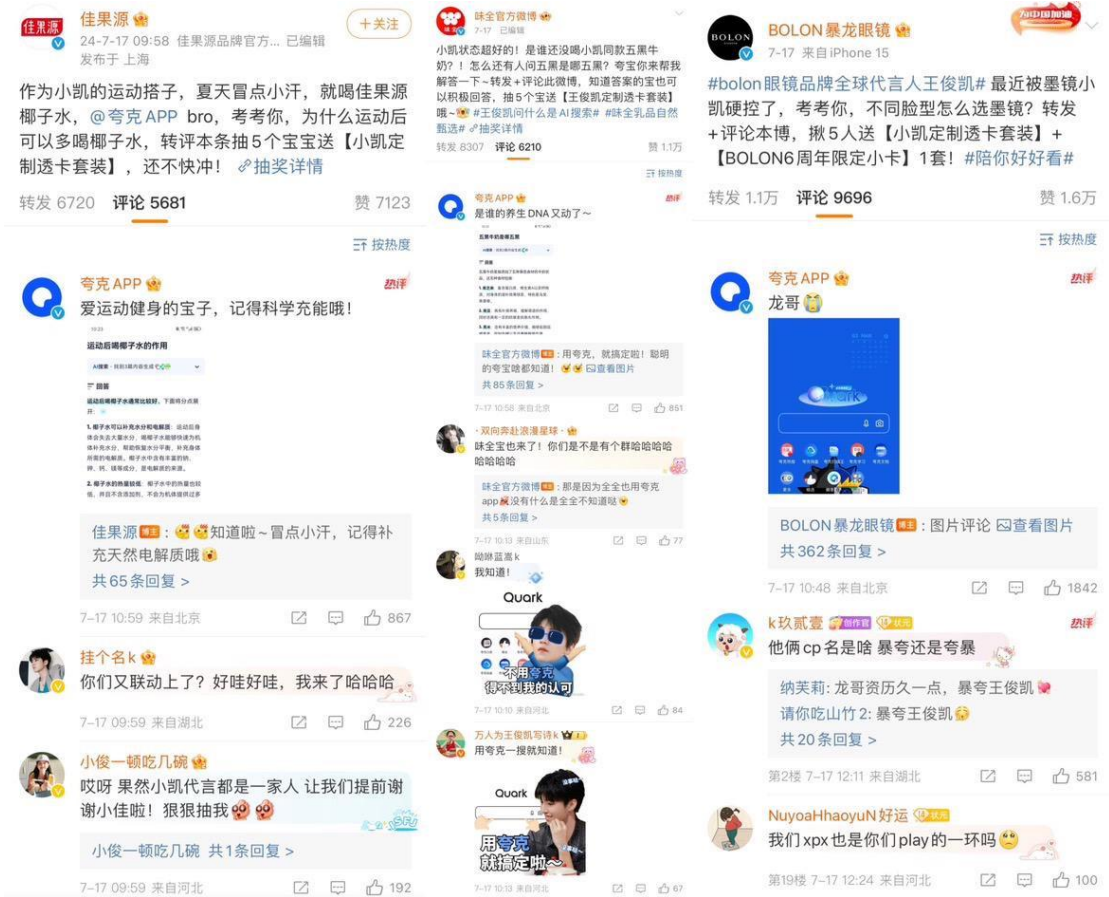


除了官方资源加持，夸克更走心地接近粉丝圈层，投入大量艺人向创意物料，强关联王俊凯个人成长点滴，持续激发粉丝及公众对品牌的正面情感。这种情感共鸣不仅增强了品牌的亲和力，还放大了粉丝在传播上的积极作用，促使粉丝更加主动地传播品牌信息。使夸克AI搜索有效触达更多用户群体，不断地收获真实的使用好评。



借助粉丝效应自然发酵话题#王俊凯代言夸克#，带动品牌关联讨论度，帮助品牌直接上升微博高位热搜。配合#第一次在王俊凯身上看到无力感#话题的设置，多领域原创达人趣味传播种草，将品牌利益点与网络热点趣梗巧妙结合，直观地降低了受众理解门槛，激发了广泛的参与热情和传播欲望，成功将明星效益转化为品牌热度。

艺人营销线：代言人其他品牌资源及阿里动物园组成蓝V联合



在艺人线营销过程中，夸克还展现出了强大的整合明星资源与跨界合作能力。通过与代言人王俊凯的其他代言品牌形成联动，让夸克AI搜索进一步在各领域中高频“刷脸”，并借助阿里动物园的生态优势，夸克实现了代言人附加资源的有效整合和共享。

营销效果与市场反馈



产品宣推端

核心话题词#全新夸克你的AI搜索#曝光达9亿+，期间邀请胡锡进、任泽平、卢克文等多位行业大咖为夸克AI搜索强势背书；并与罗永浩合作传播事件，借助了其庞大的人群基础加以助推造势，多个强相关热搜词频上热搜榜单；此外，夸克巧妙地将线上与线下相结合。利用CGI技术打造“巨型虚拟搜索框”，空降广州、上海、杭州三地核心地标，将“巨型搜索框”以40米花墙的形式强势承包上海北外滩，同城热搜榜位第二，前排高强度曝光品牌信息；B站渠道同样爆款频出，多位达人视频登上热门及每周必看，总计达成千万级播放。



艺人营销端

核心话题词总计曝光达16亿+，王俊凯相关热搜连续在榜多天，登上全国热搜榜&文娱榜双榜，收获近2亿曝光。同城榜话题词最高4位，在榜超28h；视频号物料上线一周内突破千万级播放量；各物料额外价值外溢，社交媒体平台收获大量真实使用&讨论内容，粉丝自发开贴讨论花式用夸克心得，将注意力引导到夸克AI搜索本身，实现明星效益最大化。

总体表现

本次项目传播表现远超预期，通过各主流社交平台+线下事件触达线上爆发的媒介组合策略，引起AI行业内大量的关注讨论，打出AI搜索的差异化认知；

同时在C端更聚焦于深挖更加接地气的AI使用场景，通过各或大众或冷门的领域达人，与顶流代言人双管齐下，巩固原有用户群体同时，触达更多年龄、圈层人群，实现对于“夸克=AI搜索”的认识升级。

