

洋河·梦之蓝M6+ - 梦的种子-逐梦苍穹，共筑航天梦

- **品牌名称：**洋河·梦之蓝M6+
- **所属行业：**酒水类
- **执行时间：**2024.07-12
- **参选类别：**数字媒体整合类

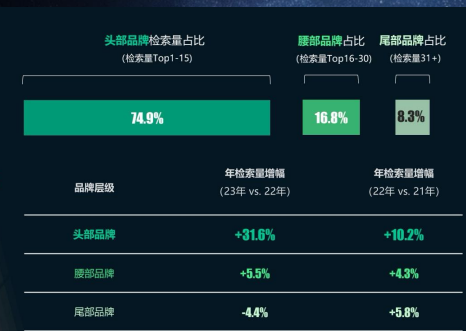
2021年洋河就围绕航天IP与百度深度合作，随着中国空间站的圆梦，百度也跟品牌一同完成了4年的品牌营销的升级。2023年百度大模型的诞生，洋河·梦之蓝M6+希望能够结合最前沿的技术帮助品牌做一场有科技有温度的事件营销案例。

百度人群的高度契合度：百度的用户人群多是喜欢关注军事和航天且年龄层为45岁以上的用户人群，是白酒的核心受众，因而洋河跟百度的多年合作不仅是技术，也是在人群上高度洞察的原因。

洋河亟待差异化品牌价值塑造

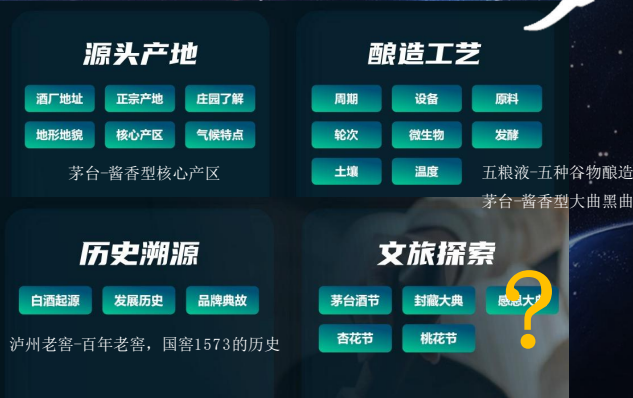
成为头部品牌对白酒行业具有重要意义

- 头部品牌的检索量占据7成以上
- 连续两年增幅远超腰部品牌



*数据来源：百度观星盘

白酒行业提升品牌价值的四大路径
仅有文旅方向缺乏头部品牌占位，是新机会



文旅探索-航天与白酒人群高度契合

从仰望星空到漫步宇宙，对未知的无数次叩问
中国航天梦，是一代代梦想实现



首先是经过三年的合作，用户对航天内容产生思维惯性和审美疲劳，我们需要用比以往更创新的形式和内容才能唤醒和刺激用户。

第二是过去的品牌营销里我们大都采用的是品牌单向输出、用户被动接收信息的方式来教育用户，在这种模式下想要打透心智，需要长时间、多内容的持续积累；第三，我们精准覆盖了航天兴趣人群，在喜欢航天和白酒的人群里建立了认知，洋河的航天梦需要突破圈层，被更多人看见，才能帮助品牌跻身头部品牌，扩大高品牌调性带来的连续增长效应。

挑战—合作第四年，品牌价值渗透陷入瓶颈

围绕百度搜索与航天，首次打造航天IP搜索联动



持续合作升级A I G C的营销传播



大模型的初尝试



瓶颈1

用户审美疲劳

瓶颈2

品牌单向输出
用户浅尝辄止

瓶颈3

精准覆盖兴趣人群
内容亟待破圈

策略与创意：

1、利用大模型，打造航天垂类智能体

- 抓住用户对当下最热门、最前沿技术的尝鲜心理，用有性格人设，可以面对面实时提供情绪价值的航天垂类智能体，来区别于以往只能够问答的生成式对话，解决审美疲劳的问题；

2、结合AIGC的能力与IP，加深用户心智认知

- 同时用大模型的记忆、理解能力，引导用户主动发问，展开双向、多轮的互动，让用户与洋河产生更长周期、更深度的互动，来加深用户心智的渗透；

3、通过H5的互动形式，承接百度资源

- 最后将智能体联动 AI 视频、元宇宙等新型互动形式，让用户在各个场景下都想要与智能体持续的展开对话，并且在社媒产生自分享，实现人群的破圈。

解法-智能体双向互动提升品牌价值渗透

洋河航天科普官

兼具品牌信息与航天知识
的洋河专属科普官

人工智能对话

运用大模型的学习与理解力，
语音实时解答航天专业难题



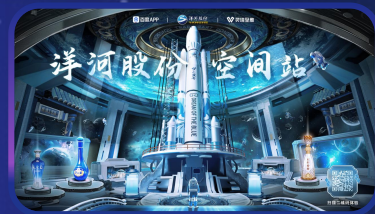
面对面实时提供情绪价值

AI生成视频

用“文心一言”的AI画面创作力
产出影视级航天大片



带有性格人设



元宇宙品牌展馆

洋河专属空间站，航天科普官在线答疑
互动任务与品牌视觉再升级

限定数字藏品

区块链技术运用



AIGC双向多轮互动，加深心智渗透

UGC社媒自分享，助力人群破圈

我们共创了智能体营销的新要求，让智能体成为有生命、能互动、贯通全域的品牌营销新工具。

一是，**有生命**：是我们希望智能体不仅具备回答专业问题的思考能力，更是带有洋河飞天情怀、敢于面对未知的品牌数字生命。所以在人设上，我们以最接近航天梦的宇航员为形象，将代表洋河航天梦的梦之蓝产品元素融入设计，在视觉上就打上洋河和航天梦的标签。

并且接入语音对话能力，智能体会从太空舱入场，倾听用户的问题，让用户无门槛就能与 ai 大模型展开面对面的类真人交流，在和性格活泼、专业严谨的洋河航天科普官梦小蓝对话过程中，让品牌形象和品牌价值深入人心。

共创智能体营销新标准

品牌“生命”体

创造一个“智慧涌现”的智能数字生命

多元互动体

丰富互动体验，引导深度对话

承接多样化

贯通百度生态，结合搜推优势持续触达

本视频由AI生成

生命体-有人设、面对面、有情绪、会思考



二是，**能互动**：a. 是智能体除了对话，在不同场景下可以有多样化的互动形式激发用户兴趣。我们用 AI 视频讲述洋河对未来宇宙的畅想，引导用户向洋河智能体提问，并用 AIGC 生图实现社媒的个性化传播。b. 我们还打通洋河现有数字资产，将智能体嵌入品牌虚拟空间，成为带领用户参与游戏的 NPC，通过发布任务、弹幕互动、点燃火箭一系列的趣味体验，进一步丰富洋河与航天梦的故事，让用户重新在品牌空间内玩起来，相比去年用户平均停留时长提升近 10%

互动-智能体 用AIGC激发UGC

引导-AIGC视频带入宇宙空间

互动-语音+文本智能体无障碍交流

激发-AIGC生成个性化分享海报



互动-打通品牌数字资产，智能体对话成为游戏环节

曝光量 5300万

深度体验展馆 55万次

UV 28万人

平均停留时长 3m 5s

相较去年提升近10%



梦小蓝智能体入驻品牌虚拟空间

航天垂类大模型底座，在线解答专业问题

智能NPC持续陪伴

白酒行业限定品牌+航天数字展馆

沉浸式
元宇宙

- 虚拟空间站，满足用户对航天梦的想象
- 立体动态化展示火箭结构
- 通过弹幕互动、数字人隐藏彩蛋，让玩家在品牌虚拟空间内玩起来，主动找到个人与品牌的联结

*数据截至2024.11.22

三是，广传播：打通百度资源生态，伴随神州十九号发射、十八号任务的返航展开矩阵传播，让能够趣味互动的洋河航天智能体持续触达目标用户，完成用户心智教育的营销闭环。

多元承接—围绕百度搜索生态展开矩阵传播



总曝光 17.05 亿

曝光效率提升超8%



用户主动搜索 2.93 亿次

预置词曝光 1.07 亿次

直播间观看 2519 万
直播间互动 3247 万

大卡曝光 4.84 亿次
彩蛋曝光 1.93 亿次



搜索覆盖UV 1.95 亿

热搜榜、干预、征文、话题
曝光 9.63 亿次

