

汤臣倍健



全AIGC极地远征 致敬敢探极境的你我

背景与目标

2025年汤臣倍健携手中国南极科考生命探索(冰下湖)这一国家战略级IP，需要在品牌30周年之际，进行一次有力的品牌发声，强化“科学营养”的专业形象与夯实行业领军者地位，应对激烈的市场挑战。如何讲好这个具有高度战略价值合作的故事？

策略与执行

中国第42次南极科考的核心任务冰下湖生命探索项目，被科学家誉为南极科学的“圣杯”，但冰下湖位于南极腹地，常年极度寒冷、高原低压、暴风阻力，补给有限，科考队员的身体承受着巨大挑战。汤臣倍健为此定制专属科学营养方案，守护中国科考队员们的健康，成为本次南极探索不可或缺的支撑力量。30年来，汤臣倍健同样在生命科学领域不断地探索着属于自己的极境。我们提出“敢探极境”的先锋主张，在南极科考即将启航之际，发布品牌助力影片，致敬中国科考人勇闯未知的精神，传递汤臣倍健探索科学边界的实力，也致敬每一个平凡生活中敢探极境的你我。因科考项目保密性与环境限制无法实拍，我们突破传统，采用“0实拍全AI”创作策略，以技术赋能创意，呈现科考队员的极地远征，带领观众抵达未至之境。执行层面，建立以创意团队与导演主导、AIGC深度共创的AI全流程工作流，共同探索AI真实感影像创作的边界。团队历时3个月生成上万个AI素材，匠心打造出视觉真实、情感震撼的品牌精神史诗，让“科学营养，敢探极境”成为可感知、可共鸣的品牌宣言。

核心亮点

战略高度：品牌与国家IP的深度共鸣
将商业品牌叙事，升维至国家科技探索的宏大叙事。品牌科研精神与南极科考精神高度共鸣，实现了价值共振。
技术突破：全AIGC电影级叙事的标杆实践
实现了AIGC真实感电影级叙事，承载品牌情感与价值观表达，重新定义AI内容的美学标准，为行业提供了可复制的高标准技术创意解决方案，具有灯塔效应意义。
创意哲学：以“去AI感”实现极致人文共鸣
创意核心是坚韧、探索的人文故事。在创作中人为地“去AI感”，让AI技术服务于故事，让观众忘记技术存在，全身心沉浸于品牌所传递的动人的探索信念之中。
行业贡献：打破AI制作“低质”刻板印象
在行业普遍将AI制作“降本增效”、“低质创作”工具的背景下，我们以AI拓展品牌内容维度与表现深度，突破“不可能”、“不敢想”、“做不到”的创意边界。影片被行业权威媒体评价“颠覆了对AI广告的认知”，为推动行业从“工具应用”走向“创意融合”发挥积极意义。

效果与影响力

案例上线后，迅速受到广告创作、影视制作、AI技术、学界、行业媒体和公众的广泛热议和转发、报道，刷新了行业对AI创作影片的认知边界，形成跨圈层自发传播，带来数以亿计的曝光。不仅强化汤臣倍健“科学营养”专业形象，更完成品牌精神在AI时代的焕新表达，助力市场好感度与业绩正向增长。人民网、中新网、凤凰网、南方+、36氪等120+权威媒体报道；中国广告、广告门、数英网、Tapnow、Topdigital、今日广告、营销兵法等行业权威媒体作为AI创意标杆案例进行收录推荐、深度解析和专访；新片场持续近两个月首页推荐，10次霸榜各大精选榜单；受邀在TAPX谷歌、PCEA制作创意联盟等进行案例分享；广告行业泰斗莫康孙先生在《南方周末2025品牌大会》上进行案例分享；被众多自媒体、AIGC创作者进行切片研究与复刻二创；天津美术学院、广州市广告行业协会、广东财经大学人文与传播学院等国内多家高校和行业机构列为研究课题。

敢探极境

汤臣倍健 X 中国南极科考生命探索(冰下湖)



总曝光量 **8760_{w+}** 视频总播放量 **2500_{w+}** 总互动量 **90_{w+}** 微信指数提升 **600%** 权威媒体报道 **120+**

