

我有

千问



只需

一问

< 千问大模型营销策划案 >

I have a thousand questions, but all I need is to ask
one to find out, because I have the Qwen.

<Contents>

01

洞察与策略

Insights and
Strategies

02

推广与执行

Promotion and
Implementation

03

创意与媒介

Creativity and
Media



阿里云 × 千问大模型



ONE

洞察与策略

Insights and Strategies

I have a thousand questions, but all I need is to ask one to find out, because I have the Qwen.



古人问天何以四季轮转，催生历法

医者问病痛从何而来，完善医术

工匠问器物如何量产，革新工艺

提问，是从古至今驱动行业与时代前进的原生动力
随着科技的发展，人们的疑问被解答的速度越来越快

哪怕AI时代，每个人仍有千个问题需要被解答

企业问：

如何降本增效智能运营？

医生问：

如何提高诊断效率？

教师问：

如何实现个性化教学？

创业者问：

如何快速创新？

社会有千问，行业有千问，时代有千问

AI 时代的千万追问，化作各行各业的现实难题

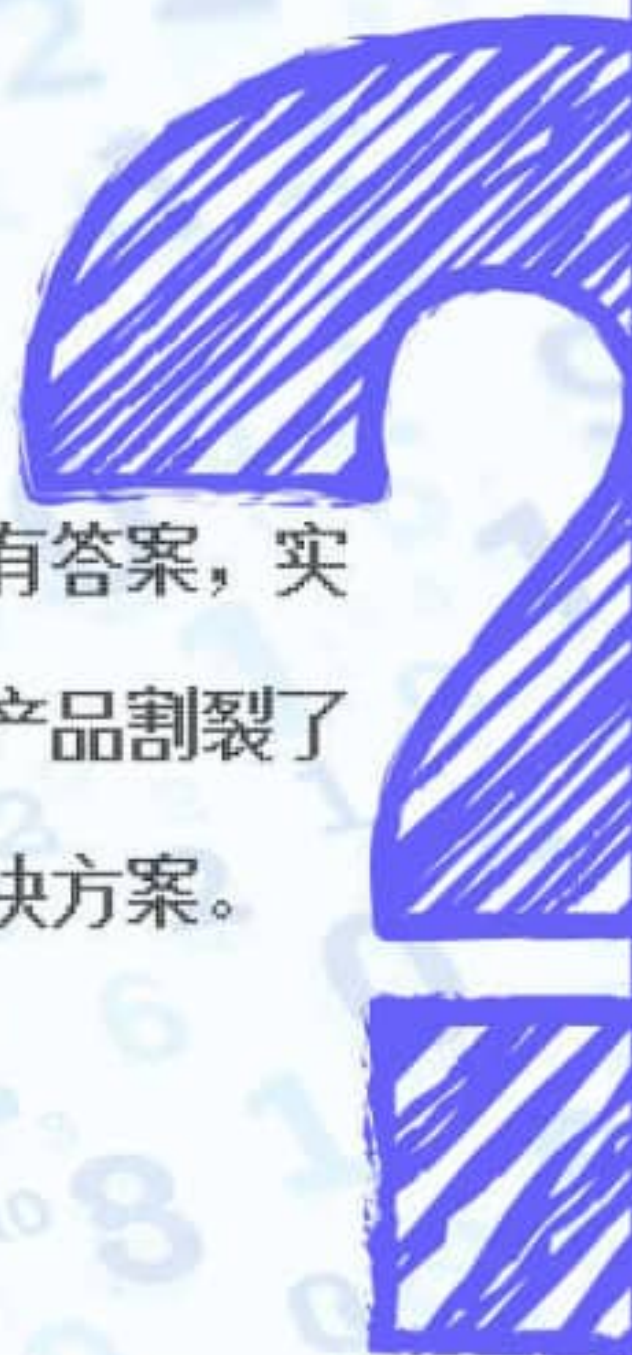
零散提问换来零散方案，碎片化的AI工具只能解决单点小事，行业千万疑问，始终没法一站式落地。



市场涌入海量细分AI应用，看病用一款问诊AI、备课换一款教学AI、算产能再换工业AI，用户在繁多工具间来回切换。



看似处处有答案，实则被细碎产品割裂了完整解决方案。



各行各业，万千痛点，就是「千问」



市面上智能问诊、AI备课、工业测算、电商助手层出不穷，人人随手点开各类AI应用，轻松解决问题。
可人们只看得见前端好用的软件，看不见软件背后的算力、模型、底层系统。

无数AI应用光鲜落地的背后，需要一套统一的AI底层基座，
千问大模型正是AI的底层基座之一

千问让「只需一问」，不再是用户单次提问、换取一段文案的简单求助
而是抛出一项诉求，依托AI系统操作一站式完成，万千难题，一问便可落地解决方案。

千问大模型作为AI时代的操作系统，
连接知识、算力与场景，
让千行百业的创新实现从“千问”走向“一问即达”

市场分析

阿里云 × 千问大模型

数据显示，全球 AI 应用市场在 2025 年迎来爆发式增长。工具类应用成为增长主力军。AI AGENT 从概念走向规模化应用，开源生态在企业端部署加速，医疗、法律等垂直领域 AI 工具成为刚需。AI AGENT 平台、多模型中间件、新兴市场本地化产品等方向具备较高发展潜力。

就业市场

20% ↓

22~25岁软件开发者就业人数，自2024年骤降

高AI暴露岗位中，入门级遭到精准打击。中高级反而增长或持平。同样的模式在客服行业重演。报告显示：企业调研显示高管计划裁员力度将超过当前，冲击才刚开始。

软件开发者就业指数（按年龄，2021=100）



医疗

83% ↓

AI临床记录工具减少医生写病历时间

在多家医院系统推广后，医生写病历时间减少达83%，显著降低职业倦怠感。同一逻辑正在向法律、财务等专业领域渗透。

AI普及

80%

美国高中/大学生使用AI辅助学习的比例

但只有50%的中高学校制定了AI政策，仅8%的教师认为相关政策足够清晰。教育体系远未追上现实。

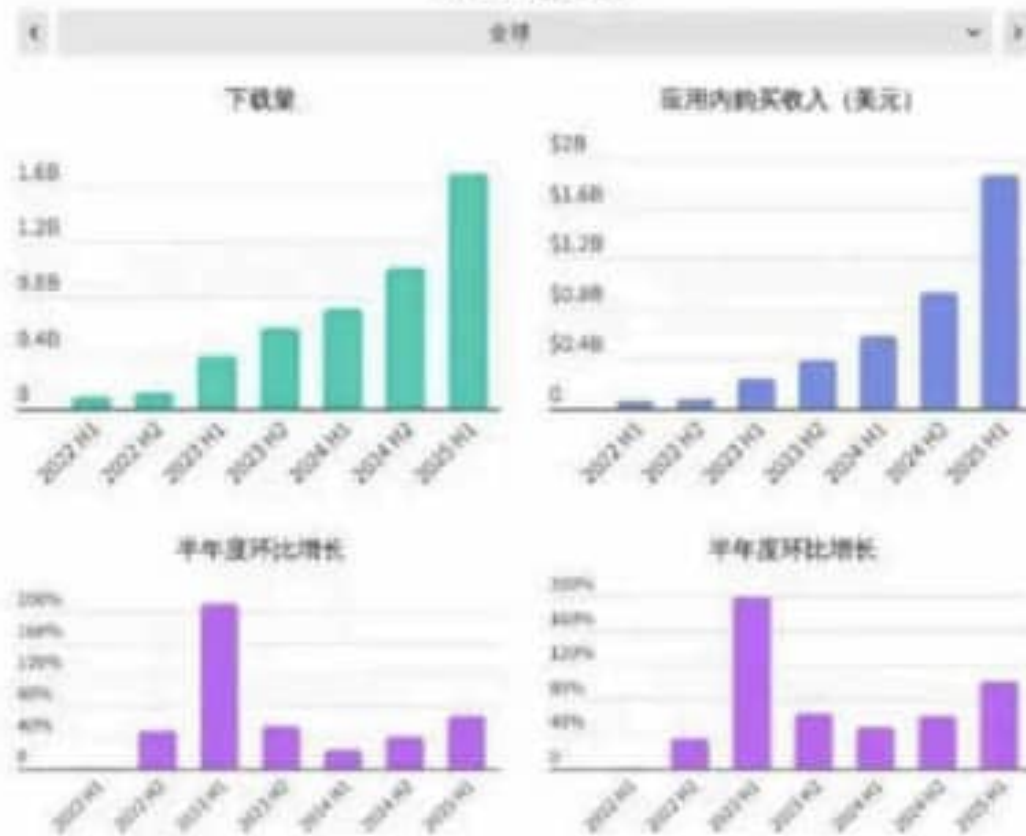
生成式AI： 2025年持续强劲增长

自 ChatGPT 发布两年多以来，人们对 AI 的热情持续高涨，移动端 AI 的需求增速也日益迅猛。2025 年上半年，全球生成式 AI 应用（涵盖 AI 助手和 AI 内容生成器）的下载量接近 17 亿次，应用内购买 (IAP) 收入高达近 19 亿美元。

更值得注意的是，下载量和 IAP 收入的半年度环比增长率 (YoY) 仍在持续提升。2025 年上半年，下载量环比增长 47%，创下自 2023 年上半年以来的最快增速。IAP 收入也呈现出类似的强劲态势，消费者在 2025 年上半年的支出，相较于 2024 年下半年实现了翻倍增长。

来源：Sensor Tower
注：数据来源于 Sensor Tower 的 Google Play 平台，及中国应用商店应用内收入。收入为美元，以美元为单位进行统计。数据仅供参考，不作为任何投资建议。
Sensor Tower 应用内收入数据

生成式 AI 应用年度下载量与应用内购买 (IAP) 收入趋势 iOS 与 Google Play



庞大的市场体量背后，是用户需求从“尝鲜体验”到“实用依赖”的根本性转变。

竞品分析

	百度大模型	豆包大模型	DeepSeek大模型	讯飞星火大模型
定位	知识权威+政企合规，主打政务、教育、搜索知识赋能	C端全民化AI助手，聚焦生活化、娱乐化、日常全模态交互	专业技术向模型，深耕代码、数学推理、学术长文本处理	语音交互领先，立足教育、办公、智能硬件垂直语音场景
核心能力	知识检索、政务合规、教育答疑、内容审核、专业科普	图文视频多模态、日常聊天、生活服务、轻量化内容创作	数学推理、代码生成、学术论文撰写、专业技术解答	实时语音交互、课堂辅导、办公语音转写、智能硬件适配
生态资源	百度搜索、文库、地图、政务合作、全国教育资源	抖音、今日头条、剪映等字节全系产品，C端流量生态庞大	全球开源社区、学术科研合作、开发者技术社群	教育机构、智能硬件厂商、办公软件、政务语音项目合作
用户群体侧重	政务人员、学生、知识需求用户、专业科普人群	全年龄段普通用户、内容创作者、日常休闲用户	开发者、理工科学生、科研人员、技术从业者	学生、办公人群、智能硬件用户、教育从业者
核心短板	复杂推理效率一般，企业商用成本偏高	专业商务推理薄弱，企业级服务能力不足	多模态能力缺失，商业场景适配为零	长文本处理薄弱，复杂商业逻辑推理不足



四层洞察

阿里云 × 千问大模型

行业洞察

中小企业有智能化转型诉求，但自研大模型成本高昂、技术门槛极高，无力自建 AI 底座，行业迫切需要成熟国产大模型基座实现 AI 创新落地。

社会洞察

全民 AI 认知断层
用户享受 AI 带来的便捷，却不知所有智能能力依托底层系统驱动，认知空白 = 千问核心品牌破局机会。

用户分层洞察

B 端行业从业者：想落地 AI 赋能业务，但缺技术、缺模型，不敢轻易投入大额研发，有转型需求无落地路径。
开发者群体：自研底层模型算力、时间成本巨大，渴求开源兼容、商用低成本的 AI 操作系统。
C 端普通消费者：日常使用 AI 工具，好奇原理，但不了解产品底层驱动逻辑。

竞品洞察

竞品主要分化为两类：一类深耕 C 端聊天助手，主打生活化问答；一类聚焦单一垂直领域（语音 / 搜索），缺少全行业通用 AI 操作系统心智。
千问依托阿里全生态，是国内少有的可覆盖全产业链的通用大模型，具备打造国产 AI 操作系统标杆的先天优势。

Four-Tiered Insights

核心策略

传播策略

阶段	时代存千问	千行百业问	一问促落地
时间	8.15-8.31	9.1-9.14	9.15-10.30
目标	制造声量 引发共鸣 预埋底层悬念	场景实测 认知颠覆 确立操作系统心智	产品渗透 生态落地 沉淀基建认知
内容	全民发问《2026 千问图鉴》 AI 翻车大赏 倒计时海报	AI拆解发布会 48 小时黑客松挑战赛 千问SHOPPING线下店	行业实地纪实短片 全民「AI 翻车终结者」话题

品牌价值

看见各行各业万千疑问，通过 千问大模型，实现一问落地全链路工作

品牌SLOGAN

我有千问，只需一问——千问大模型，助力千行百业实现AI创新



阿里云 × 千问大模型



TWO

推广与执行

Promotion and Implementation

I have a thousand questions, but all I need is to ask one to find out, because I have the Qwen.



预热期 时代存千问·全民发问 (8.15-8.31)

阿里云 × 千问大模型

核心目的：抛出全行业现实难题，发布《2026 千问图鉴》，引发全社会对痛点的共鸣，铺垫话题



活动内容

面向大学生、职场新人、内容创作者群体发起“难题投稿”活动，邀请大家在网页中提交最头疼的一件事，比如“论文怎么开头”“汇报PPT怎么写”“短视频标题怎么起”“周末怎么安排更有意思”。

品牌将这些问题整理成“千问难题榜”，并由官方账号统一用千问的答案进行回应，部分高频问题还可以制作成系列“问题解决卡”，在社交平台持续发布，形成持续预热。

活动目的

把用户日常中的真实痛点转化为传播素材，让千问大模型通过替用户解题的方式建立实用感和陪伴感，增强用户对品牌的信任。

活动媒介

微博、小红书、微信、线下屏幕

预热期 时代存千问·AI 翻车大赏 (8.15-8.31)

阿里云 × 千问大模型

全网首届—AI 翻车大赏

活动内容

用户带话题 #AI 翻车大赏 发抖音/小红书/微博，附截图/视频投稿，晒出被 AI 坑过的最离谱经历。官方每日翻牌送周边。

官方带头 "自黑",放出 5 条千问早期版本的翻车视频（例："千问曾经也把猫画成狗"）；邀请 10 位吐槽的博主（PAPI 酱、毒舌电影、手工耿等）带头晒自己的 AI 翻车经历；官汇总最离谱的投稿，做成搞笑表情包和短视频，全网分发。

线下在北上广深杭的地铁、商圈投放 "AI 翻车名场面" 海报，例："AI 写的方案，让我被老板骂了 3 小时"，扫码即可参与投稿。

活动目的

全民零门槛参与吐槽，用户自发玩梗；话题#AI 翻车大赏 直接触达B端从业者。从"AI 不好用"到"为什么不好用"，再到"有一个能解决所有问题的大模型"，层层递进。全程以 "吐槽"" 共鸣 " 为主，做情绪铺垫和悬念制造，用户接受度极高





预热期 时代存千问·倒计时海报 (8.26-8.31)

阿里云 × 千问大模型

"倒计时线索"海报预热

从 8.10 开始，官方每日发布一张倒计时海报，每张海报藏一个关于 "大模型系统" 的线索，引发用户兴趣

- 8.26 (倒计时 6 天): "手机离不开安卓, 电脑离不开 WINDOWS, AI 离不开____?"
- 8.27 (倒计时 5 天): "100 款 AI 应用, 背后可能只有 1 个____?"
- 8.28 (倒计时 4 天): "解决 1000 个问题, 最好的方法是解决____个问题?"
- 8.31 (倒计时 1 天): "明天, 我们将发布 AI 时代的 WINDOWS。"



爆发期 千行百业问·千问解惑 (9.1)

阿里云 × 千问大模型

核心目的：揭晓前期预热答案，落地两大事件营销，证明千问是AI创新的操作系统，是全球领先的大模型系列

《AI底层真相》拆解发布会(9.1晚8点)

不是传统的产品宣讲，而是分析对比产品

活动内容

拆解10款AI：公开技术架构图，分析其底层模型存在的缺陷

对比实验：用同一个问题测试10款AI 和千问操作系统，展示千问在复杂推理、多任务协同、数据互通上的优势

发布千问生态计划：宣布未来3年投入，扶持开发者团队基于千问操作系统开发行业 AI 应用，让所有行业都能用上低成本的人工智能工具



发布会全程同步直播，邀请央视财经、36氪、虎嗅等主流媒体现场报道，同时在知乎开设专题讨论，邀请行业专家解读“AI 操作系统对产业的影响”。

爆发期 千行百业问 · AI黑客松 (9.7-9.9)

阿里云 × 千问大模型



《千行百业一问实现》 48 小时黑客松挑战赛

规则：

7 个细分行业参赛选手无研发团队、无自有算力，仅依靠千问 AI 操作系统，48 小时从零开发落地一款行业实用 AI 小工具。

2天开发+1天评审

沙龙配套：

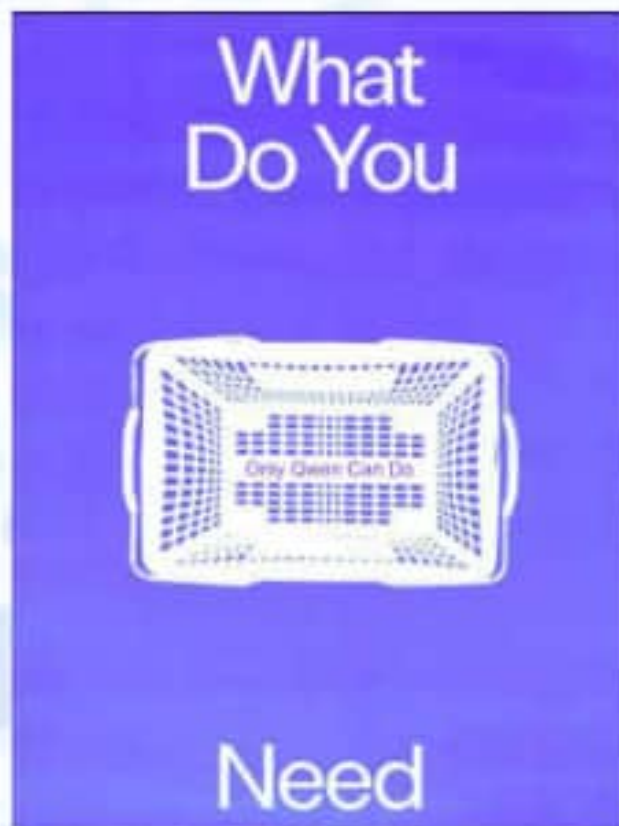
同步落地圆桌沙龙辩论《行业 AI 的核心是前端应用还是底层操作系统？》，行业专家、技术大牛现场拆解底座价值，知乎同步开设专栏科普。



爆发期 千行百业问·有问必答 (9.1-9.14)

阿里云 × 千问大模型

千问SHOPPING



活动内容

举办线下互动快闪活动，开设千问SHOPPING摊位。周边摆放小型货架，货架上放着已与千问达成合作的企业LOGO与千问自身接入的阿里云AGENT图标亚克力冰箱贴。每位入场用户可以领取一个小型购物篮，从上面拿取自己需要的、会用到的产品类型。冰箱贴用户可带走。同时设置沉思区，用户可以自行绘画更多需要的APP/企业LOGO，并将其制作为冰箱贴留存在该区域。

活动目的

营销产品新功能，让用户对于千问的理解扩大到万能AI助手。

促进企业参与千问SKILL服务，扩大影响力。

延续期 一问促落地·百业革新 (9.15-10.15)

阿里云 × 千问大模型

核心目的：纪实落地成果，长线渗透品牌基建心智，两大长线运营活动

《一问改变 30 个行业》系列纪实连载

《一问改变 30 个行业》

基础教育篇

活动内容

连续 30 天每日更新 1 支行业实地纪实短片，
DAY1 基础教育、DAY2 临床医学、DAY3 智能制造……覆盖 30 个主流行业，实拍企业依托千问底座搭建自有 AI 系统、实现降本增效全过程。

线上配套千问 APP 上线专属 H5「百业千问成长馆」，汇总全行业落地案例，用户可查看各行业转型前后数据对比。



延续期 一问促落地 · 全民共创 (9.15-10.30)

阿里云 × 千问大模型

「AI 翻车终结者」话题



活动内容

带话题 #我用千问终结了 AI 翻车 发布视频 / 图文，晒出自己用千问解决 AI 翻车问题的全过程。官方每日翻牌优质 UGC，投流推上热门，还将邀请爆发期的 30 位挑战者担任“评委”，分享自己的破局经验，并联合抖音、小红书发起“翻车 VS 破局”合拍挑战，用户可以合拍官方的翻车视频，展示自己的破局成果。

让普通用户从“看别人解决问题”变成“自己解决问题”，产生海量 UGC 内容

后续承接

基于用户投稿的高频痛点，官方搭建千问百宝箱—行业工具库，生成行业 AI 工具模板，免费开放给所有用户使用。用户可以直接套用模板，一键生成自己的专属 AI 工具，无需任何技术基础。并设立“工具共创区”，用户可以上传自己用千问生成的工具模板，被官方采纳的将获得现金奖励和署名权。

奖励机制

每周评选 10 个“最佳破局案例”，奖励千问企业版 1 年使用权 + 1000 元现金

每月评选 1 个“年度破局王”，奖励 1 万元现金 + 千问生态创业扶持资格



阿里云 × 千问大模型



THREE

创意与媒介

Creativity and Media

I have a thousand questions, but all I need is to ask one to find out, because I have the Qwen.



创意展示

阿里云 × 千问大模型



创意展示

阿里云 × 千问大模型



媒介排期

阿里云 × 千问大模型

Text.exe					
File Edit View Help					
Back	活动阶段	活动内容	媒介	8月	9月
2026					
10月					
	时代存千问	《2026千问图鉴》	  	8.15-8.31	
		AI翻车大赏			
		倒计时海报		8.26-8.31	
		AI拆解发布会	 		9.1
	千行百业问	48小时黑客松挑战赛	 		9.7-9.9
		千问SHOPPING线下店			9.1-9.14
	一问促落地	行业实地纪实短片	  		9.15-10.15
		「AI翻车终结者」话题	 		9.15-10.30
System message.exe				8 bytes	Note Pad

整体预算

阿里云 × 千问大模型

Text.exe

FileEditViewHelp

Back

Share

时代存千问	《2026千问图鉴》	海报制作费	5w	40w
	AI翻车大赏	H5界面制作费	15w	
	倒计时海报	话题推广费	20w	
千行百业问	AI拆解发布会	嘉宾/人员费用	80w	305w
		场地费	100w	
	48小时黑客松挑战赛	场地费	50w	
	千问SHOPPING线下店	物料与设计制作	30w	
		运营维护	20w	
		活动推广费	25w	
一问促落地	行业实地纪实短片	纪录片拍摄	82w	125w
		H5界面制作费	15w	
	「AI翻车终结者」话题	网页制作费	18w	
		运营维护	10w	

System message.exe

总计：470W

QWEN



感谢观看

< 千问大模型营销策划案 >

I have a thousand questions, but all I need is to ask
one to find out, because I have the Qwen.