

伊利的高能叙事：在WAIC完成一次生态定义与大众引爆

- **品牌名称**：伊利集团
- **所属行业**：快消
- **执行时间**：2025.6-7
- **参选类别**：跨媒体整合类

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://my.feishu.cn/docx/OJtzdyS4koyeG9xxQQ1coeWtnhg>



数智伊利登陆 WAIC2025

中国·上海 Shanghai·China



当前，人工智能正加速赋能实体经济，乳制品行业也面临数字化转型升级的关键窗口期。作为行业领军企业，伊利需通过更具前瞻性与感知度的叙事，夯实其龙头地位，并向公众传递“国奶自信”的核心信息。世界人工智能大会作为全球级科技盛会，为伊利提供了展示数智实力、连接产业生态、对话公众的高势能舞台。



- 传递伊利从数智实践者到生态引领者的关键跨越，展示数智化落地成果与全场景应用
- 强化伊利在乳业与AI融合领域的标杆形象，夯实“数智牛”品牌资产，强化“数智伊利”作为乳业数智化引领者的声誉认知
- 借助创意内容与全渠道传播，触达行业、媒体与消费者，使“AI让牛奶更有爱”的声誉温度深入人心



项目以“生态引领、内容破圈、跨界联动、全域触达”为核心策略，构建完整的项目传播体系：

1、生态化叙事：

发起“全球智链生态圈”，联合新华网、亚马逊、阿里云、复旦大学等生态伙伴，构建全球首个聚焦乳业全链路AI应用的产业协作组织，彰显伊利从技术应用到生态共建的行业引领者角色。



项目以“生态引领、内容破圈、跨界联动、全域触达”为核心策略，构建完整的项目传播体系：

2、创新性沟通：

采用“论坛+脱口秀展示”形式，邀请脱口秀演员何广智以幽默方式解读数智化日常应用与品牌理解，创新C端传播模式，增强公众记忆点与情感共鸣。



项目以“生态引领、内容破圈、跨界联动、全域触达”为核心策略，构建完整的项目传播体系：

3、跨界协同：

与联想合作共创“数智大片”，
实现科技圈与消费圈的双向渗透。



项目以“生态引领、内容破圈、跨界联动、全域触达”为核心策略，构建完整的项目传播体系：

4、全场景覆盖：

整合短视频、图文、音频（播客）、互动体验、话题营销等多维内容形态，覆盖会内会外、线上线下多个触点，实现深度与广度并重的传播效果。



项目通过“造势—爆发—收官”三阶段节奏推进：

1、造势期：

借势大会官方亮相，充分背书造势

2、爆发期：

- 伊利集团主办“真AI牛奶生态创新论坛”，发起“全球智链生态圈”，新华网同步发布亮相视频与稿件，奠定传播基调
- 话题#牛已经学会用AI了#登上微博热搜，何广智脱口秀vlog全平台分发，喜马拉雅上线专题播客与品牌超级话题，伊利集团自有媒体矩阵全面跟进，形成传播高峰

3、收官期：

发布深度稿件与视频，与联想推出共创大片，延续传播长尾效应

数据来源：新华网、新浪微博、喜马拉雅等公开平台统计

- 微博话题#牛已经学会用AI了##当何广智开始研究牛马经济学#双话题累计阅读量1.4亿+，其中#牛已经学会用AI了#登上主榜第40位，在榜时长1h1min；科技榜第2位，在榜时长6h58min；视频榜第32位



#牛已经学会用ai了#

14.7万讨论 1.1亿阅读



#当何广智开始研究牛马经济学#

1.3万讨论 3696.7万阅读



数据来源：新华网、新浪微博、喜马拉雅等公开平台统计

- 喜马拉雅品牌超级话题曝光8536W+，品牌话题#AI让牛奶更有爱#登上热搜榜第8名



数据来源：新华网、新浪微博、喜马拉雅等公开平台统计

- 多重媒体联动打出破圈组合拳，强势引爆传播声量，项目传播原发转载比高达1:680
- 跨界案例引发党政、科技、财经、消费类等主流媒体集中报道，创造多篇10W+稿件，其中凤凰网单篇阅读量达22W+

