

# 东风风行×罗永浩数字人直播间大V带货

- **品牌名称:** 东风风行
- **所属行业:** 汽车
- **执行时间:** 2025.09-11
- **参选类别:** AI交互体验类

# 案例视频

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://j7y2rftk61.feishu.cn/wiki/Dyu9waNnriGGIGk2PcQc0j2rn5d>

## 营销背景：

- 市场与流量双重挤压：2025年，主流价位MPV市场已成竞争红海，新品难以获得注意力。同时，传统效果广告（图文、表单）转化效率进入平台期，用户疲劳，成本攀升，急需高交互性的新载体提升转化体验与效率。
- 明星合作的长效化难题：利用明星影响力进行事件营销，虽能短期引爆，但成本高昂且效果难以沉淀。品牌需要一种能将明星价值“固化”并“复用”，同时能持续服务日常销售的新模式。
- 技术应用机遇：AI生成内容（AIGC）技术进入成熟期，百度文心大模型数字人技术已能够稳定生成专业、自然的播报内容，为大规模、标准化地替代部分真人直播劳力，实现“AI销售员”7×24小时在线服务提供了技术可行性。

## 绝对销量差距



- 2024年，东风风行迈出了转型与形象升级的关键步伐，隆重推出了全新的新能源序列——风行星海。东风风行星海V9为这一战略的核心，是一款中大型豪华插混MPV，于2024年6月1日正式上市，以其宜商宜家的多功能定位，主攻20-30万元级市场。上市一年星海V9上市首年（2024.7-2025.7）累计销量仅**3000辆**
- 同级竞品腾势D9  
同期超**8000辆**      年销量突破**10万辆**
- 广汽丰田塞那  
同期月均销量**5000-7000辆**

## 品牌溢价短板

- 东风风行新能源转型后品牌溢价能力有限、用户多选择新能源品牌

腾势  
极氪  
岚图

理想  
魏牌  
比亚迪

## 价格带竞争

- 星海V9定价19.99-27.99万元，处于中高端MPV核心战场，但该区间竞品（如传祺M8、岚图梦想家）2025年平均月销均突破2000辆，价格重叠度高达80%。

MPV价格带及在售车型量级



## 用户认知固化

- 对20万级MPV的认知仍偏向“工具车”而非“家庭第三空间”



- 核心目标 (效果达成)：上市期实现总曝光过亿，并高效获取超5,000条销售线索；同时，验证数字人直播间作为效果广告落地页的可行性，其长期获客成本 (CPL) 需优于传统表单模式。
- 创新目标 (创意创新)：打造汽车行业首个融合明星IP与素人矩阵的“数字人直播矩阵”，并实现与效果广告投放体系的深度整合。

# 曝光

亿级曝光量

车型声量提高

+20%

品牌黄金搜索  
12意图人群

吸引目标人群关注

# 认知

+20%

百度资讯指数

及用户内容关注词云转变

调整20万工具用车认知  
将「产品功能点」转变为  
「家庭用车场景」重构认知

# 销量

5000条+

上市期线索收集

CPL 150

留资成本达到

优化看选购用车全链路效能

## 核心策略：构建“1+N”数字人直播矩阵，以AI驱动实现“品”与“效”在内容载体和流量运营上的深度融合。

### 1. 策略创新：“1头部明星IP+N素人效果矩阵”数字人直播矩阵创新

“1”明星数字人（品）：打造信任与声量爆点事件。通过复刻罗永浩，将他的公众形象、幽默语言风格与专业信誉“数字化”，用于打造上市超级事件，快速建立市场认知与品牌信任高地。

“N”素人数字人矩阵（效）：作为长效流量转化通路。创建多个形象专业、话术标准的素人数字人主播，部署多个常态化直播间。直接作为“可交互的动态效果广告落地页”，接入百度SEM等效果投放渠道，专门用于承接精准搜索流量，实现即搜即聊、实时答疑与留资。

### 2. 创意核心：重构“效果广告”的交互范式

传统效果广告的终点是静态页面，本案例将广告终点变为一个“活”的数字人直播间。当用户搜索“20万MPV推荐”、“星海V9油耗”时，点击广告即进入一个实时在线的数字人直播间。主播能主动问候，依据关键词智能推荐产品点，并通过口播、图文弹幕对比竞品，将单向传播变为双向互动。这种“对话式广告”极大提升了用户停留时长与信任感，从而显著提高了线索获取效率与质量。

### 3. 全链路的AI智能化流量运营策略：

整个营销链路以AI为核心驱动。前端，利用AI预测话题并生成预热内容；核心引爆期，以罗永浩数字人直播聚集海量关注；在长效运营期，通过SEM投放直接挂载素人数字人直播间，当用户搜索竞品词或产品关键词时，不再跳转到静态页面，而是直接进入一个“永远在线”的专业顾问直播间。这种“即搜即聊”的体验，极大缩短了决策路径。后端，AI工具对来自各数字人直播间的线索进行统一管理并培育，形成从流量拦截到销售跟进的完整智能闭环。

认知扭转需

# 产品+传播 双重破局

竞品传播洞察

20w区间竞品：核心卖点强化功能性 -> 工具车

无一将“家庭情感联结”作为首要沟通信息

- 传祺E8：“三排放平变2米大床房” “纯电150km通勤零油耗”；
- 别克GL8插混：“亏电油耗5.3L”“ANC主动降噪”；
- 库斯途：“24项ADAS安全配置” “第三排出风口防直吹”。

40w高端MPV：核心传播家庭第三空间

市场反差：已验证“第三空间”传播可行性

- 丰田埃尔法：“移动会客厅”
- 理想MEGA：“亲子娱乐舱”
- 魏牌高山：“家庭出行家”

传播打法构建

用40w的配置和家庭情感场景化传播方式  
双重降维打击同级产品 重构认知而非依赖功能参数

本品传播点挖掘

## 25款全新东风风行星海V9

为20万以下序列的升舱配置

升级标配200km续航，配备电动门/尾门等客户高感知项，  
以及“三排下沉露营模式” “二排航空座椅”等情感场景功能

# 三段式升舱传播策略 明星引爆关注 → AI高管扭转认知 → 数字人矩阵优化链路

01. 罗永浩数字人电商直播——用“人设信任”置换“产品信任”

流量自来水



老罗x百度数字人  
带货全网首秀震撼收官  
1300万+ 围观引爆全网  
GMV 破 5500万  
行业标杆 超级流量

市场影响力高

企业家，直播带货圈顶流。2020年成立“交个朋友”直播间，首场直播GMV突破1.1亿元，累计观看超4800万人次，抖音头部主播全网3000w+粉丝，顶流IP



由罗永浩来提出买V9是在买“一家子的人生解决方案”

人设契合 TA好感度高

罗永浩“理想主义实干家”形象与星海V9三类目标用户高度共鸣

家庭用户：认同其“为家人奋斗”的价值观  
企业主：欣赏其创业精神与产品偏执  
银发族：信任其“真诚不套路”的公众形象、“真诚”“专业”

罗氏段子 情感破冰

罗永浩数字人突破传统汽车直播“参数复读机”模式用“罗氏段子”解构技术有梗有趣可炒作

02. 高管数字人&真人内容话题绑定家庭情感场景——从“参数对比”转向“生活提案”

高管数字人协建立技术信仰，增加用户信任度；PGC征文和UGC话题形成内容生态，绑定家庭情感场景，针对三类目标人群心智渗透转变认知

03. 百度AI技术作为看选换购支点——AI赋能增效优化转换链路

品牌AI数字人直播间形成AI数字人矩阵 7\*24h全面引导到解答看选换买 旺铺AI过滤筛选线索提质降本增效

### 第一阶段：热榜事件预热

传播动作：在百度热榜打造东风风行星海V9上市话题，以 #AI罗永浩直播卖车是种什么体验# 等凸显技术感的话题，引发科技与汽车圈层关注。产出超过130篇探讨AI营销、家庭化用车场景痛点及可能的配置升级解决方案的深度文章，引发用户讨论。

黄金热榜导流  
打开营销开口 直链品牌阵地



品牌内容话题页  
打造品牌内容生态



高管权威技术讲解  
增强用户信任度  
破解决策焦虑

家庭场景化植入



20万降维配置优势

## 第二阶段：数字人直播引爆

- 数字人直播：基于大模型的“罗永浩数字人”在百度带货直播间进行星海V9上市专场首秀，不仅讲解产品，更能实时回应公屏问题，进行竞品数据对比演示。直播脚本与应答逻辑由AI深度参与生成，确保专业性与“罗氏风格”并存。
- 流量协同：直播期间，同步“搜索品专”与“SEM数字人直播”投放。当用户搜索竞品车型或相关关键词时，搜索结果直接呈现并引导进入数字人直播间，实现了对本品流量的承接和竞品流量的精准技术拦截。
- 转化落地：直播间全程挂载转化组件，用户观看同时可一键留资，实现技术体验与转化通路。

播前开屏超级大曝光流量导流引导预约



开播后直播频道首位展现 直播间全程留资入口挂载

超级直播间车型卖点深度讲解 将「一家子的人生解决方案」引爆全网



前瞻文心大模型AI数字人技术 全AI打造全网首个超绝类真人电商直播间 给出品牌营销解决方案 AI脚本问答场控技术可控 全渠道传播 低成本吸睛赠曝

搜索流量双重承接



品牌数字人直播间 AI赋能转化链路



### 第三阶段：效果承接及长效运营

- 在百度SEM（搜索营销）体系中，将“素人数字人直播间”作为核心落地页进行投放。

具体执行：当用户搜索“风行V9 油耗”、“传祺M8 对比”等效果关键词时，广告直接链接至对应的素人数字人直播间。数字人主播可实时调取参数进行对比演示，在线答疑，并引导留资。这一过程实现了：

1. 搜索流量的实时、动态承接，体验远超静态广告。
2. 7×24小时不间断的在线销售覆盖，大幅延长有效获客时间。
3. 统一、专业的品牌信息输出，避免因真人主播能力差异导致的信息损耗。

- 有驾旺铺：部署各经销商线上旺铺门店直播间，形成持续的内容展示与转化触点。

品牌数字人直播间  
AI赋能转化链路



AI封控分层提效线索运营

- 总曝光与线索：项目实现总**曝光量 1.4亿次**，目标**完成率427%**。共获取高意向**销售线索 9,626条**，目标**完成率193%**。（数据来源：百度营销平台内部监测系统）
- 搜索影响力：上市期间，“星海V9”**百度搜索指数峰值环比暴涨 520%**；**百度资讯指数飙升 908%**。（数据来源：百度指数官方工具）
- 直播数据：罗永浩AI数字人直播单场观看人次达 **170万+**，创下百度汽车电商直播新高度，相关话题总曝光 **9700万+**。（数据来源：百度直播后台数据）
- 长效价值：在为期两个月的长效运营期内，数字人直播通过SEM渠道持续获取线索，贡献了项目总线索量的38%。平均单条线索成本（CPL）较客户过往同期以静态页面**SEM投放成本降低了约25%**。（数据来源：客户效果复盘与第三方监测对比）
- 确立行业标杆：本项目被百度官方认证为“**汽车行业首个AI明星数字人电商直播案例**”。为行业提供了标杆案例，在一个月后此项AI数字人直播解决方案成功复制并应用于汽车行业头部客户，形成标准化的AI客户服务产品包，助力销售团队规模化地为客户提供降本提效的AI增值服务。