

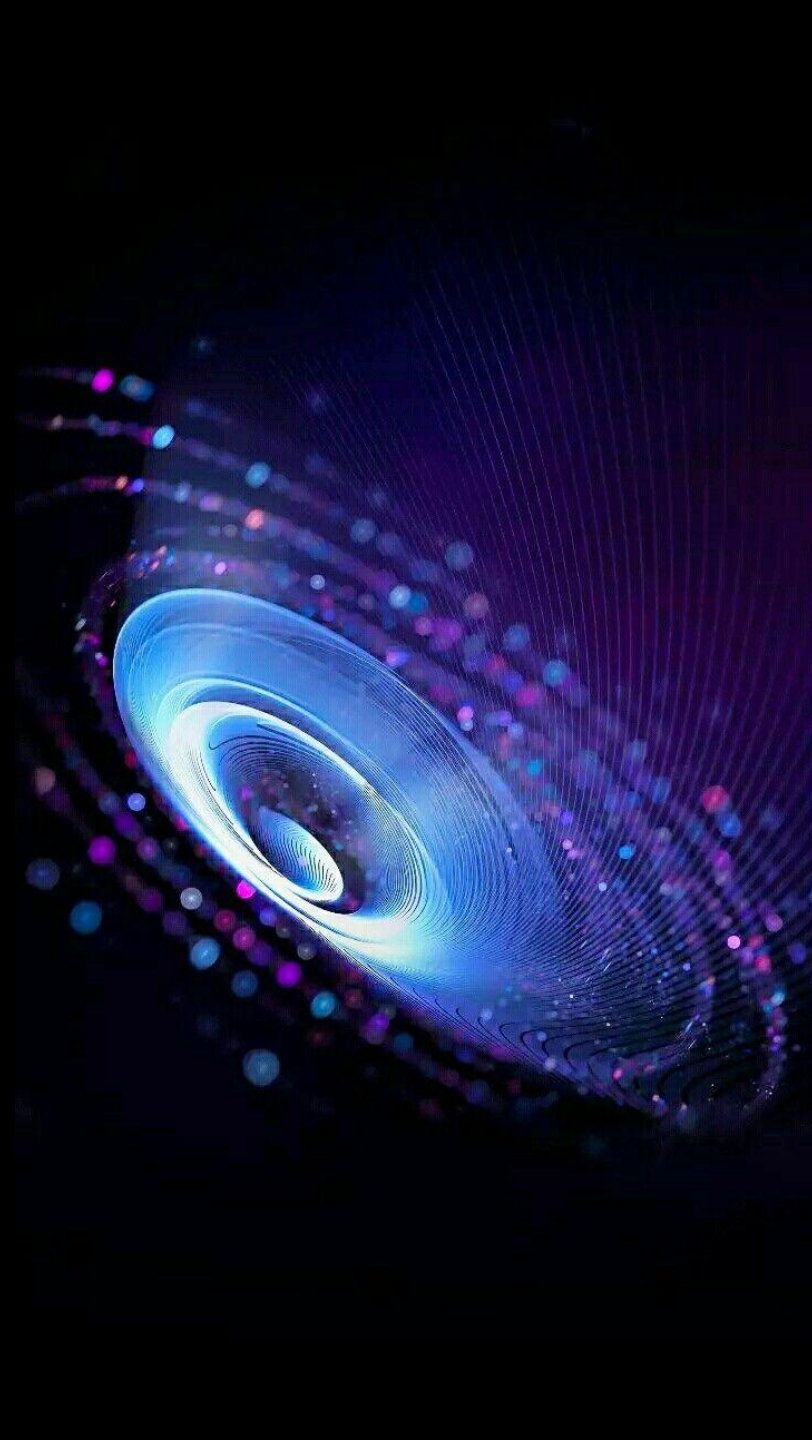
百度优选明星数字人直播间营销

- 品牌名称：百度优选
- 所属行业：电商
- 执行时间：2024.07.01-09.30
- 参选类别：直播营销类

营销背景

1.直播电商发展迅猛，明星直播带货成为品牌营销的重要手段。明星凭借其强大的粉丝基础和公众影响力，能够迅速吸引大量流量，为品牌带来可观的销售额。然而，明星直播并非万无一失，**明星直播翻车事件**频发，暴露出行业中的诸多问题，明星专业性不足，对推荐的商品缺乏深入了解，直播过程中出现**产品信息错误、使用演示不当**等问题；此外明星档期有限，不可能进行长时间直播。即便明星长时间直播，其体力、精力有限，直播过程中难免出现事故。

2.数字人直播作为一种创新的内容形式，为品牌提供了全新的营销机会，正在成为行业的新趋势。如何通过创新的内容形式吸引用户关注并建立信任感，成为品牌亟需解决的问题。**明星数字人直播**，为品牌突破传统营销困境提供了新的可能。



打造业界首个**明星数字人直播大事件**

通过AI技术与明星影响力的结合

全面提升品牌知名度、增强用户信任感

并实现高效的电商销售转化，树立行业标杆

一、AI数字人营销

慧播星作为百度优选旗下的AI全栈式数字人直播解决方案，依托多项生成式AI技术，为明星直播提供了全方位的支持，显著降低了直播门槛，极大降低了直播成本（仅为真人直播的1/20），同时提升了直播效率和效果，实现了7*24小时不间断直播带货。

AI复刻明星形象

形象生成：上传3-5分钟的人物视频生成专属明星数字人主播形象，通过个性化人脸建模实现1:1真人复刻。同时依靠StyleSync专利技术，实现数字人声音和口型精准同步。通过慧播星生成的数字人主播，能支持360度转身、手持商品讲解、直播间灵活走位等大动作，突破传统数字人局限。
声音克隆：通过逐字提取声学特征，保留个性化的音质表达，同时还具有电商带货感。

AI生成直播脚本

慧播星依托百度文心一言大模型的万亿级商品知识储备和强大的生成能力，一键生成专业带货脚本和有感染力的文案，让没有直播经验的朱时茂轻松开启直播带货。通过沉浸式描绘购买场景，直击消费者痛点，配合巧妙的逼单话术，多维度提升直播间的转化率。

智能互动问答

朱时茂明星数字人直播间互动问答交由文心一言全面接管，不仅能够准确回答问题，还能根据情境提供有深度的回答。同时还能够智能识别交互时机，覆盖多种互动场景，智能控场，刺激下单。

多模态直播间装修 一键生成

依靠AI视觉生成技术，基于商品自动生成多模态智能装修方案，大大降低直播间的制作周期，带货效率提升120%。

7*24小时 日不落直播

使用慧播星之后，朱时茂直播事件采用白天真人+晚间数字人直播的组合拳形式，充分利用闲时流量，提升直播时长和整体转化。

二、情感共鸣与怀旧营销

借助朱时茂，直击用户的春晚记忆，唤醒集体怀旧情绪。

三、创意内容与“自来水”传播

高频释放创意物料，结合社交媒体平台的传播特性，爆发式引起用户在社交平台自发分享和讨论传播。

四、跨平台整合与头部资源联动

在微博、小红书、视频号、百家号等多平台同步传播，覆盖不同圈层的用户群体。

本次营销传播的预期目标是通过分阶段的策略执行，实现明星数字人直播品牌声量、用户信任感和销售转化的全面提升。

一、前期准备阶段

1. 策略与创意落地

* 明星形象复刻与声音克隆：

- * 上传明星3-5分钟的视频素材，利用AI技术生成1:1复刻的数字人形象，并通过StyleSync技术实现声音与口型的精准同步。

* 直播脚本生成：

- * 基于百度文心一言大模型，结合商品特性生成专业带货脚本，突出商品卖点，设计逼单话术和场景化描述。

* 直播间装修设计：

- * 利用AI视觉生成技术，根据商品特点生成多模态直播间装修方案，确保直播间视觉效果与商品调性一致。

2. 媒介优化组合

* 广告投放：

- * 百度APP开屏投放；
- * 百度APP精准PUSH、FEED投放精准广告；
- * 定向推送直播预告，吸引潜在用户预约直播；
- * 定制悬浮球，预热直播。



朱时茂数字人直播

①1：1复刻真人形象、声音，形象、声音逼真，甚至网友都能看到脸上的痘痘，真人、数字人用户难以分辨。

②直播脚本全部由文心大模型生成，脚本结合商品特点以及明星本人作品/风格，同时，兼有逼单话术，有效实现订单转化。

- 多品直播间，2分钟过一个品，突出讲优惠
- 结合明星本身经历/背书，融入个性化内容

大家都看过1984年春晚，我和佩斯老师饰演的小品《吃面条》吧？你平时是不是和佩斯老师一样，也喜欢大口大口吃面条呢？
今天给大家推荐一款大品牌的好面条。
它用的是优选小麦粉，还加了鸡蛋盐挂面，它用的是优选小麦粉，还加了鸡蛋盐挂面，它用的是优选小麦粉，还加了鸡蛋盐挂面。
而且，它煮完之后，面条还是光滑的，颜色白亮净透，看着就有食欲。
你煮的时候啊，可以加点蔬菜、鸡蛋，再撒点葱花，淋上一点酱油，你也可以炒着吃，加点肉丝、青菜，又是一道美味佳肴。

③结合真人直播装修风格，数字人直播间装修AI生成，结合商品类型，突出生活感。

二、中期执行落地阶段

1. 策略与创意落地

* 真人+数字人组合直播:

- * 白天由明星真人直播，利用明星的号召力和亲和力吸引粉丝互动。
- * 晚间由数字人主播接棒，实现7*24小时不间断直播。



#茂哥邀你来合拍#

162.8万阅读 2257讨论

已关注

百度优选官方... 主持人

朱时茂要来百度直播带货啦，发短视频有机会和偶像同框哟~



2. 媒介优化组合

* 预热期策略

- 内容传播：通过创意短视频、海报、预告片等形式，释放朱时茂直播讯息，引发用户期待。
- 渠道覆盖：在微博、小红书、视频号、朋友圈、百家号等平台同步推广，覆盖不同圈层用户。
- KOL/KOC联动：邀请头部KOL和KOC提前造势，扩大传播声量。



2. 媒介优化组合

* 活动期策略

- a. 直播内容设计：以“小品式直播”为核心，结合福利品、主推品和售后保障等利益点，提升用户参与感和购买欲望。
- b. 互动玩法：设置抽奖、限时秒杀、红包雨、线下活动等互动环节，提高用户活跃度。
- c. 情感共鸣：通过朱时茂与陈佩斯的经典搭档形象，唤醒用户春晚记忆，增强品牌认同感。



2. 媒介优化组合

* 活动期策略

- 直播内容设计：以“小品式直播”为核心，结合福利品、主推品和售后保障等利益点，提升用户参与感和购买欲望。
- 互动玩法：设置抽奖、限时秒杀、红包雨、线下活动等互动环节，提高用户活跃度。
- 情感共鸣：通过朱时茂与陈佩斯的经典搭档形象，唤醒用户春晚记忆，增强品牌认同感。

百度优选 · 省心选					
上头价 绝绝子 BIG SALE 全网爆品捡漏价  国窖1573经典52度 双支装 到手价：1573元	优惠上头 价格给力 BIG SALE 全网爆品捡漏价  西域美农腰果 250g两袋 到手价：29.9元	价格抗比 售后耐造 BIG SALE 全网爆品捡漏价  小度智能屏X7 到手价：459元	低麻了 BIG SALE 全网爆品捡漏价  蓝月亮 1kg瓶+500g*2袋 到手价：24.9元	价格失重 狂坠不止 BIG SALE 全网爆品捡漏价  稻香村月饼 到手价：59元	商家赚不了一点儿! BIG SALE 全网爆品捡漏价  厄瓜多尔白虾 1.65kg 到手价：69.9元
直播时间/ 08.30 Time: 18:00  扫码领惊喜	直播时间/ 08.30 Time: 18:00  扫码领惊喜	直播时间/ 08.30 Time: 18:00  扫码领惊喜	直播时间/ 08.30 Time: 18:00  扫码领惊喜	直播时间/ 08.30 Time: 18:00  扫码领惊喜	直播时间/ 08.30 Time: 18:00  扫码领惊喜
朱时茂 百度一下					

2. 媒介优化组合

* 爆发期策略

- a. GMV转化：通过直播间专属优惠、限时折扣等方式，刺激用户即时下单，通过售后保障用户买的放心。
- b. 用户留存：引导用户关注品牌账号，加入粉丝群，为后续营销活动积累私域流量。



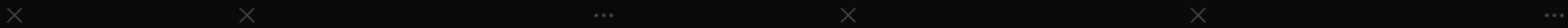
2. 媒介优化组合

*延续期策略

- 口碑传播：用户自发晒单、自来水爆发式在小红书、视频号、抖音、快手等平台分享事件视频，大量自来水UGC内容延续品牌热度。
- 媒体报道：与头部电商媒体派代、电商报Pro，财经媒体21商业评论等合作，发布深度报道和案例分析，提升品牌行业影响力，更有大量自媒体主动采访报道。







朱时茂直播带货首秀，单场GMV破1300万，百度优选功不可没

朱时茂直播带货首秀，单场GMV破1300万，百度优选功不可没

朱时茂直播带货首秀，单场GMV破1300万，百度优选功不可没

朱时茂直播带货首秀，单场GMV破1300万，百度优选功不可没

朱时茂直播带货首秀，单场GMV破1300万，百度优选功不可没

29条留言

25条留言

25条留言

25条留言

29条留言

- 琦琦 重庆 9月1日

百度电商也是做起来了，
- 十禾九 河北 9月1日

想试试在百度开店了
- 电商报Pro 作者 9月1日

可以试试~
- 情儿 山东 9月1日

他们俩好像都七十岁了叫
- YK 河南 9月1日

才知道百度优选，我去看
- 杨婕 重庆 9月1日

小品式带货，还挺有意思
- 半勺甜 河南 9月1日
- 好看，适合我 辽宁 9月2日

这老牌艺人的新尝试真是太棒了
- 逆天大真 辽宁 9月2日

百度做电商还比较有优势的
- 万事皆ok 辽宁 9月2日

这波回忆杀赞一个
- 简单又高级 辽宁 9月2日

期待购物体验~
- 月 江苏 9月2日

一元福利太吸引人了，这波操作666
- russum 四川 9月2日

AI正在改变电商
- 悠闲自在 四川 9月2日
- 月 江苏 9月2日

一元福利太吸引人了，这波操作666
- 六便仕 江苏 9月2日

直播间的商品种类真丰富，选择困难症要
- 纽西 云南 9月2日

百度优选这个平台，购物体验怎么样，还
- 永远 山西 9月1日

AI正在改变电商
- 电商报Pro 作者 9月1日

是啊
- 一生幸福 北京 9月1日

我觉得百度那个数字人不错，跟真的一样
- 电商报Pro 作者 9月1日
- 翻斗花园天猫精灵胡小怪 9月1日

我已经在百度买过东西了，体验还不错
- 电商报Pro 作者 9月1日

那不错
- 中医迷 山东 9月1日

感觉百度做电商是动真格的了
- 悠闲自在 四川 9月2日

或许可以考虑一下相声带货
- 周生 浙江 9月2日

他俩是小品，不会相声
- 斯这对黄金搭档，直播带货

，太有创意了!
- 小品
- 百度是动真格了
- 王 黑龙江 9月2日

平台，购物体验怎么样，还
- 月 江苏 9月2日

AI正在改变电商
- 月 江苏 9月2日

直播间的商品种类真丰富，选择困难症要
- 纽西 云南 9月2日

百度优选这个平台，购物体验怎么样，还

用户反馈积极正向

营销总结

- 1** 此次营销活动通过怀旧情感、创意内容和跨平台整合，实现了品牌声量、用户信任感和GMV的全面提升。
- 2** 业界专家和媒体给予了高度评价，认为此次活动为直播电商行业提供了创新的营销思路。
- 3** 用户的积极反馈和自发传播，进一步证明了此次活动在情感共鸣和商业价值上的双重成功。

—具体效果:

1. 品牌声誉与曝光效果

- ①市场曝光声量: 超过8800万, 达到品牌Q3以来的峰值, 环比提升227%。
- ②社交媒体表现:
 - a. 微博话题#朱时茂的榜一大哥是陈佩斯#登陆微博北京同城热搜第一位, 在榜时间超过20小时, 微博话题#陈佩斯是朱时茂最大的KPI##朱时茂的榜一大哥是陈佩斯#热度高, 众多用户在话题中自发晒单。
 - b. 站外社交平台“自来水”曝光量达到2000万+, 小红书、视频号、微博等平台累计产生15条点赞破10万的“自来水”内容, 其中最高单条点赞量达15万+, 互动量超过2万, 转发量突破1.5万。
 - c. 微信平台出现多篇“自来水”报道, 行业头部自媒体“豹变”主动采访报道, 电商在线、Frank电商观察、义乌市直播电商协会、电商教父等以及koc主动发长文点赞此次直播, 称小品式带货与鸡蛋是温馨的邂逅, 朱时茂带货开启直播新篇章。



2. 用户增长与业务效果

①账号涨粉：朱时茂账号涨粉3万+。

②直播数据：

- a. 直播在线观看人数突破200万，直播间互动达到10万+。
- b. GMV（成交总额）：直播首秀GMV当晚突破1300万元，远超预期目标。
- c. 多款商品销售额破百万；民生好物不断制霸热销榜。
- d. 直播间用户留存率超过65%，非粉丝占比达到44%。
- e. 直播期间弹幕互动量超过50万条，用户正面评价占比超过95%。
- f. 朱时茂数字人直播间整体ctr、cvr及OPM均高于季度数字人大盘平均水平
- g. 数字人直播民生好物真人与数字人下单转化相对持平
- h. 明星数字人“0成本”、“低门槛”的优势，解决了明星无直播经验、以及对高试错成本的担忧，实现了直播普惠。