

## 兰蔻圈粉少女心，解锁 AI 美妆新玩法

广告主：欧莱雅兰蔻

所属行业：日化快消

执行时间：2018.02

参选类别：智能营销类

### 营销背景

用户在购买美妆产品时，通常会遇到线下试色不便捷，线上试色无法查看真实色号及挑选色号时选择困难等问题。如何利用创新科技，结合数据洞察，人脸识别为用户解决美妆试色困难，是我们需要解决的问题。

### 营销目标

以创新的形式拉动用户品牌活动参与度。

### 策略与创意

兰蔻菁纯唇膏与腾讯优图 X-lab 展开合作，第一次在广告创意中使用 AI 机器学习和人脸识别两大黑科技，帮助用户在线试妆，选择并推荐合适的色号，还原用户真实试妆体验。

案例视频链接：<https://v.qq.com/x/page/o0765pvng9p.html>

### 执行过程/媒体表现

#### 1、神还原：AI 机器学习，还原口红真实上妆效果

以往在线试色的色号都采取色彩库匹配的方法，此次腾讯优图 X-lab 基于机器学习能力，首次搭建了一套品牌唇色妆容模型：通过对唇膏化学成分、油脂配比的分析，试妆功能可以还原品牌产品真实上色效果，让用户刷刷脸就可以查看唇膏是否适合自己，从而快速做出判断“这款不行，下一个”或是“可以下单”。值得一提的是，本次试色还实现了单色和金属色叠涂，让喜欢“创意涂法”的美妆达人们快速看到“组合效果”，进而做出组合购买的决策。



## 2、智识别：人脸识别技术，实时“颜值”诊断

基于长期积累的人脸检测、人脸五官定位、人脸特征提取等一整套技术方案和数据积累，腾讯优图 X-lab 通过 Qzone 获得了用户上传的人像图片之后，可以在线精准识别人脸肤色、色调及瞳孔颜色，智慧推荐与肤色最匹配的兰蔻唇膏颜色。



### 3、强带货：爱豆甄选，撩动粉丝群体

此次传播聚焦 95 后年轻群体，在传播媒介上选择该群体聚焦阵地 Qzone。同时搭载同为 95 后的王俊凯的明星效应，以“小凯甄选”代替以往日化美妆品牌推广中惯用的“明星同款”，点击“王俊凯为你选色”，即可上传/拍摄照片，数秒之后，你会看到照片中的自己涂上了唇膏，同时出现的还有小凯为你选出的那支唇膏和相应的色号，撩动粉丝群体疯狂参与。



### 4、趣分享：与爱豆霸屏 QQ 空间，火爆社交圈

当用户在爱豆的吸引下进入在线试色之后，还可以@10 个好友进行分享，用户与小凯的同框图片就将霸占好友的空间开机闪屏，激发 10 倍社交扩散，引起更多人参与。

QQ好友定向通知

创意闪屏瞬时开启

王俊凯亲选兰蔻菁纯唇膏  
你也来试试?

王俊凯为我挑的唇膏哦!

LANCÔME

我要试色

QQ空间 进入 >

QQ强社交关系实现1次霸屏  
10倍影响力扩散

## 营销效果与市场反馈

上线三天总曝光：5519 万

H5 互动率高达 45%，远超行业均值