

伊利×百度 养生唠叨粉碎机

- **品牌名称：**伊利
- **所属行业：**食品饮料类
- **执行时间：**2024.12
- **参选类别：**AI营销类

信息碎片化以及自媒体化的结果导致大部分消费者对牛奶有许多的误解，给伊利乳制品等企业造成较深的困扰。

谣言四起

伊利发现，近年来“牛奶相关谣言”在互联网上广泛传播

严重影响了伊利用户消费牛奶的积极性，给伊利核心产品售卖带来了不小的影响

(谣言示意：牛奶性寒、中国人不适合喝牛奶、牛奶产奶靠激素...)

牛奶谣言

(来源：各类养生公众号)

中医不提倡喝牛奶？真相原来如此！马上停止这样喝奶，毁肾、伤血管，营养全浪费



从中医的角度来看，牛奶味甘、性微寒，寒性体质的人如果直接喝牛奶，可...

暖暖的味道官微 2天前

破谣言无功

针对这一问题，伊利尝试用一些传统媒介方式来“辟谣”

但常常淹没在信息海洋，在当下传播环境里，难以真正击中消费者，心有余而力不足

牛奶辟谣

(来源百度智能搜索)





运用新技术践行新尝试

传统乳制品企业，如何在当下传播环境对抗“谣言”？
伊利品牌公关借助“百度知识权威性+百度AI智能科普”

勇敢探索新赛道、新维度，进行了一次全新尝试。

建立权威，破圈传播

通过品牌事件营销的形式来广泛辟谣，建立
大众对于牛奶是健康型饮品的品类认知
进而提振消费者对伊利牛奶的消费积极性，
在纷繁的社交语境中，寻找破圈新可能



策略



智能科普

知识权威

伊利关注全民健康，也关注消费者情绪价值
通过引入“百度AI智能科普+百度知识权威”，给予TA们专业上的信任感

借着AI的大风，运用科技手段，并让技术回馈到生活里去
为热衷食补的爸妈，提供更专业智能的健康知识
在促进家庭和睦的同时，也弥合“我和爸妈两代人的数字鸿沟”
维系消费者之间的情感纽带，为造福国民大健康事业做出贡献

训练大模型，提高模型对牛奶相关知识的基础内容图谱，完成实现在对话过程中的谣言粉碎功能与能力。



输入爸妈常分享的“养生食补知识”
百度AI一键帮你智能分析，生成答案
放大百度AI的人情味，贴近消费者
把生硬技术变成更生活化/趣味化的表达
让爸妈乐于接受，老旧的伪科学自然容易被攻破
拿着结果，和你的爸妈来一次趣味battle
弥合家庭关系，让“相亲相AI伊家人”重回健康正轨

训练大模型，提高模型对牛奶相关知识的基础内容图谱，完成实现在对话过程中的谣言粉碎功能与能力。



伊利 × 百度 养生唠叨粉碎机

背景目标

伊利发现亚洲人群乳糖不耐受比例高于60%，有些地区甚至高达80%（科普中国），近年来“牛奶相关谣言”在互联网上广泛传播，严重影响了用户消费牛奶的积极性。伊利品牌希望通过「百度知识权威性+AI知识科普」的项目体验，通过品牌事件营销的形式，建立大众对于牛奶是健康型饮品的品类认知。

策略创意

如果我们能熟练应用更高效智能的「百度」，去了解健康知识，与时俱进掌握最新资讯，离健康就更近一点。伊利关注全民健康问题，也关注消费者情绪价值。伊利x百度AI，通过伊利伊诺智能体，一键智能分析，生成科普答案，粉碎伪健康谣言，让消费者建立正确的健康生活理念。

百度AI解决方案

输入经常看到的或者父母常分享的“养生食补知识”，伊利伊诺智能体深度挖掘消费者痛点，通过更智能的AI互动帮助消费者真实解决问题，在高频对话中与消费展开心智对话，一键帮你智能分析，生成答案，提升品牌信服力和美誉度。



营销效果

39.53%

开口率

35%

点击/次

5轮/人

总体平均对话轮次

3轮/人

均值参考

393%

跳转点击率

126.9/s

平均停留时长

