

#让AI有温度，让内容有性格# 一汽丰田bZ3数字人天团 AIGC众测创新营销

- **品牌名称：**一汽丰田
- **所属行业：**汽车及交通运输类
- **执行时间：**2023.04.26-05.30
- **参选类别：**元宇宙营销类

结案视频

直接点击链接观看视频，或复制链接到新浏览器页面查看

https://v.youku.com/v_show/id_XNjM2MzcxNzMyMA==.html?spm=a2hcb.playlist.page.1&playMode=pugv

项目事件

2023年上海车展期间，丰田电动战略，全球首款纯电轿车中国区一汽丰田bZ3正式上市

产品USP

长续航、3300W外供电、27分钟快充、智能化交互

目标人群

中国主流新能源目标用户/追求高性价比、高品质新能源汽车潜在购买者

传播目标：借势2023年上海车展，运用创新有效的内容沟通模式，占领消费者对一汽丰田bZ3产品USP和品牌定位认知，快速培养用户心智



bZ3

一汽丰田bZ3上市核心目标：打造爆款车效应，进入新能源人群主流视野，有效形成用户种草

打造爆款车效应：达到亿级曝光影响力，实现百万级阅读体量，百度指数追平标杆产品

提升关注局面

内容种草能力

市场影响力评判

亿+曝光

千万+阅读

指数+100%

打造超级爆款车效应

- 2022年车市表现-增速放缓，合资市场被挤压严重，对于老牌合资车企一汽丰田，车市格局并不友好；
- 新能源市场虽然增速明显，但丰田汽车的纯电战略起步较晚（22年末），对此次一汽丰田纯电轿车bZ3上市考验重重

一汽丰田bZ3上市面临情况：市场格局不利 | 品类竞争激烈 | 用户关注不足

22年合资汽车厂商销量同比

-12.2%
销量817万辆

22年中国车市新能源销量同比

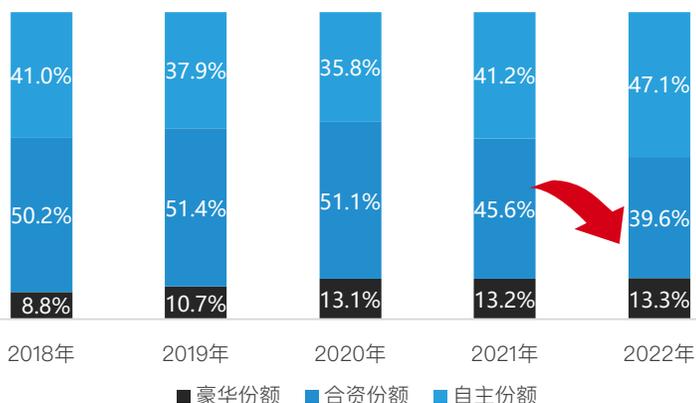
+90%
销量566万辆

bZ3百度指数（项目前）

4508
竞品日均6376

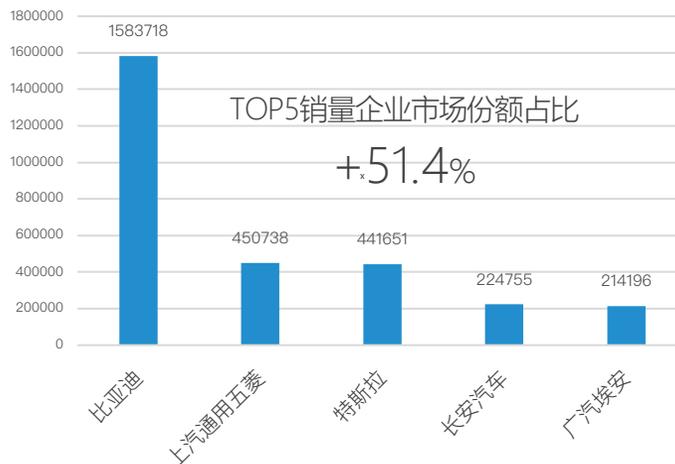
新能源市场强势崛起导致合资市场份额被抢占

2022年份额变化，自主上涨5.9%，合资-6.0%



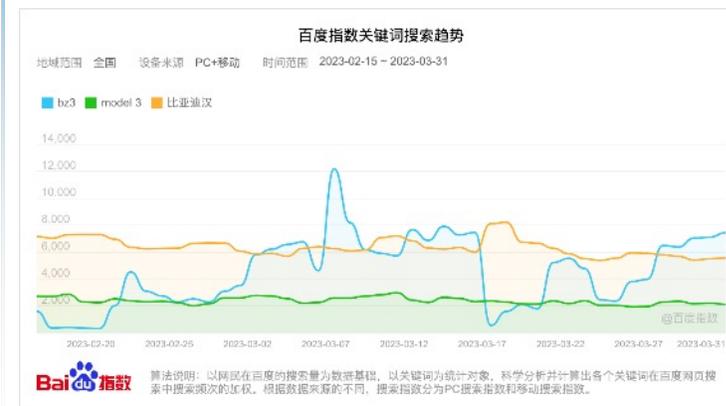
2022中国新能源市场销量TOP5汽车厂商

一汽丰田排名43位，新能源市场份额仅占0.12%



bZ3亮相以来百度指数波动较大，关注不及竞品

bZ3与市场主流竞品百度搜索指数均值有一定差距

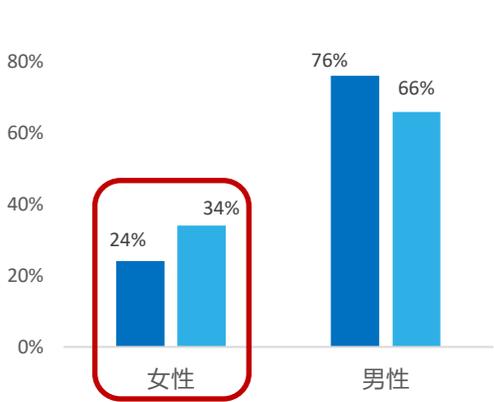


人群背景：一汽丰田bZ3用户特征与新能源目标用户差距较大，要全面拓新

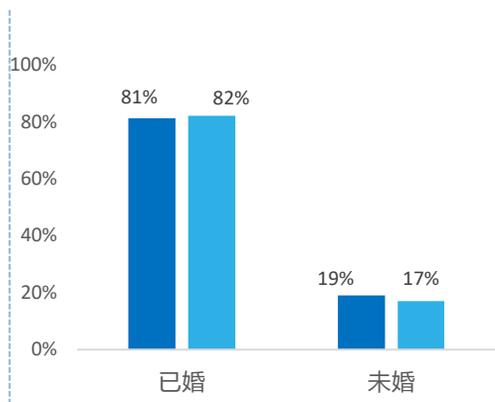
bZ3搜索人群-偏传统油车特性，成熟家庭有车人群明显

新能源关注人群-年轻新生态家庭，首购需求为主，女性人群增长

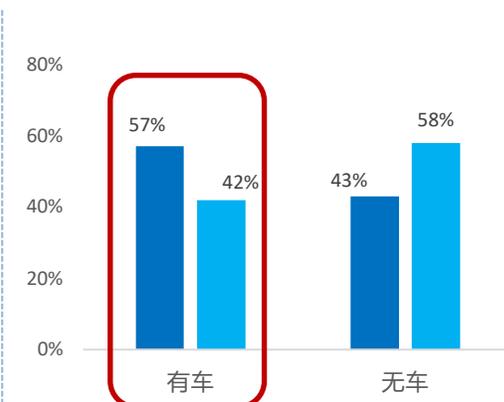
性别分布



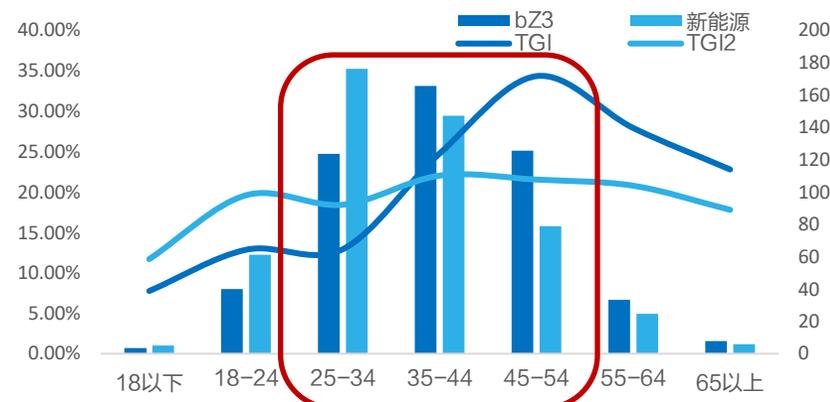
婚姻状态



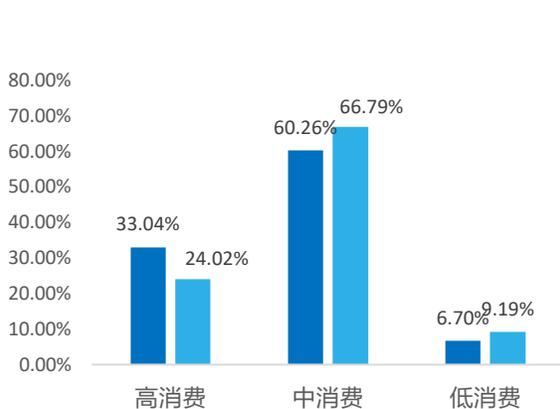
拥车情况



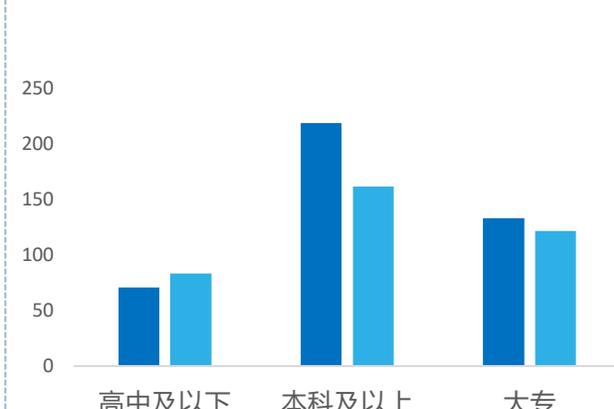
年龄分布



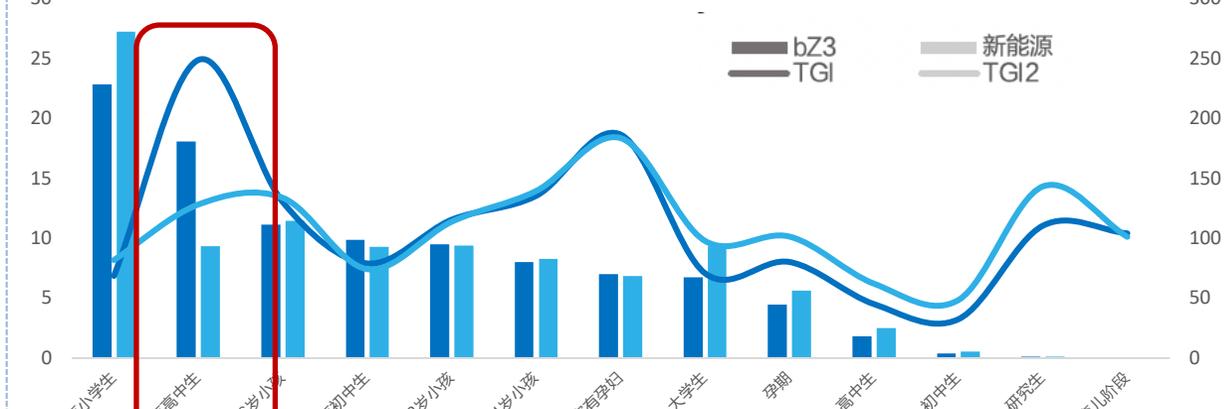
消费能力分布



教育背景分布



人生阶段分布



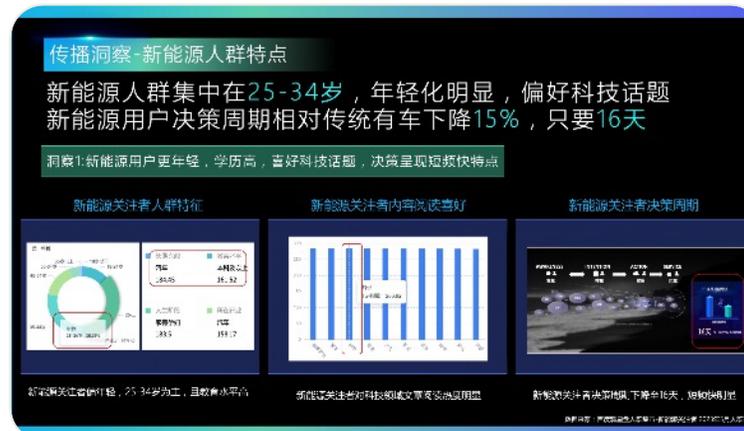
AIGC创意切入过程：车展上市挑战复盘+新能源人群数据洞察，生成AIGC合作创意思考

车展上市挑战-产出-AIGC解决方案



- 厂商竞争激烈
新能源车型扎堆上市
抢占用户关注困难
- 内容资源紧张
媒体人力记者编辑有限
内容报道模版化同质化
- 新车信息较少
一汽丰田bZ3全新上市
相关内容少用户认知不足

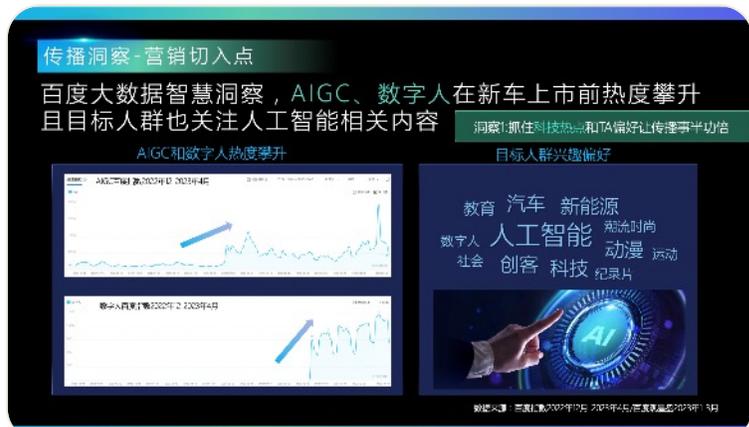
拥抱新能源用户兴趣点-数字内容生产角度



- 新能源人群洞察
 - 1、年轻新生态家庭
 - 2、科技兴趣爱好TGI高
 - 3、决策效率高，只要16天
 与一汽丰田传统人群差异较大

AIGC创意切入过程

- 独家能力
解决内容生产紧张问题
百度独家语言模型应用
- 人群偏好
新能源人群对人工智能
搜索热度极高



内容创造角度确定

- 购车因素
续航、充电、安全因素明显
- 内容形式
偏好图文，视频热度高



AIGC共创创意：调取百度核心AIGC能力，联动数字人打造行业首创数字人众测体系

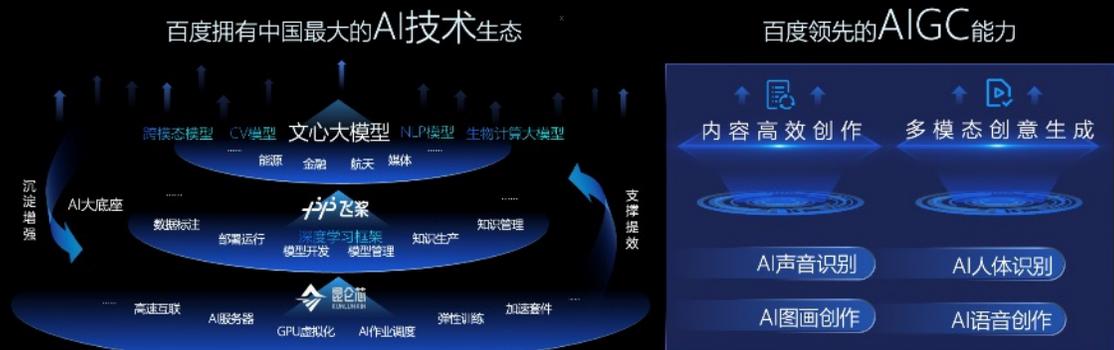
AIGC创新生产方式

调用百度语言模型多模生成技术

创新生产方式

百度拥有领先的AIGC技术，颠覆全新创作模式

通过AIGC生产内容，提升内容生产的丰富性与效率性



数字内容生产，视频语音创作

赋予AIGC创作生产者

百度5大性格养成数字人联动

创新生产者

百度5大养成性数字人具有五种性格定位，全网影响力800万+

区别于真人KOL，数字人长期养成性拥有个性化的关注受众，贴合新能源沟通点，完成不同角度内容生产

| | | | | |
|--|---|--|---|--|
|  <p>夏南屿 新生代虚拟艺人</p> <p>70万+ 全网粉丝量</p> <p>不同性格 匹配不同 目标人群</p> <p>风尚icon、偶像艺人 辐射个性自由年轻人群</p> |  <p>度晓晓 青春元气少女</p> <p>270万 全网粉丝量</p> <p>元气感、擅长交互 辐射数字交互与二次元爱好者</p> |  <p>林开开 Z世代阳光少年</p> <p>96万 全网粉丝量</p> <p>热情正直的意见领袖 辐射认真向上的积极人群</p> |  <p>叶悠悠 大女主甜酷女孩</p> <p>114万 全网粉丝量</p> <p>独立有主见的时尚博主 辐射崇尚品质生活人群</p> |  <p>希加加 新生代数字偶像</p> <p>206万 全网粉丝量</p> <p>前沿数字科技、时代尖端偶像 辐射热爱最新数字科技人群</p> |
|--|---|--|---|--|

5大数字人5种性格5种内容角度

AI内容生产

百度数字人+ AIGC创新生产bZ3内容

AI数据洞察

AI智能分发

精准捕捉品牌TA
搜+推智能分发

夏南屿

行业首个数字人+真人对话智评:
南屿x真人虚实跨界共建沉浸式解读

数字人x真人互动

造型性能解读

试驾体验

购车评测建议

林开开

双车对比凸显时尚潮流感
AIGC征文+官微联动
围绕4个卖点全面解读

硬核海报+搭载热门话题
更真实造势bZ3新车卖点



直播

长视频

叶悠悠

双车对比家庭用车测评
AIGC征文+官微联动
围绕4个卖点全面解读

专题

话题

行业首次5大数字人矩阵联动, 量车定制内容

度晓晓

活泼性格露营场景单车解读
AIGC征文+官微联动
围绕4个卖点全面解读

图文

希加加

希加加全息影柜
车展现场全程交互指引

小视频



*点击可播放





执行1: 全行业首创数字人+真人虚实深度智评视频

执行过程/媒体表现

全行业首创数字人+真人虚实深度智评视频, 联动话题专题运作, 形成爆款事件

一汽丰田bZ3数字人+真人同场深测视频联动话题创造2000万+阅读

#跟随夏南屿解锁bZ3多样魅力#

数字人夏南屿x真人同框解读、试驾bZ3, 沟通产品卖点



2000万+

话题阅读量

126%

曝光达成率



数字人+真人KOL同场互动



真实试驾体验



数字人性能解读



bZ3购车价值演绎



运用5大数字人养成的性格特征，定制5种内容形态辐射数字人粉丝受众，阅读体验更强
 不同身份特征的数字人生产多元内容形态，促使**内容性格化**

新生代艺人·夏南屿

交互体验官·度晓晓

数字偶像·希加加

真诚博主·林开开

时尚达人·叶悠悠

调性共情

科技分析

战略解读

对比评测

对比导购



追求科技体验与个性自由
 新生代年轻人群

崇尚黑科技偏爱新技术
 追新人群

倡扬环保与未来出行
 新能源偏好人群

频繁比价期望高配低价
 的务实购车人群

具备家庭出行理念
 追求品质生活的家庭购车人群

203%
 阅读完成率

流量曝光创意：充分运用**百度双擎流量生态**，并且**co-branding**与**车展活动联合曝光**模式

O2O全触点：线上百度双擎生态推升关注热度，线下co-branding联合展示回流搜索提升指数



反复影响新能源意向用户与一汽丰田bZ3的心智关联，通过有驾专业活动运营回收有效线索



项目效果1: 合作KPI达成情况

营销效果与市场反馈

- 一汽丰田bZ3上市整体项目合作远超客户预期，8大项目单元均超客户KPI一倍以上
- 客户表示相当满意并感谢百度提供的创新技术及额外资源运营支持

目标一：亿级曝光体量

项目总曝光

6.8亿

内容文章总曝光

1.4亿

目标二：百万级阅读量

全形态内容产出

179篇

内容总阅读

2565万

额外目标：线索收集质量

线索收集量

7606条

线索有效率高达

56%

目标三：百度指数追平核心标杆竞品

bZ3百度关键词搜索指数**远超**行业标杆竞品，爆款影响达成

