

首个家电行业全AI定制营销事件

AI重塑营销

方太消毒柜 梅雨季新品上市



0:00

项目背景

AI营销

在AI营销大浪潮下
各行业优质案例层出不穷

百度AI技术层 —— 营销项目传播层
AI如何深度赋能方太消毒柜梅雨季上新营销



打造聚合式IP会场 AI加持传播助新品破圈

FOTILE 方太

传播层

AI共创IP

AI智能创作

话题破圈

Bai 百度

技术层

灵感洞察

内容生产

智能投放

营销科学

「刷新提效」营销新系统 百度AI技术全链路赋能

营销洞察

- 技术层：AI全链刷新提效
- 传播层：知识内容营销

可以匹配大部分的营销需求

技术层

百度领先AI技术 赋能方太全链营销提效

AI全链赋能

4分钟

单条创意耗时从30分钟降到4分钟

70%

近七成企业使用AIGC功能

14亿+

每天产生AIGC文本创意

进一步渗透企业经营，带来更多千行百业变革机会
(例如：赋能教育行业，备课、答疑、辅导等经营环节)

从人工经验试错到AIGC助力全链自进化

需求
挖掘

适配内容
AIGC生产

投放
分析

AIGC
内容迭代

AIGC全面解构，助力多元内容生产

创意型内容
灵感、创作、创新

服务型内容
详情内容、智能客服

知识型内容
数字人达人、赋能创作者

经营

企业经营变革

营销

营销链路提质

内容

内容生产提效

【知识内容营销】消毒柜新品上市 延续知识内容营销 寻找更多突破



知识类内容营销IP合作
专业背书+知识科普
引全民热议

传播层

知识内容链接用户 凸显品牌卖点

知识内容营销

方太新品上市
消毒柜创新H01



技术层：百度AI全链路营销赋能

百度AI技术全链路赋能 「高能提效」 重新定义内容营销

AI
灵感洞察

AI
内容生产

AI
智能投放

AI
营销科学

7天高效AI营销落地 12天完成整场内容营销Campaign

AI灵感洞察：快速聚焦消毒柜品类 系统化输出人群画像

消毒柜品类洞察-高效定位母婴需求人群，且6月需求增加，尤其是南方沿海城市

【趋势】5月&6月高增长环比+9%



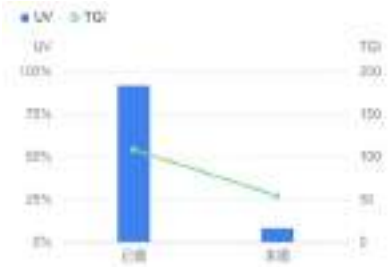
【性别】女性占比 59%



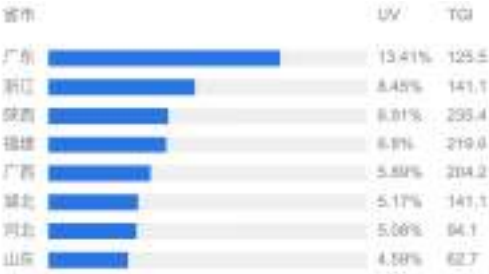
【年龄】35-44岁35%; 25-34岁 34%



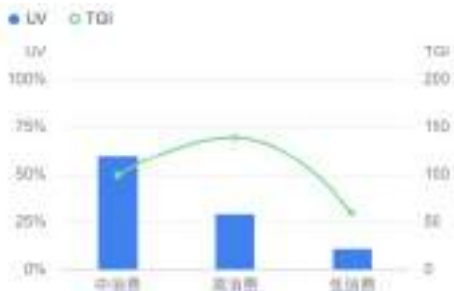
【婚姻】已婚占比 92%



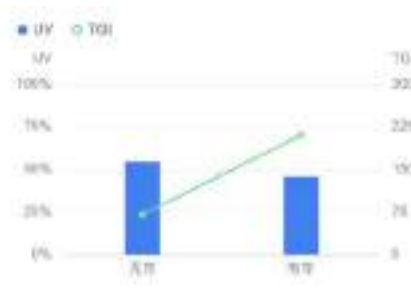
【地域】广东占比 13%



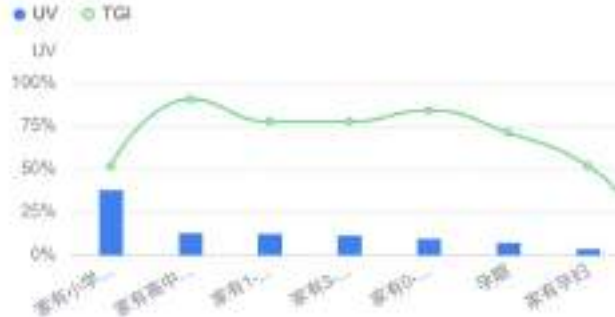
【消费水平】高消费TGI 138



【资产】有车 TGI 209



【人生阶段】家有小学生占比 38%



AI灵感洞察：深入洞察受众核心关注点 匹配方太新品卖点

【用户关注渠道】 搜索除外，受众在百度内容频道游走占比77%



卖点匹配

45分钟快消
无臭氧异味
智能消毒杀菌
杀菌率高达99.9%

双效烘干
百变大空间
母婴专区消毒

【用户关注点】消毒柜品牌、消毒柜必要性、消毒柜使用方法



AI内容生产：快速完成创意设计 打造优质品牌TVC



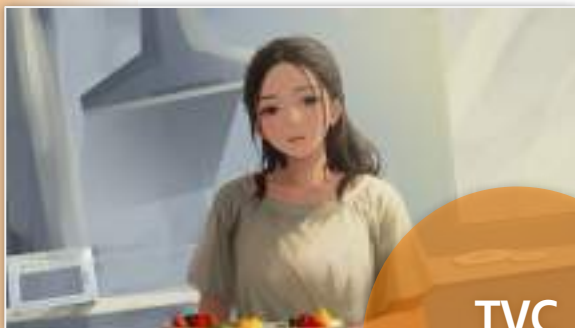
**超能妈妈
联合百度搜索AI伙伴
寻找宝宝不吃饭原因**

- 宝宝饥饿
- 营养搭配
- 食材新鲜度
- 餐盘异味

AI智能投放：定向核心人群 线上+线下双重加速用户决策

1 母婴人群

家有1-5岁宝宝的妈妈是重点使用人群
(重点凸显产品卖点之一)



TVC
达人内容

线下旗舰店为主，引导线下到店参观
(广东，福建，湖南，湖北，宁波等)



开屏定向
流量拦截

2 品牌旗舰店人群

3 梅雨季人群



以南方为主梅雨季覆盖人群
(沪、江苏、安徽、浙江、江西、湖北、湖南等)

4 检索需求人群

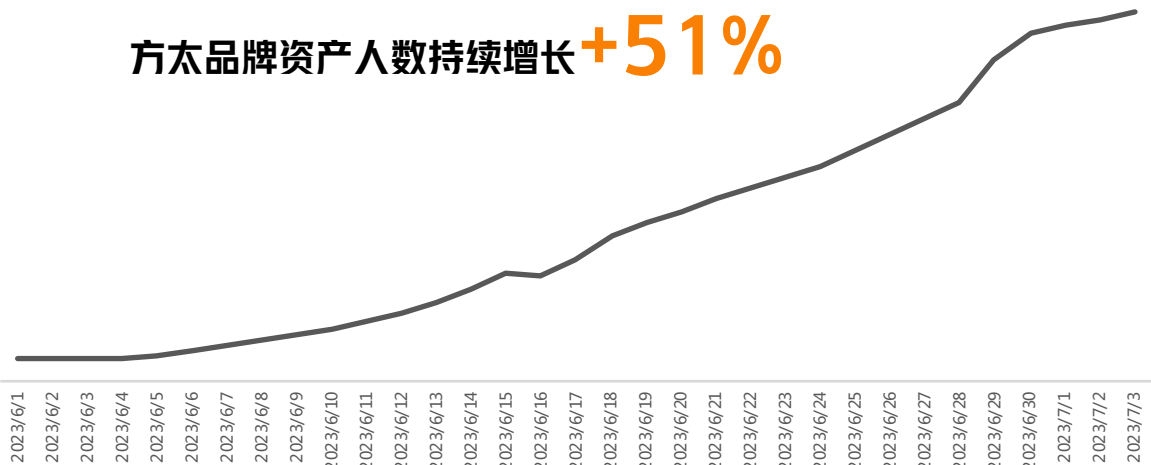


消毒柜品类&方太品牌检索需求人群
(消毒柜、方太、其他品牌+品类等)

传播资源

AI营销科学：数据资产迅速积累 达成品牌长效运营

方太品牌资产人数持续增长 **+51%**



12核心互动人群画像

年轻已婚

86%已婚人群
33%的25-34岁
27%的35-44岁分布

家有萌娃

35%家有6岁以下儿童
12%家有孕妇即将升级父母

华东华南

15%地处华东地区
10%地处华南地区
山东、河南父母占比13%

中等消费

77%中等消费人群

A1 认知人群
awareness

+52%

知道方太品牌，被方太
的广告或推文触达过

I1 兴趣人群
Intention

+45%

对方太品牌感兴趣，愿意阅读推
文、点击广告

I2 互动人群
Interact

+38%

主动搜索方太品牌，与方太推文互
动，并比对产品细节

A2 行动人群
action

对方太产品购买，到店，留资等
转化行为

刷新提效

百度AI重塑内容生产力 创意主体7天落地



传播层：双轮驱动知识内容营销

AI洞察精准定向 线上联动线下 深度触达核心人群



全民讨论加热内容成功出圈 新品卖点迅速传播

传播亮点

- 超级声量：聚合式定制IP
- 知识营销：TVC塑造认知
- 线下体验：达人定制短片
- 新品爆发：话题热榜破圈

聚合式定制IP超级声量 打造方太新品上市营销盛宴

手百开屏&地图开屏导流



【活动搜索词导流】

超能特消队，消毒柜智能守护宝宝
消毒健康ai来守护，消毒健康ai攻略



IP搜索主会场

【方太品牌logo】
定制化打造活动主会场

【1支主视频】
方太消毒柜&百度搜索AI伙伴联合定制TVC

【2支达人视频】
线下探访方太旗舰店分别诠释新品介绍和家庭场景使用氛围感

#方太消毒柜智能守护宝宝#
跳转至话题内容详情页

1亿+
活动曝光量

百万+
视频播放量

6200%+
资讯指数



定制TVC 科普内容结合AI营销 深度塑造用户新品认知

家庭场景 × 母婴人群 × 梅雨季节

宝宝因餐盘异味引起的不吃饭，引导妈妈关注，带出本期主题
方太消毒柜创新H01，解决臭氧异味，宝宝开心吃饭妈妈才能安心



借助百度擎舵平台广告文案创作能力，提出广告TVC关键创意
同时提供AIGC视频脚本和分镜等内容生产

认知塑造



百度搜索AI伙伴
寻找原因

- 宝宝饥饿
- 营养搭配
- 食材新鲜度
- 餐盘异味



超级妈妈排除法
找到答案

- 臭氧指数超标



方太新品救场
解决痛点

除菌率高达99.9%*
立体循环烘干等多重功能
消毒更干净，再无臭氧味

达人线下沉浸式体验 功能全方位讲解凸显使用氛围感



达人探店



产品使用氛围感

母婴达人线下探店诠释新品体验

产品全方位功能讲解



一家五口**125L超大使用空间**，还有宝宝餐具的专属区域，保护全家健康同时，更是对宝宝的全面呵护



消毒柜产品家庭使用场景的必要性和方太消毒柜新品**十多种功能**使用方法介绍

定制话题全民热议 方太梅雨季新品热榜破圈广域传播



活动页互相引流
跳转至IP页面：超能特消队

定制内容置顶
引发方太新品全民关注/讨论



热门话题
#方太消毒柜智能守护宝宝#

内容关注
深度互动

625万+
话题阅读量

2.57倍
于行业互动率均值



百度热榜Top5
#方太消毒柜智能守护宝宝#

品牌新品热榜破圈
触达更多潜在需求人群

行业首例 家电行业全AI定制梅雨季传播事件

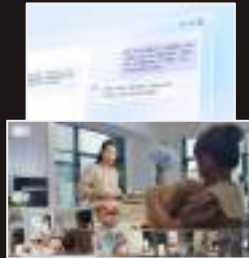
#消毒知识# #餐具如何选择# #妈妈对孩子的爱#
#梅雨季常识# #AI在生活中的角色# #居家科技好物#
#AI发展趋势# #亲子关系# #感恩母亲#

营销进化
定制IP+定制内容



1亿+
活动曝光量
百万+
视频播放量
6200%+
资讯指数

生产进化
百度AI全链赋能



营销洞察 智能投放
内容生产 营销科学

价值进化
话题出圈全民热议



625万+
话题讨论量
+38%
品牌互动人群
2.57倍
对比行业互动率均值



AI 重塑营销

首个家电行业全AI定制梅雨季传播事件

◎ 成果 ACHIEVEMENT

方太消毒柜联手百度营销，通过百度指数AI系统精准洞察用户人群，赋能平台AIGC创新内容形式，AI智能完成精准投放，实现了1亿+曝光，AIA-GROW全营销价值量2.57倍超行业的互动率，实现产品推广和品牌曝光双优效果

● 挑战 CHALLENGE

方太消毒柜新品上市，如何精准聚焦目标用户、找准营销场景？如何突出产品优势，在市场中赢得消费者的青睐？

● 洞察 INSIGHT

方太借力百度指数AI系统，大数据分析精准识别6月梅雨季消毒柜营销空缺，推荐针对高敏感母婴人群展开营销活动

● 策略创意 STRATEGIC CREATIVITY

定制「超转特润队」IP，创新性地将在视频中融入百度搜索AI伙伴，围绕超转妈妈对宝宝饮食餐具的疑问，打造一场梅雨季营销

● 创意执行 CREATIVE EXECUTION

借百度营销赋能平台AIGC创作能力，高效生成拍摄脚本、分镜图片，制作周期大幅降低，7天内完成从灵感创意到完美出街

01 大数据洞察TA人群

02 AI生成内容创作

03 AI智能定向投放

04 AI营销科学度量



曝光量
1亿+



资讯指数
6200%+



话题阅读量
625w+



品牌互动人群
38%+



人群对比行业平均值
2.57倍



百度APP开屏



百度地图开屏



百度搜索会场



达人线下探店



达人内容传播



百度热搜



百家号话题

AI 定制营销 重塑营销

方太消毒柜 梅雨季新品上市



0:00