

与车主玩在一起的铂智3X发布会直播

- ◆ 品牌名称：广汽丰田铂智新能源
- ◆ 所属行业：汽车及交通运输
- ◆ 执行时间：2025.08.27-09.03
- ◆ 参选类别：直播营销类

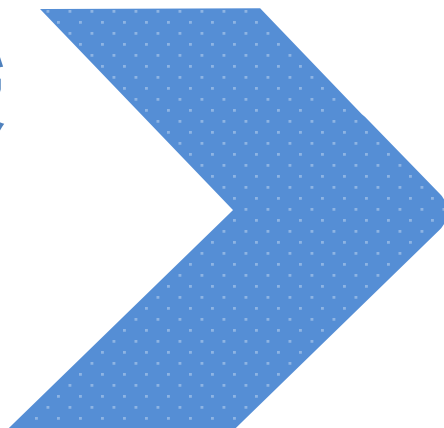


■ 品牌直播事件营销的挑战及困难

传统汽车升级发布会过于古板

单向的资讯传播无法和真正的用户真诚交流

品牌主希望将通过此次项目能真正贴近用户需求，传达倾听用户心声品牌态度，并通过直播事件承接响应迅速作出品牌决策，提升晚间发布会美誉度。



如何将此次直播变成 真用户交流大会？



■ 本项目核心策略

围绕品牌主“以用户为中心”的核心直播诉求，通过每20分钟切换山城魔鬼智驾挑战、活动集市、多方用户采访（店端明星主播+铂智3X车主）场景持续吸引用户进场直播间，引流晚间用户大会，平衡铂智3X升级展示与高频用户交流互动诉求；卷动媒体、经销店、KOC/KOX加入此次派对盛会，达成全网爆量直播间。

让直播互动不再浅层，随时与车主玩在一起

设置高频新鲜的停留场景

「首创20分钟切换路跑、集市会场」

- › 8D魔鬼山城路驾·主播带领智能辅助驾驶第一视角体验
- › 智友共创集市·品牌资讯智趣释出

采访店端+车主原生口碑

「品牌说了不算，车主意见才是口碑」

- › 设置智趣共创街区现场与车主用户、明星主播高频随机采访穿插，打造捕捉现场真实口碑直播效果。

设置即时直播读评

「精准客群心声捕捉」

- › 多平台去敏即时反馈，真正与直播间观众、车主玩在一起。
- › 精准触达车主关于OTA升级、智能座舱使用痛点，为引流晚间发布蓄水

项目执行过程

四大平台六大品牌账号同时开播，全日5.5小时直播不断播，助推当日晚间发布会峰值高潮



Chapter 1.

「智驾论道·巅峰局」

挑战重庆8D魔幻城:
直播智驾勇闯重庆盘龙立交、路经超级城区景点
洪崖洞，挑战8D魔鬼路况



*直播执行画面截取

Chapter 2.

「智友狂想·共创营」

车主共创大本营:
品牌主播+车主+数十位经销店明星主播互动
沉浸式视觉体验用户共创乐趣



Chapter 3.

「智跃新程·驭领航」

铂智3X用户大会:
新车色/OTA升级/座舱升级重磅发布



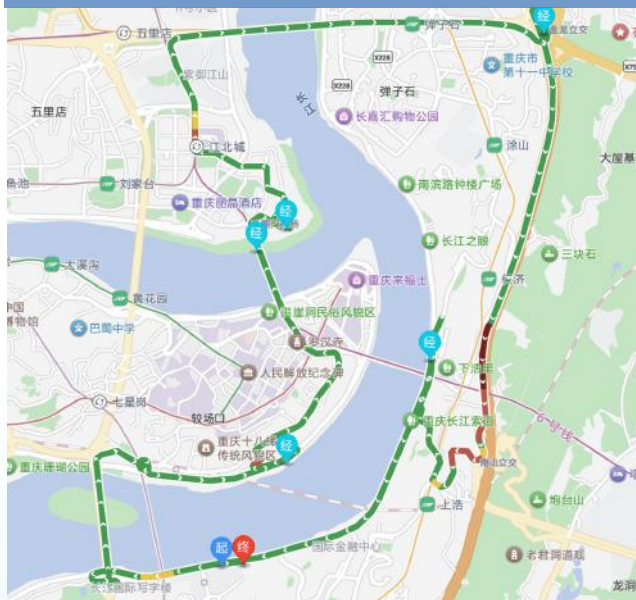
- 活动直播预热介绍长图文
<https://mp.weixin.qq.com/s/HiN43whbDHT2kNsBhq29jg>

项目执行过程

每20分钟·切换直播场景

第一视角体验城区复杂路况

「智驾论道·巅峰局」挑战线路



双主播带领 地标来福士智驾启程

第一车主视角体验最新版本OTA智驾
输出广丰安全+智驾体验+山城人文核心资讯



超级挑战 魔鬼盘龙立交路况识别

5个方向20条匝道的地狱难度
考验智驾性能最佳试炼场



模拟重庆老司机 城区智驾复杂洪崖洞

塞堵城区复杂路段
行人机动车穿插的老司机避让处理体验



■ 项目执行过程

每20分钟·切换直播场景

■ 与车主共创广汽丰田用户盛会现场

「智友狂想·共创营」五大互动区域



智驾精灵区-超高难度泊车体验互动区

设立五个互动共创区：智驾精灵-智能泊车体验、铂金品质馆-安全角互动、涂鸦共创摊位互动、智舱魔法师互动区、智选好物馆+文创礼品摊位，与车主深度共创体验。

铂金品质馆-安全角展示互动区



智舱魔法师-超大容量直观互动感受



涂鸦共创区-创意外观用户共创



智选好物馆-用户定义清单上新



活动执行效果

全网微博、小红书车垂达人、汽车媒体、车主等传播话题量达2326万+，通过项目达成品牌主用户正向口碑增量。

热门



萝卜叔叔的车

08月28日 08:00 来自 微博视频号

用户再也不用怕电动汽车自燃，广汽丰田为用户兜底，铂智3X自燃一辆赔一辆，又创造了行业第一！#铂智3X首推自燃和辅助泊车事故厂家担责# #铂智3X首次用户大会# @重庆 萝卜叔叔的车的微博视频



26

41

375



车车超人

08月27日 21:26 来自 微博视频号

第一次参加铂智3X用户大会，被现场的氛围感动！买新车更安心！#铂智3X首推自燃和辅助泊车事故厂家担责# #铂智3X首次用户大会# @车车超人的微博视频



878

947

887



波波玩个车

08月27日 21:26 来自 微博视频号

#铂智3X用户大会权益一览# #铂智3X首次用户大会#

大厂新势力，首先是大厂，有大厂的底蕴，其次是新势力，有新势力的用户思维

广汽丰田铂智3X让广汽丰田找到了这个时代的节奏，用户共创，不断OTA迭代，厂家兜底，以及合作共赢。

广丰的路越走越宽了 @波波玩个车的微博视频



8

11

161



梁小欣同学

08月27日 22:46 来自 微博视频号

广汽丰田这是要颠覆保险行业？

什么是大厂的担当，行业首创“自燃险+泊车险”为用户兜底，而且新老用户的权益公平对待，以用户为中心，广丰，我是支持你的！#铂智3X首推自燃和辅助泊车事故厂家担责# #铂智3X首次用户大会# #智驾数码圈# @重庆 广阳岛 @梁小欣同学的微博视频



515

645

634



牛凡科技

08月27日 22:43 来自 微博视频号

广汽丰田也太卷了吧！在刚刚的#铂智3X首次用户大会#上，宣布厂家直接担责自燃和辅助泊车事故，为新老用户提供终身“自燃险+泊车险”，这简直就是今年我看到最靠谱的用户政策了！#铂智3X首推自燃和辅助泊车事故厂家担责#

可以看出在广汽丰田在产品、政策、服务等多维度都展现出了新势力的姿态，展开>



142

230

311



评论



显眼包 作者

被广汽丰田宠到！首届车主大会泰酷辣 今天真的是太荣幸了，参加了广汽丰田铂智3X首届车主大会，不仅有超有趣的互动，还get超多新车知识和专属福利，尊嘟爱了！现场气氛燃到爆，希望广汽丰田以后多多举办这样的活动。 #广汽丰田 #铂智3X #我的铂智3X生活 #被铂智3X硬控了 #铂智3X首次用户大会

翻译

08-27 重庆

收起



效果&反馈

活动执行效果

全网数十家媒体+品牌自媒体同时开播，收割破亿曝光，直播观看人次571万+，直播内容相关话题量达2326万+



直播全网曝光量

1.14亿

全网直播观看人次

571万+

发布会相关话题阅读量

2326万+



效果&反馈



重庆魔鬼地形挑战路跑+全民车主+明星主播团 共创首届车主大会

与车主玩在一起的铂智3X用户大会直播

CHALLENGE

品牌主希望通过本次用户大会直播项目展示合资新势力形象，从“单向传播”转向“双向共创”，增强车主归属感带动车型口碑效应。通过多内容场景整合，将路跑展示、用户集市和发布会无缝衔接，保持观众注意力，强调这场品牌诚意的“真用户交流大会”。

STRATEGY

围绕品牌主“以用户为中心”的核心直播诉求，通过每20分钟切换山城魔鬼智驾挑战、活动集市、多方用户采访（店端明星主播+铂智3X车主）场景持续吸引用户进场直播间，引流晚间用户大会，平衡铂智3X升级展示与高频用户交流互动诉求；卷动媒体、经销店、KOC/KOX加入此次派对盛会，达成全网爆量直播间。

EXECUTION

全网流量曝光收割



全网数十家媒体+品牌自媒体同时开播，收割破亿曝光

路跑挑战重庆8D魔幻城



智驾勇闯重庆盘龙立交挑战8D山城魔鬼路况

首届车主共创市集



主播沉浸式视角体验共创市集 智趣共创街区与车主、用户高频互动

品牌联动大团播



品牌主播+车主+数十位经销店明星主播互动

铂智3X用户大会



OTA/新车色/智能座舱首发布 重磅担责政策兜底用户信心

RESULT

全网收割曝光量 **1.14** 亿

全网直播观看人次 **571** 万+

发布会相关话题阅读量 **2326** 万+