

# 科大讯飞虚拟双胞胎直播项目

- ◆ **品牌名称:** 科大讯飞
- ◆ **所属行业:** 3C, 人工智能
- ◆ **执行时间:** 2022.05.15-05.31
- ◆ **参选类别:** 元宇宙营销类-虚拟形象营销奖

#虚拟双胞胎直播# 活动策划，目的是提升品牌势能，带动业务发展，通过制造“事件”来推广“虚拟人直播系统”。5月15日以科大讯飞抖音直播间作为试验田，把汪茜茜的虚拟人“西西”和真人茜茜这两个“双胞胎”一起上直播。16日，在微博进行事件营销推广。

## 事件策划

1. 强化一个核心吸睛点：策划的核心吸睛点可能不需要有复杂的创意或极大的脑洞，只需抓住一个创意点/传播点/物料，集中扩散传播，引起讨论，强化统一的记忆点，效果更佳。
2. 摒弃固有印象、换个角度策划吸睛点：虚拟人直播在行业内已屡见不鲜，需摒弃自说自话的思维，虽然目的在于宣传虚拟人直播，但是传播重点需要换个角度去打广告。2D技术的核心优势在于以假乱真，为放大该优势才进行“虚拟双胞胎”策划。且一模一样的虚拟双胞胎，视觉上和噱头上很容易成为意想不到的亮点。
3. 通过策划运营及测试，深入了解技术产品，规避技术壁垒，最终能够通过策划运营来导引产品优化。

#虚拟双胞胎直播# 活动策划，目的是提升品牌势能，带动业务发展，通过制造“事件”来推广“虚拟人直播系统”。5月15日以“科大讯飞”抖音直播间作为试验田，把汪茜茜的虚拟人“西西”和真人茜茜这两个“双胞胎”一起上直播。16日，在微博进行事件营销推广。

## 直播活动

千次观看转化  
¥1435.79

平均观看时长  
20分钟59秒

## 宣传曝光

1.9亿+

## PR传播

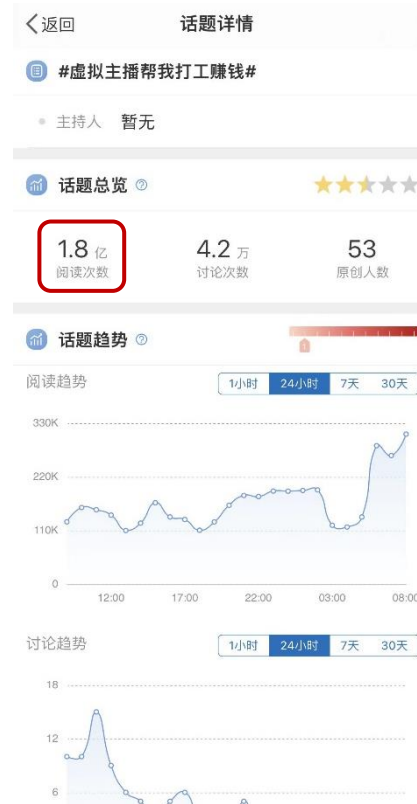
PR稿件发布**8篇**，新智元1篇  
登上科技日报综合版面

**项目曝光高达1.9亿+，超额950%完成KPI**，利用活动策划撬动流量资源，降本增效，提升品牌势能。（活动目标kpi：超2000w曝光）



直播现场画面

- ✓ **氛围好、互动高：**整体直播间感官较好，大众普遍能被打扮相似的“虚拟双胞胎”吸引，且与观众互动良好有趣，弹幕**互动率37.33%**。
- ✓ **流量流速提升：**直播间**总曝光3.27万**，**自然流量占比80.12%**。
- ✓ **停留时长久：**平均在线人数519人，最高达575人。**人均观看时长20分19秒**。



本次策划是采用第三方视角来转述直播事件，利用“中青报”以第三方视角发布事件，KOL炒热话题，官方与蓝V再下场互动。

集中爆发，#虚拟双胞胎直播##虚拟主播帮我打工赚钱#两个话题的**首天阅读量超1亿**，并且之后持续上涨。一周内，#虚拟双胞胎直播#话题总阅读量达**1.9亿**，#虚拟主播帮我打工挣钱#话题总阅读量达**1.8亿**。

撬动

# 1.9亿曝光

KOL达人贡献：2616.5万阅读量，31371转发

蓝V贡献：72.9万阅读，23907转发

话题讨论度高

KOL内容质量高

传播时间顺序



活动策划以“虚拟双胞胎直播”为核心吸睛话题，并通过#虚拟主播帮我打工赚钱#引起话题讨论，蓝V及KOL发布都夹带不同方向的问题以引起网友参与讨论。



**KOL文案：**达人水平层次不齐，根据达人账号风格，自己定制KOL的发布文案，保证质量

**传播视频尽量多样化：**直播录屏/第三方视角剪辑视频。

**媒体：**“中青报”微博，以新闻报道视角，发起讨论

**官方：**预热+抽奖互动

**蓝V：**6家活动预热 + 13家事件追热

**达人：**利用定制文案+直播录屏/第三方传播视频，炒热话题

首发后，由官方及蓝V先进行抽奖互动，使话题内增加互动人数及转发，后由KOL集中陆续发布，提升话题热度及讨论度。