



兔展智能成立于2014年，目前已完成D+轮融资。公司以“让人类叙事更加高效生动”为使命，以基于视觉为核心的原创多模态大模型“兔灵”的AIGC内容引擎为核心定位，逐步发展成为中国在内容引擎技术领域完全自主创新的龙头企业。目前已累积超4000万注册用户，汇聚1500万企业用户，在最具付费力的金融领域，兔展内容引擎在头部机构中占有率超60%。

案例名称：卫龙显眼包创意事件营销方案

提供单位：深圳兔展智能科技有限公司

方案介绍：

一、案例背景

“Z世代”消费主体异军突起，他们思路前卫、观念开放、喜欢新潮和猎奇，形成了内外兼修、乐于尝鲜、国货自强等消费观。对他们而言，消费不仅是满足日常生活需要，也是追求个性化的方式。利用新消费群体喜欢的方式，深刻洞察、体贴他们的需求和情感，提供最适合他们的产品，是品牌得以快速增长的重要因素。

围绕开学季的重要时间节点，卫龙品牌需要借势营销提升其美誉度和讨论度，渗透更多年轻TA的心智。结合热梗“显眼包”和卫龙“显眼”的品牌属性针对年轻学生党，在开学/上学的营销节点，推出卫龙“显眼包”周边

（主）和其他文创周边，并配合官方和外围传播实现破圈。

二、方案简介

卫龙显眼包活动是由深圳兔展有限公司基于其AI科学营销方法论，策划的一起事件营销活动。其内容主要包含：

- 1、创意周边文创产品：显眼包、显眼帽
- 2、卫龙显眼包主KV
- 3、卫龙秋季显眼发布会
- 4、卫龙整合营销整体传播规划

三、方案优势

卫龙显眼包创意事件营销方案具有以下优势：

1、产品特色与差异化竞争：卫龙显眼包是一个将卫龙辣条包装设计 with 包装袋完美融合的创新周边，设计灵感来自卫龙经典辣条包装系列，超大超显眼，能装又实用，社牛显眼包

必备。这一创意凸显了卫龙显眼包营销方案在产品研发和包装设计方面的差异化竞争优势。

2、消费者心理营销的独特策略：卫龙显眼包营销方案通过洞察消费者心理，与年轻消费者站在一起，拉近了与消费者之间的距离。卫龙显眼包上印制的标语以及可以一帽双戴的卫龙显眼帽，结合9月华为、苹果新品发布会的热度，以卫龙“显眼包”发布会的形式，完全戳中消费者玩梗、追赶潮流的心理。

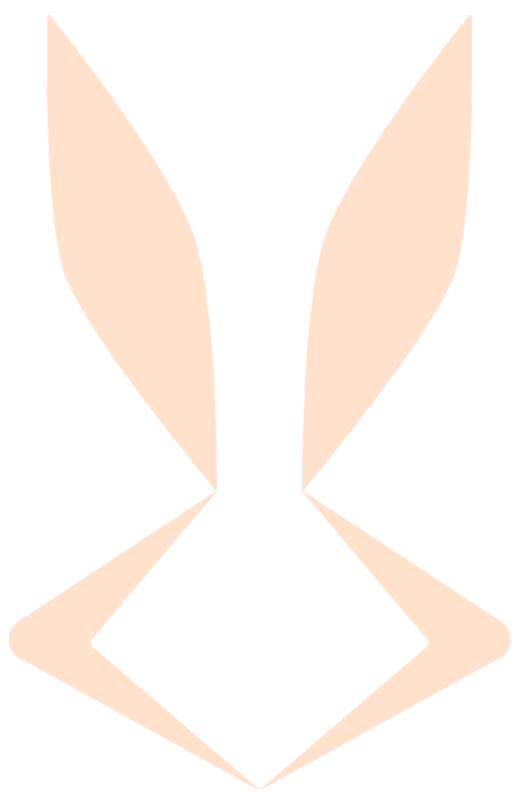
3、社交媒体营销的精确运用：卫龙显眼包营销方案善于利用社交媒体平台进行精确的营销推广。卫龙显眼包发布会的现场直播通过微博、抖音等社交媒体平台推送，成功吸引了大量关注和互动，打造出与消费者紧密联系的品牌形象，增强了消费者的认同感和忠诚度，

实现了产品的全方位曝光和销售，“带货”效应显著。

4、品牌口碑和用户体验的积极建设：卫龙长期以来注重品牌口碑和用户体验的建设。无论是产品质量的稳定性还是服务的质量，卫龙都在努力提升用户的满意度。卫龙“显眼包发布会”的成功举办，为消费者提供了一个更加了解卫龙品牌的机会，进一步加强了品牌的认知与信任。

四、活动效果

抖音话题#卫龙显眼包#在平台引起广泛传播，视频累计互动量破百万，并引起行业广泛关注，活动上线首日，卫龙抖音直播间单日销售额突破千万。



兔展
RABBITPRE