

潜江×微博AIGC出圈记

- 品牌名称：中共潜江市委宣传部
- 所属行业：政府及公用事业类
- 执行时间：2025.05.24-10.08
- 参选类别：AI内容创意类

案例视频

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://hd.weibo.com/senior/view/32123>

政府类客户营销现状

预算更少,要求更高

精打细算,推陈出新

01

预算情况

单一媒体平台广告投放下降
但活动预算比例提升

02

营销方向

强调线上线下融合
「以活动带宣传」

03

执行要求

以有限的资源
实现更大的效果

BEFORE

基于微博热点打造城市品牌IP
形成「话题+达人+内容」常态化合作模式



潜江龙虾 红遍天下

话题运营	话题阅读量
大V联动	粉丝覆盖量
事件营销	全国影响力
...	...



#潜江龙虾 世界共享#

#湖北潜江小龙虾开捕#

#湖北潜江龙虾节#

#2022潜江龙虾开捕仪式#

2023潜江龙虾开捕上市#

#潜江龙虾 世界共享 红遍天下#

上热搜”

NOW

01 活动有新意

不断打破传统宣传模式，借势多元热点，通过跨界联动、沉浸式体验等创新形式，实现城市品牌与年轻群体的对话。

02 领导参与感

设计既贴合政府调性又具备创新观感的领导参与环节，让他们自然、舒适的融入活动的同时，感受到活动的新意与专业度。

03 传播超预期

融合线下人流量、公众参与、社会反响、网络讨论等多元维度量化传播成果，超越既定KPI，体现破圈传播实效。

01

走出去

首次「走进媒体」



走进北京新浪总部
政企协作+「明星级」宣发
撬动北方市场辐射力

02

火起来

首创AIGC创意大赛



紧跟AI浪潮
以“科技+美食”跨圈层赋能
推动品牌出圈

03

引进来

加码城市网红基因



联动微博美食生态
从产业、文旅等多维度
持续丰富城市价值输出

走出去

响应「潜江龙虾」“走出去”品牌战略，首创「走进媒体」深度合作，借微博平台以“线上话题+线下体验”双轮驱动，于北京新浪总部举办系列推介活动，并借鉴成熟的娱乐宣发形式，打造“FUN浪一虾”创意市集、明星扫楼等娱乐化互动，精准触达北京目标用户，拓展区域消费场景。

乘“微博”之风，赴京联动，拓展区域消费新场景



沉浸式多元活动助力潜江龙虾“红”遍大厂



首创区域公用品牌“明星级”营销，提升品牌亲和力



精品原创内容贯穿活动全程，推动城市形象立体传播



火起来

借势AI浪潮，联合@微博AI等垂类频道，首创“AI上潜江龙虾AIGC创意大赛”，以“科技+美食”跨界收割4XX6 AI绘画、1X6 AI视频作品，深化地方产业、地域文化数字化表达的同时，助推城市IP破圈与年轻化转型。

@潜江发布 联合@微博AI、@微博旅游、@新浪湖北 共同主办
首届“AI上潜江龙虾 AIGC 创意大赛”

线上线下同步启动



联动微博AI社区资源，调动优质AI创作者参与活动，
收获高质量AI作品投稿

AI绘画赛道



AI视频赛道



引进来

依托微博美食生态，激活潜江自有IP“潜江龙虾节”网红基因，以「微博美食嘉年华」平台级IP共创，放大「潜江龙虾网络红人节」活动势能，整合全国/本地达人资源，通过“产业溯源+文旅巡游+粉丝狂欢”立体场景沟通，撬动城市知名度、美誉度、文旅吸引力全域跃升，落地活动持续进行中。

借势微博美食IP活动，共创潮流美食消费氛围

圆满收官

#微博美食嘉年华# 首站武汉圆满收官！
 8场人气大V见面会燃爆现场，每一次互动都定格成难忘瞬间；
 3大趣味美食挑战赛战况激烈，干饭人们用实力解锁快乐与奖品；
 夏日美食市集10大摊位香气弥漫，万只潜江龙虾免费领，上千份礼包送惊喜，让每一位到场的宝贝都满载而归；
 感谢每一位吃货的热情，这份「舌尖上的成绩单」请查收！

【话题数据】

6700万+	36万+
话题阅读量新增	话题讨论量新增
140万+	2000+
话题互动量新增	原创发博量

联动多领域网络红人，沉浸式传播潜江多元价值



第一期——
原产地探访：聚焦产业实力，展示品质与生态

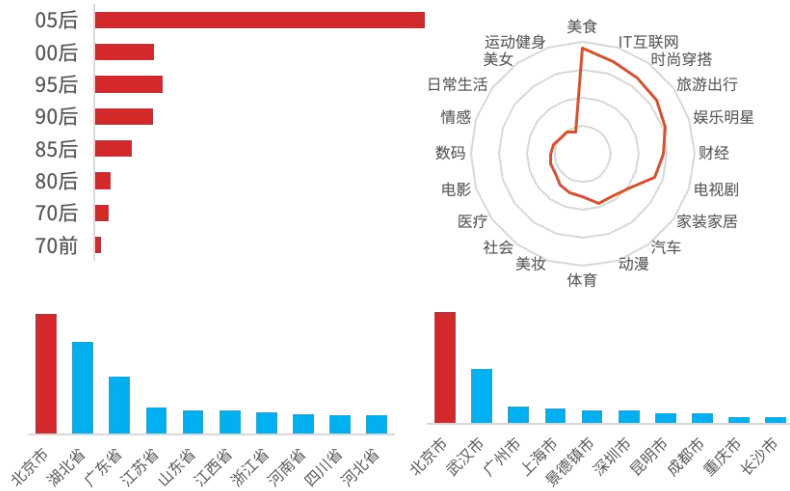
第二期——
城市文旅巡游：延伸城市魅力，融合文化与创新

走出去



有效触达北京区域目标用户

宣传期「潜江龙虾」兴趣人群画像



火起来



累计收到**4066组**AI绘画作品

176组AI视频作品



引进来



- #潜江龙虾网络红人嘉年华#
- #带你同行乐游潜江#
- #武汉逛吃日记#
- #微博美食嘉年华#
- #龙虾脑袋狂喜局#
- #嘉年华现场干饭人battle#

多元话题运营

累计曝光 **1.8亿+**

微博、抖音、小红书等多平台大V博主集结打卡

合计发布 **60+**

以活动营销为载体，打造可感知、可量化、有人气的线下互动

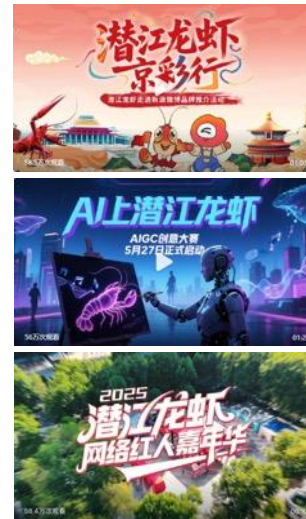


线下火

提升公众参与

线上热

扩大社会影响



以整合传播为手段，利用线上热点造势，推动活动预热、扩散和二次传播