

兰蔻圈粉少女心，解锁AI美妆新玩法

- ◆ 广告主: 兰蔻
- ◆ 所属行业: 日化彩妆
- ◆ 执行时间: 2018.02.06-02.08
- ◆ 参选类别: 技术类

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。

目标：以创新的形式拉动用户品牌活动参与度。

- 传统的在线试妆体验真实感不强，且经常出现很浮夸的试妆效果。此次兰蔻菁纯唇膏与腾讯优图X-lab展开合作，利用腾讯多年积累的社交数据，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。
- 核心亮点：洞悉当下年轻人渴望便捷试妆的需求，借势新科技及代言人粉丝效应解锁AI美妆新玩法，一键打通在线试妆-下单-分享的转化闭环，圈粉少女心。

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。

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。。

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。

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。

.....

- 总曝光：3天总曝光5519万
- H5互动率高达45%，远超行业均值
- 撬动兰蔻和腾讯后续深度合作爆款常态AI试妆小程序的开发和落地等。