好奇飞梭——AIGC超级内容工厂

- **品牌名称：**沃尔沃汽车
- **所属行业：**汽车
- **执行时间：**2025.01.01-02.05
- **参选类别：**AI营销类

营销背景

春节营销历来都是品牌传播的热门阵地，对于汽车品牌来说，这一传统节日不仅是展示品牌文化、强化情感联结的绝佳契机，更是通过创新策略抢占市场关注的竞技场。

2025年的蛇年春节尤为特殊，由于农历春节提前至1月28日，从营销角度而言，蛇年春节不算个好节点。**沃尔沃汽车**既要应对元旦营销活动的余波，又面临即将开启的春节期间强曝光造声量的需求。由于春节期间视频物料需求密集，如何能在短时间迅速批量产出视频成了困扰沃尔沃汽车的问题。

营销背景

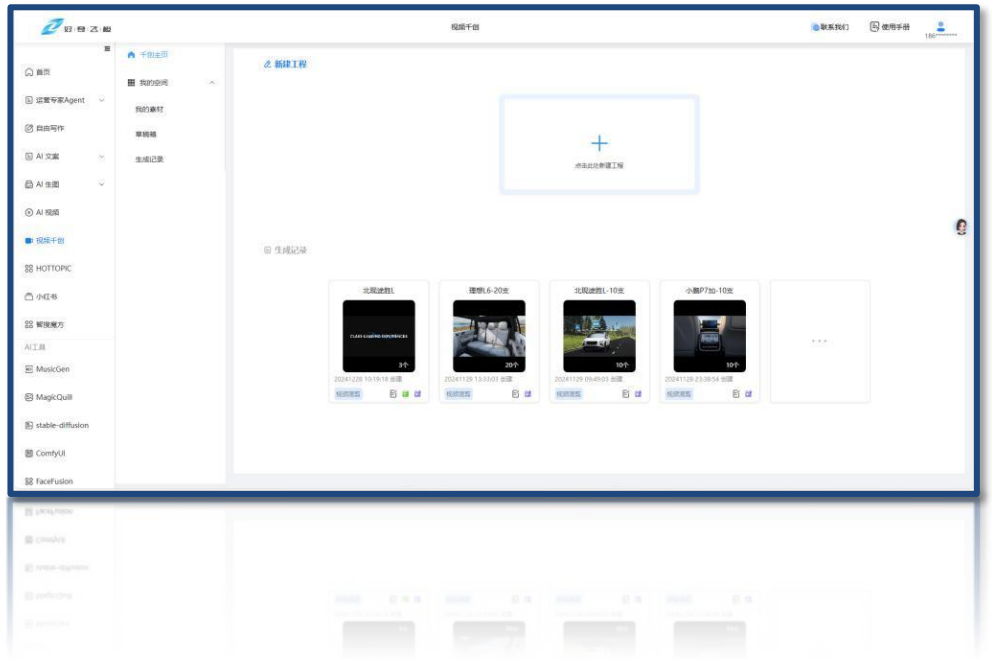
- 在近年AI浪潮下，“AI+营销”的概念也变得炙手可热，越来越受到公司战略级别的重视，许多企业开始探索和实施AI技术，以提升市场竞争力。

- 作为一家国有相对控股的公司，浙文互联也早早布局“AI+营销”，相继推出了多款AI agent产品。包括品牌营销类AIGC工具——好奇飞梭、效果营销类AIGC工具——派智、内容营销类AIGC工具——数字战士等，这些产品赋能智慧内容生产与业务效率全面提升，在商业化应用中发挥了关键作用。

营销背景

- 在好奇飞梭智能体合集型应用中，视频混剪产品**“视频千创”**已率先在AI营销领域开启了商业化应用推广，累计制作视频**2000+**条，满足营销传播中客户日益增长的视频营销传播需求。

- **“视频千创”**不只是产出效率高，更打破视频制作的工种技术壁垒，让人无需掌握复杂的视频剪辑专业技能，只需输入一句话工作指令，便可轻松实现视频生产。



预期目标

分析客户需求

考虑春节的营销节点，需要突出家庭、安全出行，因为春节期间很多人会自驾回家，安全尤为重要。沃尔沃的安全特性可以很好地结合这一点。

达成客户需求

通过好奇飞梭的“视频千创”产品大量产出汽车驾驶安全相关的短视频，并在其中巧妙植入沃尔沃汽车的安全性设计和功能，并通过抖音、视频号、汽车垂类门户及其他资讯类网站多平台全网覆盖发布，助力品牌快速抢占声量先机。

整体目标

品牌价值强化

「安全科技代名词」的终极心智标签，构建「技术普惠化」的品牌叙事逻辑

商业价值转化

构建「高净值用户引力场」，实现从流量筛选到价值转化的链式反应

策略

1 全球汽车市场呈现结构性增长，中国主导地位强化，智能化与安全需求重塑行业格局。

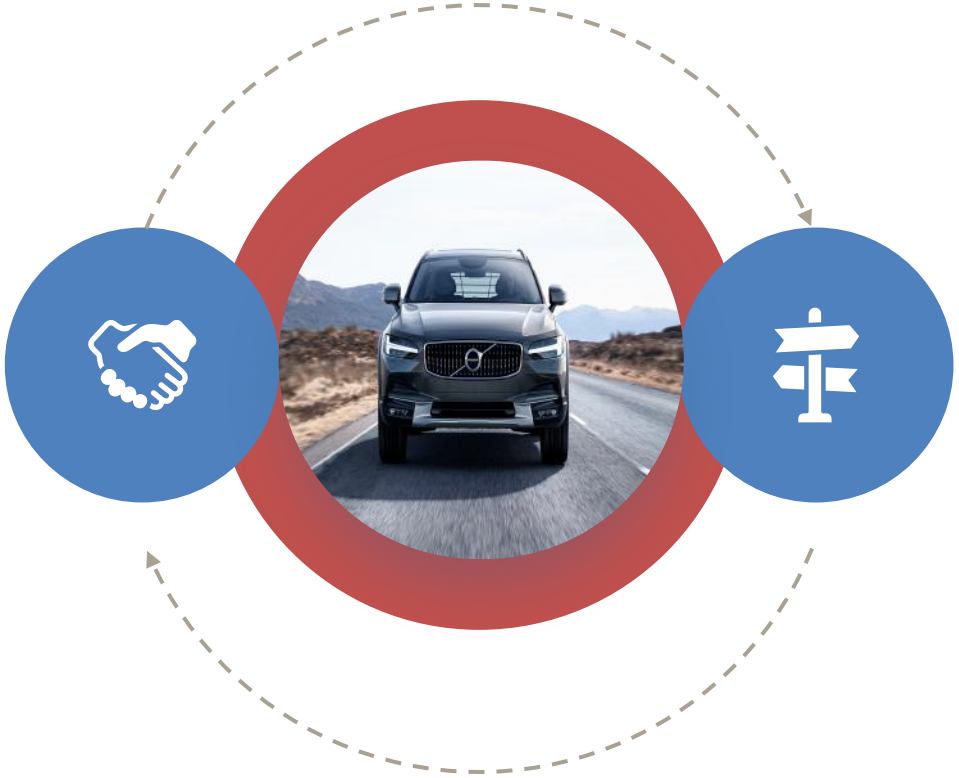
2 沃尔沃汽车通过AIGC工具好奇飞梭的“视频千创”产品，快速生成短视频、互动广告及社交媒体内容，结合春节主题（如家庭团聚、安全出行、环保理念），批量产出符合不同平台调性的创意视频。

3 全渠道分发与精准用户触达，在春节期间各大汽车品牌营销激烈竞争下快速抢占市场，吸引精准用户和潜在消费者，实现品牌和销量的双重提升。

创意亮点

高效内容生成与个性化定制

“视频千创”产品可以沃尔沃汽车提供的一段原始视频为基础素材，通过AI技术自动识别，结合特定的传播需求及指令，批量产出符合不同平台调性的创意视频。视频生成迅速，大大减少人工成本。



多平台协同与社交裂变

将“视频千创”产出的视频，通过抖音、视频号、汽车垂类门户及其他资讯类网站多平台全网覆盖发布，触及平时不关注汽车内容的潜在消费者。

策略与创意执行

1 海量优质视频产出

围绕“老司机都怕的鬼探头”主题，结合沃尔沃汽车的安全特性，“视频千创”产品共产出了**2160条**视频。这些视频从不同角度对沃尔沃汽车在驾驶过程中的安全体验上进行了全方位展示，为潜在消费者提供了丰富的信息。

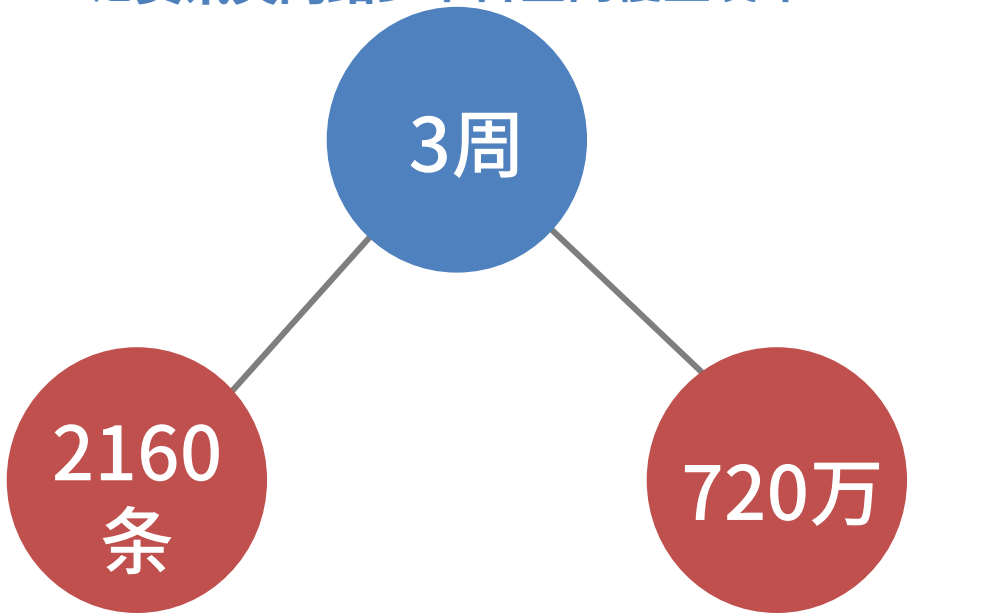
2 多平台发布与推广

垂直类汽车媒体：在懂车帝、汽车之家、易车网等头部垂直类汽车媒体平台发布内容，凭借这些平台的专业性和权威性，吸引了大量汽车爱好者和潜在消费者的关注。

高流量媒体：抖音、视频号上的汽车类自媒体也积极参与其中，**3 周**时间视频播放量累计超 **720 万**。

营销效果

通过抖音、视频号、汽车垂类门户及其他资讯类网站多平台全网覆盖发布



“视频千创”高效产出2160 条优质视频内容

视频播放量累计超720 万

营销效果

（“视频千创”为沃尔沃春节营销生成的多样化视频内容）

视频链接：https://pan.baidu.com/s/1K4LSAU_onQu0MK5nM14kZQ?pwd=s6w7 提取码: s6w7