

QQ音乐xCalvin Klein 「爱的律动」 以 “AI” 诠释爱

- 品牌名称: CK
- 所属行业: 服饰类
- 执行时间: 2024.07.24-08.20
- 参选类别: AI营销类

项目背景：延续品牌七夕战略，基于新主题打造创意内容为品牌抢占七夕营销先机



#爱有引力#是Calvin Klein每年七夕的营销命题

2023年，在主命题的基础上延展#抢先爱发声行动#作为营销抓手

CK希望通过更多的创意玩法及更可感的方式

让每对情侣都感知到自己与TA之间“爱的引力”并为爱发声



音乐作为七夕氛围感及表白的神器

TME将通过更创新吸睛的玩法

为CK打造更适配的内容抢先卷入情侣们的参与

用音乐+AI重构七夕仪式感

表达爱

听见爱

情感共鸣

通过AI音乐创作，让情侣的
“爱意”可听、可感、可传播

品牌破圈

以技术赋能内容，强化品牌
“先锋、创新”的品牌形象

利用音乐可被高度感知的特性，从7月中～8月七夕节，通过持续性的活动

以创意的吸睛互动玩法结合CK品牌及产品打造“抢先爱发声行动”

用音乐旋律的波动，将情侣间心动的轨迹可感化

最终实现品牌“爱的引力”的营销内核更深度地传递出去+赋能品牌的七夕电商营销

AI创新音乐技术

X

恋爱故事内容
(品牌内容软性植入)

X

情侣/双人互动玩法

“爱的律动”互动H5

一个以情侣创造专属BGM的互动玩法，让有爱的TA们在七夕之际用音乐发声

项目节奏



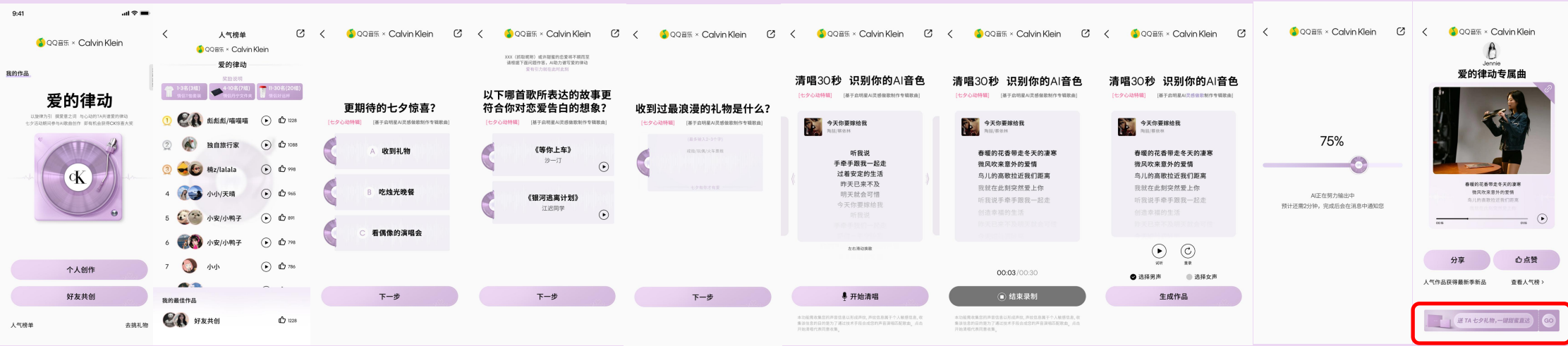


执行一 | AI驱动互动H5，以全链路沉浸式交互实现多维体验升级

双效激励机制驱动社交裂变
榜单激励与礼盒奖励双轨并行

问卷问答转化用户情感投射

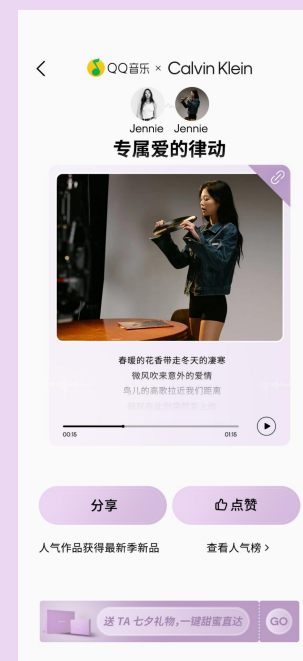
实时排名及分享沉淀价值
创作-展示-传播的正向循环



参与页-人气榜单&礼品全览撬动参与兴趣 七夕互动问题作答，生成专属歌曲选择 用户清唱30s识别AI音色一键生成作品，底部banner一键跳转品牌落地页

双人
共创版

执行一 | AI驱动互动H5，以全链路沉浸式交互实现多维体验升级



个人录制后邀请TA共创浪漫情歌

双人版专属问答
追忆初见时刻

用户清唱30s识别AI音色一键生成合唱作品

Q音
官博



灵感作歌 广场顶焦



搜搜直达



音乐馆 焦点图



搜索推荐 banner



编辑甄
选推荐

项目亮点：

100%

完成游戏/作品的
KPI完成率

447%

参与人次的KPI完成率

1, 882, 572

用户自发分享次数