

《把讯飞翻译机带回家》种草营销 ——科大讯飞春节年货种草创意

- **品牌名称：**科大讯飞股份有限公司
- **所属行业：**科技企业（AI技术研发与生产）/互联网技术
- **执行时间：**2025.02（春节黄金周）
- **参选类别：**种草营销类

结案视频

直接点击链接观看视频，或复制链接到新浏览器页面查看

https://pan.baidu.com/s/1nTerDd6g_qG-oNf5Hk0dTA?pwd=6666

提取码: 6666

- **品牌营销背景及市场传播介绍**

2025年1月，首个具有端到端语音同传能力的大模型——星火语音同传大模型发布，最快实现5秒以内的同传时延，达到人类专家译员的水平。同传大模型的技术升级带来了讯飞翻译机的技术进步，升级后的讯飞翻译机集成了最新的同传技术，具备行业领先的翻译能力。

切合产品升级的营销需求，我们尝试抓住两大关键点：一方面，正值中国春节黄金节点，讯飞翻译机在假期出国旅行探亲等跨语言沟通的场景将大有可为，我们针对这一刚需场景精准锚定高浓度种草人群；另一方面，“tiktok难民”话题热度飙升，一大批美国网友组团涌入小红书。一夜之间，小红书满屏英文帖子，中美跨语言交流再度受到关注，为讯飞翻译机提供了天然的种草时机。

- **品牌案例预期目标**

目标一：创新种草形式，突出产品的场景价值

科大讯飞翻译机支持多种语言的互译，本次传播聚焦核心产品价值，利用不同场景（如旅行探亲、跨国商务、出国游玩等）的生动展示，在市场中强化产品认知与种草效应，突出讯飞翻译机在跨语言沟通方面的强大功能，让讯飞翻译机成为跨文化交流的首选。

目标二：品效合一，强化独特的品牌印象

结合AI年货节等促销活动，在活动周期内提升讯飞翻译机销量与市场占有率；以0预算、全AI方式、打造有冲击力的IP视觉元素，在提升品牌曝光度与话题度的同时，能够树立讯飞翻译机品牌在消费者心中的创新、时尚、富有科技感的形象，把传播内容转化为社交货币，实现品牌曝光与产品种草的双重目标。

- **品牌面临的营销挑战和思考**

在如今白热化的市场同质化竞争中，本产品虽依靠领先的技术功能在产品力上获得优势，但仍然需要积极思考如何才能突破传统商务场景定位，更多聚焦年轻消费群体讲求“即时融入”的切实产品需求。

本案例通过三层差异化构建竞争优势：

1. 硬件端以更加灵巧、便携的方式设计实现口袋随行，直接降低使用门槛；
2. 场景端首创AI旅行助手模式，整合景点讲解、生活化翻译等直观功能；
3. 营销端采用更具创意、更受到年轻人喜欢的种草内容，以多场景“整活儿”表达真实跨国沟通场景

综合来看，本产品区别于竞品对参数的技术说教，我们通过情感化叙事将产品转化为文化探索的钥匙，在社交传播中形成“社交货币”，实现品牌曝光与产品种草的双重目标。

品牌营销策略与创意策略

营销策略：

在春节出行的黄金节点期间，出国旅行、探亲等场景对翻译工具的需求高涨，2024年春节黄金周期间，中国出国人数高达360万人次。基于这一用户需求的种草洞察，讯飞翻译机则成为解决语言沟通问题的关键工具，满足消费者的刚需。

“tiktok 难民” 热点话题带来中外交流的热度，其背后隐藏的是用户翻译沟通的需求，借助热点策划中外神仙IP的AIGC创意视频，以轻松幽默的风格，向目标用户后对讯飞翻译机进行种草。

创意构思：

1、借势热点，打造具有视觉冲击中西IP组合

借助小红书“tiktok 难民” 热点话题的热度，巧妙将不同时空、不同文化背景打造中西春节IP组合，如唐僧与埃及法老、兵马俑与美人鱼、寿星与死神等，这些看似毫无关联的人物组合，却通过讯飞翻译机这一媒介，跨越时空界限实现交流。将具有反差感、视觉冲击性的IP组合作为视觉化种草钩子，打造出深刻的记忆点，便于品牌传播和记忆，实现有效种草。

- **品牌营销策略与创意策略**

创意构思：

2、最大化凸显产品种草的场景价值

基于星火语音同传大模型下的讯飞翻译机代表了人工智能技术在语言翻译领域的创新应用，能够跨越文化和语言的障碍，就像让这些看似不可能相遇的人物IP能够“交流”一样，旨在帮助不同文化背景的群体在现实生活中实现顺畅沟通，无论他们来自哪里，都能借助翻译机打破交流的隔阂，将工具属性产品转化为社交场景解决方案，更直观地彰显了人工智能翻译技术在跨文化交流中的强大实力。

3、创新全AI、0成本的社交种草范式

项目全程采用AI制作，摒弃了复杂的拍摄设备和高昂的制作成本，仅用少量人力在短时间内就完成了从创意构思到成品发布的全过程，实现全AI、0成本；采用简洁明快、节奏紧凑的形式，快速切入主题，以小撬大，以小成本实现品牌的大曝光和产品种草。

• 本案执行与传播情况

本案例在春节黄金周假期期间，在科大讯飞的视频号、微博等自媒体平台进行了有效种草。创意视频发布后迅速吸引了用户关注和点评，用户在互动中表达了对该视频的喜爱和积极评价，有效实现了从种草内容、电商搜索到转化闭环。

——市场传播效果（含数据）

1、传播数据

视频传播期间，讯飞翻译机搜索指数移动同比提升20%，吸引了大量用户关注。借势热点营销，助力讯飞翻译机在AI年货节期间，实现全网曝光量6000万+，同比增长56.1%，实现规模化种草。

2、转化数据

视频发布后，京东电商平台搜索指数较前日提升10.7%，为近一周最高搜索占比；电商渠道用于抖音千川投流，点击率25.14%，ROI达11.67，是历史平均ROI的2.4倍，成功实现对目标消费者的精准种草，助推讯飞翻译机销售转化。

3、用户好感

视频引发用户积极点赞、评论与转发，推荐NPS值高达81，评论内容的正面反馈与丰富程度充分表明了用户对于视频内容的喜爱和情感认同，促进讯飞翻译机赢得良好的用户口碑。

本案执行与传播情况

官方阵地联合种草，直播间持续引流



用户评论 自发扩大种草范围



全网曝光量
6000万+

京东电商平台搜索指数
较前日提升
10.7%

推荐
NPS值81