可画 可美 可自由

Canva可画湖南地区高校营销推广方案

CANVA

可画 可美 可自由

CANVA

卷首语

在数字浪潮奔涌的今天
每一次点击都是灵感的迸发
每一份文件都是知识的诗篇

生图泼墨 写作成章
旧稿瞬息焕新妆
“可画”是自由的初响

设计的高墙倾颓
化作年轻思想凝望的翅膀
“可美”是自信的翱翔

被窃取的时间重归自由
每一次点击都是灵感的释放
每一次拖拽定义新的方向

我们以AI为媒，以艺术为桥
共赴一场可画的盛宴
在这里
技术让灵感落地，设计让教育生辉

目录

CONTENTS

01 前期分析

02 营销策略

03 创意呈现

04 媒介排期与预算

05 附录

01

前期分析

环境分析 SWOT分析 竞品分析 消费者分析

环境分析

政治 Political

当前国家大力支持文化创意产业和科技产业的发展，鼓励创新创业，为融合创意设计与先进技术的平台提供了良好的政策环境。

*《中国文化科技融合发展战略研究报告（2022）》

经济 Economic

随着我国经济的持续稳定增长，居民收入水平不断提高，人们对文化创意产品和服务的消费能力逐渐增强。

* 2025年一季度全国及分城乡居民人均可支配收入

社会 Social

高校校园文化氛围浓厚，学生社团活动丰富多彩，学术交流频繁，这些都为设计创意的展示和应用提供了广阔的空间。网民规模和互联网普及率不断上升。

*CNNIC中国互联网络发展状况统计调查

技术 Technological

AI技术的飞速发展同时促进了人工智能软件的发展，为可画提供了强大的技术支持，使其能够不断优化魔力工作室系列功能。

小结

国家政策支持文化创意和科技产业发展，经济稳定增长，居民收入提高，高校师生付费意愿提升，数字化时代视觉传播重要性凸显，人们对个性化表达的追求，以及AI技术进步和互联网基础设施完善，为平台在高校市场的推广和应用提供了良好的环境支持。

CANVA
可画 可美 可自由
CANVA

SWOT分析

S

易学易用 界面直观

设计模板多 节省时间成本

美化图文 增强设计感

无相关基础和技能人群也能快速上手

一站式 AI 创作套件

团队协作功能便捷 支持多人实时在线

W

新功能需要时间了解

精细度、专业性上稍有不足

产品差异化定位不明晰

O

AI 技术持续创新

高校创新创业教育推进及校园文化活动繁荣

线上教育市场发展

教师、学生群体使用相关技术需求增长

为 Canva 拓展优化功能、满足用户创意需求提供契机

T

市场竞争激烈

存在类似设计平台或软件

用户对数据隐私和安全关注度提高

版权问题被重视

小结

Canva可画具有易学易用、功能强大和协作便捷的优势，虽在部分功能掌握和复杂设计精细度上稍有劣势，但AI技术创新、高校教育推进和线上教育发展带来市场机会，同时也面临市场竞争激烈和数据隐私安全威胁。

CANVA 可画 可美 可自由 CANVA

竞品分析

	Deepseek	Kimi	轻竹办公	讯飞智文
功能	智能问答与代码生成	设计工具 提供模板素材 AI生成设计	办公设计 办公模板 AI生成设计	文字处理和文档创作 文本模板 AI 写作助手
主要受众	开发者 企业用户 专业研究者	学生 研究员 教育工作者	职场人士	学生、教育工作者 职场人士 内容创作者
用户体验	界面专业严肃 操作简单 网络不稳定	界面个性化 操作简洁 偶发卡顿	界面传统易上手 操作便捷 稳定性高	界面以文字为主 文字操作便捷 设计功能繁琐
品牌推广	校园合作试点阶段 赛事赞助少	拓展校园合作赞助 创意赛事线上线下结合	长期高校合作 办公培训与竞赛活动	校园合作少 赞助文学赛事 线上活动为主

小结

1. Canva可画提供丰富多样的设计功能和素材，支持多种设计类型，相较于其他平台的不足，更能满足各类用户的设计需求。
2. 在设计领域具有高度专业性，Canva可画能精准实现创意且作品风格独特，更能吸引追求个性化和专业水准的用户。
3. 其他平台无法为用户提供更深入、专业且有针对性的设计学习交流机会。Canva可画的活跃设计社区为用户提供了分享交流、获取灵感的优质平台。

消费者分析

大学新生

设计课程作业封面、社团活动海报等
主要通过社交媒体等获取信息，使用频率高

易用性 丰富性 个性化

本科生

制作课程作业，设计简历
未来就业有焦虑
使用频率高
选择工具看重易用性

多样性
易用性
创新性

研究生

制作科研汇报、学术论文图表等
希望提升科研汇报和论文质量
使用频率高
选择时看中专业性

专业性
高效性
可定制性

青年教师

制作教学课件、学术海报
希望通过优质教学设计提升教学质量
使用频率稳定
选择工具时看重专业性等

高效性
专业性
稳定性

资深教师

设计学术报告
注重学术成果展示与传播
主使用频率低
选择工具看重品质

高端性
专业性
稳定性

小结

高校师生在多元场景下需要一款操作简便、功能丰富、素材充足的设计工具，以高效完成专业且富有创意的设计任务，并倾向于选择口碑好、性价比高、能兼顾学生探索性与教师实用性的产品。

CANVA
可画 可美 可自由
CANVA

02

营销策略

开学？
设计小白很苦恼

老师，
我们有画说

快看！
教师节好美

其实，
改PPT很简单

原来…
做设计很自由

主题推导

可画 可美 可自由

智绘无界，想画可画

"画"

Canva 可画的核心功能，即为用户提供个性化的 AI 绘画创作服务。

情感价值：“画”代表创意的表达和个性的展示，满足用户对美的追求和创作的欲望。

功能关联：以“画”为核心，提供海量模板和素材，无需专业设计技能，轻松创作画作。

推导思路：从可画的“画”功能出发，联想到为用户带来的便捷创作体验。

主题应突出可画在绘画创作方面的优势，为用户提供一站式的绘画解决方案。

"美"

直接体现了 Canva 可画所创作作品的视觉吸引力和艺术性。

情感价值：“美”代表着对优质设计的认可和追求，使用可画可以提升作品的美感和专业度。

功能关联：快速生成高质量、美观的设计作品，满足用户对美的需求。

推导思路：思考可画如何通过各种设计元素和模板，帮助用户打造出美的作品。

强调可画在提升作品美观度方面的独特优势，吸引用户使用可画来实现美的创作。

"自由"

可画的使用体验和创作理念，用户不受专业技能和设计工具的限制，能够随心创作。

情感价值：“自由”意味着创作的灵活性和自主性，能够激发他们的创意灵感和个性表达。

功能关联：界面直观，操作简便，丰富的模板和素材，用户可以自由选择组合，实现创作意图。

推导思路：围绕“自由”这一关键词，分析可画如何为用户提供沉浸式创作环境。

主题应突出可画给予用户的创作自由度，让用户能够无拘无束地发挥创意，享受创作的过程。

CANVA 可画 可美 可自由 CANVA

CANVA

可画 可美 可自由

CANVA

价格策略

高校市场优惠价格策略

校园专属试用版/低价会员

产品策略

以魔力工作室 AI 功能为核心

依设计需求提供个性化方案

优化产品功能，提升用户体验

假日策略

教师节推出节日主题设计模板素材

开展推广活动，吸引师生参与

拓展传播渠道，提升影响力和美誉度

渠道策略

线上线下多渠道推广体系

线上通过多种网络渠道宣传推广

线下开展创意市集等活动

加强互动沟通，提升知名度和美誉度.

情感策略

洞察师生设计情感需求

鼓励分享设计成果与心得

增强情感认同与归属感

给予情感激励与肯定

策略描述

引入期 开学？设计小白很苦恼 step1 线上话题预热

活动时间： 8.15-9.1

活动媒介： 微博 抖音 小红书

活动目的：

引发高校师生对开学季设计需求的共鸣，直击“设计小白”“没有设计感”的核心痛点。

提升对Canva可画的认知度，引导讨论，建立“Canva轻松做设计”的认知。

活动内容

微博话题发起：

#假期倒计时# #设计小白很苦恼#

鼓励学生和教师分享自己对开学季设计任务的担忧和趣事，如“新生入学自我介绍PPT”、“应届生实习简历怎么做”、“教师备课压力”等，引导用户讨论和关注。

抖音挑战赛：

发起 #假期倒计时# 话题挑战赛

鼓励用户拍摄自己准备开学设计任务的搞笑时刻或灵感枯竭场面，并插入Canva可画的模板或素材展示。

引入期 开学？设计小白很苦恼 step2 KOL联动

活动时间： 8.15-9.1

活动媒介： 抖音 b站 小红书

活动目的：

建立真实场景共鸣，破解用户痛点。

KOL演绎将学习工作问题可视化，使目标用户产生强烈代入感。

自然植入Canva解决方案，强化产品“一站式功能”的认知标签。

活动内容

小红书笔记种草：

邀请生活、学习类博主分享“开学季设计必备技巧”“如何快速制作一份惊艳的PPT”等内容，自然植入#听说大学都要做设计#话题，分享经验和心得。

推荐Canva可画作为解决设计难题的神器，引导用户了解更多产品功能。

引入期 老师，我们有画说 痛点引爆，引发共鸣

活动时间： 9.1-9.5

活动媒介： 微博 抖音 小红书

活动目的：

制造社交话题，形成UGC内容池，快速建立“做设计难”的认知。

直击学生与教师“PPT制作困难”与“作品没有设计感”的痛点，引发群体共鸣。

活动内容

微博/抖音/小红书话题：

#老师，我们有画说# #原来做设计这么难#

开学首日发起话题#老师，我们有画说#，鼓励对老师的设计进行吐槽。

可画官方发起#原来做设计这么难#话题，接收鼓励用户投稿，分享使用其它设计软件时遇到的困难、制作出来成品的单调、晒出“丑PPT”实拍图+吐槽。并引出可画制作出的设计稿成品。

可画官方号引导话题分支：

#我见过最丑的PPT# #教科书级PPT长这样#

官方引导话题分支#我见过最丑的PPT#（搞笑向）与#教科书级PPT长这样#（优质案例对比），形成反差讨论，突出“好PPT提升教学体验”的价值观。

CANVA 可画 可美 可自由 CANVA

爆发期 快看，教师节好美！ step1 朋友圈贺卡刷屏计划

活动时间：9.2-9.10

活动媒介：微博 小红书 线下

活动目的：

展示Canva可画AI设计能力，强化用户对魔力工作室“高效个性化设计”的认知。

借势教师节温情节点，以学生-教师情感互动为载体，传递品牌温度。

活动内容

step1 9.5-9.10

持续 (9.5-9.9)

联合教育领域KOL发布《我最想收到的教师节礼物》短视频，植入可画贺卡中“学科专属祝福语”功能。预告“可画AI定制教师节贺卡”，强调“41套模板致敬第41个教师节”，突出“10秒生成专属贺卡”的便捷性。

→ 介绍可画AI快速生成功能

实施 (9.10)

学生通过可画生成贺卡（模板自带品牌小角标），教师收到贺卡后，可一键分享到朋友圈、微信好友群等社交平台，形成二次传播链。

→ 扩大活动影响力

延续

微博/小红书话题#我收到的教师节贺卡 ##我的第一个教师节#

→ 扩大品牌曝光

CANVA 可画 可美 可自由 CANVA

step2 9.8-9.10

教室场景沉浸式惊喜

从微博热帖热评中，选学生积极、参与度高的目标院校，与院校协商合作事宜。
招募学生志愿者提前用教室大屏播放可画制作的动态贺卡（含教师姓名、照片），搭配鲜花、合唱环节，录制温情短视频，发布于学校官微/朋友圈，强化“可画让仪式感更简单”的品牌认知。

step3 9.2-9.10

B端渗透，校园官方联动

向湖南各高校宣传部推送“教师节贺卡模板包”。贺卡带有专业特点的PPT版可画教师节电子贺卡，在官网和校园LED大屏展示，提升品牌在高校的知名度和美誉度。
模板包中包含多种风格的贺卡模板，利用AI生图功能生成，带有各专业的特点，满足不同院校的需求。

CANVA 可画 可美 可自由 CANVA

step4 9.2-9.10

可画×西西弗书店

活动内容

西西弗携手可画 APP 开启文创产品设计征集活动。可画 APP 特上线“西西弗限定素材库”，用户可通过小红书可画官号活动页领取素材，并向可画踊跃投稿。一旦作品被采纳，该用户将获赠当期文创产品礼包以及可画三个月会员体验。

线上

西西弗店内售卖可画文创周边、饮品、甜品等产品。并推出可画专属角，打造“知识+美学”的教师节仪式感，老师可凭借教师资格证或能够证明教师身份的证件，在西西弗线下门店领取教师节贺卡。
线上活动投稿用户凭借参与证明，可在线下门店兑换纸质书签一枚。

线下

CANVA 可画 可美 可自由 CANVA

延续期 其实，改PPT很简单！ 技能赋能，深度绑定

活动时间： 9.10-10.1

活动媒介： 抖音 小红书 B站

活动目的： 以“免费改PPT”为钩子，传递可画的实用技巧，尤其是AI功能的优势，培养用户依赖，提升用户对可画品牌的认可度和忠诚度。

活动内容

公益改造计划

官网征集100份教师PPT，上传即可获得可画平台的7天免费会员体验。
官方选取不同专业的有代表性的PPT，每晚20：00在抖音/小红书/B站/视频号平台使用可画官方账号进行直播，由可画设计师+AI工具进行“改稿对比”。

→ 直观展示可画AI功能的强大

将直播前后对比制作成30秒短视频切片，于次日中午12：00在抖音和视频号平台发布，每日发布2-3条。
视频统一添加活动专属话题#老师PPT改造计划#、#可画AI改PPT#，并通过赠送可画会员的方式鼓励学生、博主及教师群体进行转发分享。

→ 保持话题热度和平台活跃度

延续期 原来…做设计很自由！ 长效激励，习惯养成

活动时间： 9.25-10.15

活动目的： 通过激励机制推动教师从“被动修改”到“主动创作”，形成使用习惯。

活动内容

step1 可画校园文化实验室

与湖南各高校院校共建"可画校园文化实验室"，在可画官网开展上传学校专属设计模板活动。

官网首页介绍活动情况，榜单实时更新各学校上传的数量和排名。

”可画校园文化实验室“共建高校获得完全定制版

活动期间限量开放部分基础模板免费领

上传模板并被采纳者可获得Canva年度会员。

延续期 原来…做设计很自由！ 长效激励，习惯养成

step2 “21天设计感养成计划”

可画举办“21天设计感养成计划”
用户可以免费使用Canva Pro版本参与打卡游戏
通过AI功能美化平台提供的“问题”PPT或设计图
每日任意使用一种AI功能
并进行站外分享即为打卡成功
连续打卡21天视为挑战成功
获得可画高级版会员60天作为奖励

游戏内容

AI写作
输入关于设计的痛点或期望
AI写作功能将这些内容生成为吐槽或创意文案

AI转换互动
用户可以在Canva可画互动专区上传PPT或设计图
选择需要转换的内容形式、尺寸或语言
AI转换功能实时展示转换效果

AI改图
上传图片选择需要修改的内容
如更换背景、调整颜色
AI改图功能实时展示修改效果

AI生成PPT
输入PPT的主题和内容大纲
AI写作功能生成PPT文案
AI生图功能生成配套图片

03

创意呈现

推广活动

物料展示

模板实例

CANVA

可画 可美 可自由

CANVA

热搜示例图

KOL推广示例图

抖音挑战赛示意图

官号营销示意图

西西弗X可画联动文创示例图

SiSYPHE
西西弗书店

Canva可画

西西弗X可画专属角示例图

西西弗限定水杯示例图

西西弗限定文具示例图

西西弗X可画甜品、咖啡示例图

CANVA

可画 可美 可自由

CANVA

高校明信片模板示例图

西西弗X可画线上活动专区示例图

"可画校园文化实验室"上传榜单示例图

"可画校园文化实验"PPT模板示例图

"21天设计养成计划"示例图

CANVA

04

媒介排期与预算

媒介排期

媒介预算

CANVA

可画 可美 可自由

CANVA

阶段		活动	媒介	时间
				8月 9月 10月
引入期	开学？ 设计小白很苦恼	线上话题预热	微博 抖音 小红书	8.15 - 9.1
		KOL联动	bilibili 抖音 小红书	
	老师， 我们有画说	微博话题引爆	微博 抖音 小红书	9.2-9.5
爆发期	快看！ 教师节好美	朋友圈贺卡刷屏计划	微博 小红书	9.8-9.10
		教室场景沉浸式惊喜		9.5 - 9.10
		B端渗透，校园官方联动		9.2 - 9.10
		可画×西西弗 联名活动方案	小红书	9.2 - 9.10
延续期	其实， 改PPT很简单	技能赋能，深度绑定	微信 抖音	9.10 - 10.1
	原来… 做PPT很自由	长效激励，习惯养成		9.25 - 10.15

CANVA

可画 可美 可自由

阶段		内容	费用	总计
引入期	开学？ 设计小白很苦恼	微博话题推广 抖音挑战赛推广 小红书笔记推广 KOL合作	8W 8W 6W 7W	29W
	老师， 我们有画说	微博推广 小红书推广 抖音推广	6W 4W 4W	14W
爆发期	快看！ 教师节好美	KOL合作 微博话题推广费 小红书话题推广 西西弗线下活动 物料制作	8W 5W 5W 8W 10W	36W
延续期	其实， 改PPT很简单	短视频制作费 直播投流 视频推广	8W 5W 5W	18W
	原来… 做PPT很自由	定制模板开发	3W	3W
总计				100W

CANVA

05

附录

调查问卷

风险应对

CANVA

可画 可美 可自由

CANVA

调查问卷

您好，这是一份关于可画的问卷调查，问卷结果仅用于比赛参赛，您的信息会被匿名保护，非常感谢您的填写！

一、基础信息

1. 您的身份是：

□ 高校教师　□ 中小学教师

□ 大学生　□ 研究生

□ 其他_____

2. 您是否使用过设计工具制作内容？

□ 经常使用 □ 偶尔使用 □ 从未用过

二、设计需求与痛点（可多选）

3. 您最常设计的内容类型是：

□ 作业/教案 □ 海报/宣传图

□ 简历/求职材料 □ 社交媒体配图

□ 活动策划书 □ 学术海报/论文图表

□ 其他_____

4. 设计过程中最大的痛点是：

□ 缺乏设计技能 □ 耗时太长

□ 找不到合适模板 □ 协作不方便

□ 版权风险担忧 □ 其他_____

5. 您认为理想的设计工具应具备哪些功能？

□ 海量免费模板 □ 一键生成PPT/海报

□ 多人实时协作 □ AI智能设计建议

□ 素材无版权风险 □ 其他_____

三、对可画（Canva）的认知

6. 您是否使用过可画（Canva）？

□ 是（请跳至第8题） □ 否

7. 若未使用，主要原因是：

□ 不了解功能 □ 习惯用其他工具

□ 担心收费 □ 无需设计 □ 其他_____

四、使用体验与付费意愿（使用过Canva者填写）

8. 您用Canva完成最多的任务是：

□ 课件制作 □ 活动海报 □ 社交媒体配图

□ 简历 □ 视频剪辑 □ 其他_____

9. 您认为Canva最吸引您的优势是：

□ 操作简单 □ 模板丰富 □ 协作功能

□ 免费素材多 □ 多平台同步

10. 是否愿意为高级功能付费（如更多模板/AI设计）？

□ 是 □ 否,请说明原因：_____

五、广告偏好

11. 您更关注哪类广告信息？

□ 免费模板资源 □ 学生/教师专属优惠

□ 操作教程 □ 真实用户案例 □ 限时活动福利

12. 您最可能通过哪种渠道注意到Canva？

□ 社交媒体（抖音/微信/小红书） □ 搜索引擎

□ 朋友推荐 □ 校园推广

□ 在线课程平台（如知网/学堂在线）

六、开放建议

13. 您希望Canva增加哪些针对教师/学生的功能？

_____

14. 您认为Canva在校园推广的最佳方式是？

_____

CANVA

风险应对

技术风险

活动期间可能出现平台服务器不稳定、网络故障、H5页面兼容性问题等，影响用户体验。

解决方式：提前进行压力测试、优化系统、制定网络应急预案、多设备及浏览器兼容性测试等措施来应对。

竞争对手干扰风险

活动期间可能受竞争对手干扰或负面舆论影响。

解决方式：需建立舆情监测机制，及时分析评估并采取澄清声明、加强宣传、优化服务等措施维护品牌声誉和地位。

活动参与度不达预期风险

可能出现宣传推广效果不佳、形式不吸引人、奖品缺乏竞争力等情况。

解决方式：加强前期市场调研和受众分析，优化策划方案，创新形式内容，丰富奖品种类，加大宣传推广力度吸引用户参与。

可画 可美 可自由

CANVA

“以可画之笔绘出可美之作

让自由灵感绽放校园”