

# 讯飞翻译耳机：欢迎外国朋友来中国过年

- **品牌名称**：科大讯飞
- **所属行业**：人工智能行业
- **执行时间**：2026.2
- **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://v.qq.com/x/page/q3194wkyeqt.html>

## 品牌营销背景及市场传播介绍

### 1、星火X2大模型发布：讯飞AI翻译能力提升

2月11日，科大讯飞正式发布基于全国产算力训练的星火X2大模型，星火X2通用能力全面升级，同时通过多尺寸模型矩阵的同步升级，显著优化了办公、翻译等终端场景的应用体验，使翻译等场景的核心效果显著提升。

### 2、入境游热潮升级：“来中国过年”正在成为全球文化体验新潮流

春节入境游快速升温。据统计，今年春节假期入境游机票订单量同比大幅增长，全国边检机关共计查验1779.6万人次中外人员出入境，日均197.7万人次，较去年春节假期日均增长10.1%。春节不再只是中国的传统佳节，更成为全球范围内极具吸引力的文化符号，“来中国过年”从单一的跨境旅游选择，升级为沉浸式的跨文化体验新潮流。而外国友人体验中国年面临着语言沟通壁垒，成为现实场景中的核心痛点，为讯飞AI翻译产品提供了天然的场景植入契机。

### 3、品牌出海诉求：AI营销适配全球化传播需求

科大讯飞推进全球化布局，品牌出海亟需兼具技术感、文化感与传播力的方式，打破地域与文化壁垒。以全AI视频为传播载体，能够彰显中国科技品牌实力，又能借助文化载体传递品牌温度。

### 4、国产AI视频大模型：解锁AI创意表达

国产AI视频大模型的发布，为全AI视频创作提供了技术支撑，可实现超现实画风、复杂特效、多视角呈现的高效落地，契合当下社媒“视觉化、趣味化、短平快”的传播需求。

## 品牌案例预期目标

### 1、品牌价值目标：

将讯飞AI翻译机/翻译耳机与“中国春节文化体验”深度绑定，让讯飞翻译成为中外用户心中“跨语言交流必备搭子”，提升讯飞AI翻译品牌的海外影响力。同时以AI为传播载体，传递中国春节的包容感与文化自信，实现“品牌营销+文化传播”的双重价值。

### 2、营销实效目标：

自然植入产品，实现国内、海外社媒有效渗透，引导用户关注、购买讯飞AI翻译产品，实现产品曝光向转化的落地；实现口碑自然发酵，积累品牌好感度。

## 品牌营销策略与创意策略

### 核心策略

以“外国人来中国过春节”为核心场景，围绕内容、产品、技术、传播四个维度——

- 1、内容端**：摒弃硬广植入与功能说教，以丰富的画面表现为核心，串联外国人在各地体验年俗的场景，视频节奏明快、转场丝滑，画面形式感足，打造有记忆点和传播力的文化向内容；
- 2、产品端**：将讯飞翻译机 / 耳机作为中外沟通必备搭子自然融入场景，解决语言沟通痛点；
- 3、技术端**：全AI生成视频，深度挖掘国产AI视频大模型技术潜力，用AI实现创意特效以及流行玩法，让技术成为创意的核心表达；
- 4、传播端**：同步打造中英文双语AI视频，联动国内外主流社媒平台发布，实现跨地域、跨文化的传播渗透，让其成为中国文化与讯飞品牌出海的双重载体。

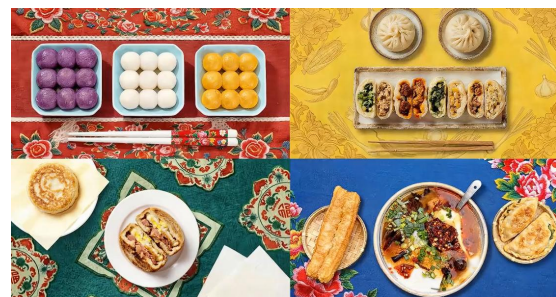
## 创意亮点

### 1、内容创意：跳出硬广套路，用AI翻译机玩转中国春节

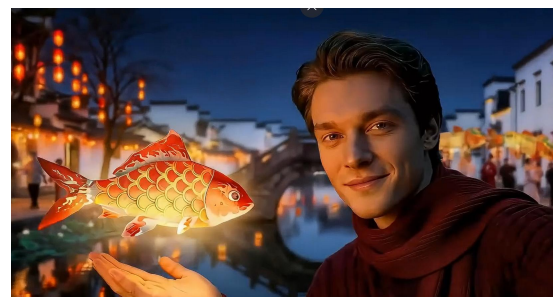
以“欢迎外国朋友来中国过年”为切口，串联中国各地年味。摒弃了翻译产品功能罗列的传统营销，跟随外国友人的视角，打卡北京庙会、东北早市、徽州鱼灯等多地特色年俗，融入贴对联、吃年夜饭等家庭团圆场景，讯飞AI翻译产品作为“沟通搭子”自然解决语言壁垒，无硬广植入感，适配社媒传播，既好记又有情感共鸣；同时以小见大，通过外国人的视角，展现中国春节的包容感与文化魅力，上升文化传播高度。



北京逛庙会、探班春晚



东北吃早市



徽州看鱼灯

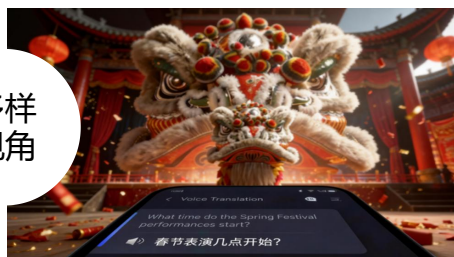
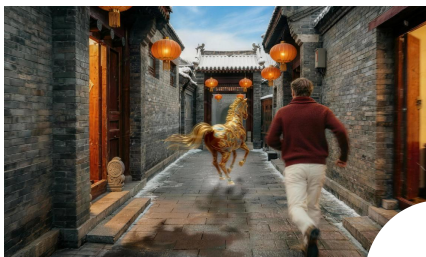


广州逛花街、看舞龙

## 创意亮点

### 2、技术创意：视觉再创新，让AI从“辅助”变“主角”

全AI生成，打破传统拍摄局限，呈现超现实画风，解锁多重AIGC新玩法：外国人的第一视角、自拍vlog视角增强代入感；春节场景中物体动效、空间穿越提升趣味性；AI方言（北京话、东北话、粤语等）翻译展现中国地域特色；特效丰富（建筑开花、鱼灯变烟花、舞龙环绕建筑、人物飞天等），让画面形式感与创意性拉满，贴合社媒视觉化传播需求。



AI  
特效

多样  
视角

AI  
方言

空间  
穿越

## 创意亮点

### 3、价值创意：AI 不止营销，更是品牌出海与文化传播的双向桥梁

AI不止于营销，更是文化传播与技术普及的载体。跳出“单纯品牌营销”的局限，将AIGC技术普及、中国年俗传播、中外文化交流、彰显文化自信与企业出海绑定，让AI营销成为多元价值的载体，既彰显科大讯飞“用AI连接世界、传递文化”，以AI为桥向世界传递中国春节文化，彰显文化自信，在技术与文化的双重传播中实现品牌影响力提升。

## 创意执行：

**AI 内容落地：**完成2分钟全AI生成视频制作，打造核心传播载体；

**全域社媒发布：**在微信、微博、小红书等国内社媒发布中文视频，搭配话题借助算法实现自然曝光，在Facebook、Ins、YouTube等海外主流社媒发布英文版AI视频，实现中外社媒的全域渗透；

**业务引流联动：**联动业务引流到讯飞AI翻译产品，引导目标用户关注了解产品，实现“视频曝光-业务引流”的闭环。

## 本案执行与传播情况：

### 1、传播曝光

讯飞AI翻译耳机和讯飞翻译机产品曝光量及自媒体矩阵声量得到有效提升，国内外全平台曝光量1亿+，讯飞翻译机微信指数同比提升近55%，有效触达中外文化交流、翻译需求目标人群；用户互动集中在“画面惊艳”“格局开阔”等；英文版视频覆盖海外主流社媒Facebook、Twitter、YouTube等，海外用户评论正面率达86%，提升讯飞翻译产品知名度。

### 2、营销转化

春节营销期间，助推京东电商平台搜索指数较前日提升22.5%，为近一周最高搜索占比，实现“传播-转化”的有效闭环，用户关注度显著提升。

### 3、品牌价值提升

通过视频将讯飞AI产品与“中国春节文化体验”深度绑定，频引发用户积极点赞、评论与转发，彰显了中国AI品牌的技术实力，进一步助力品牌出海，传递中国春节的包容感与文化自信，实现“品牌营销+文化传播”的双重价值目标。