



## 华为云828B2B企业节 伙伴来相会

- ◆ 品牌名称: 华为
- ◆ 所属行业: 云计算
- ◆ 执行时间: 2025.08.16-08.26
- ◆ 参选类别: AIGC 视频





## 背景&目标

828 B2B 企业节是华为云发起的第四届行业盛会，是链接企业伙伴、传递数智化价值的核心 IP 活动。

在本届大会预热阶段，为强化“伙伴协同、共赴数智新程”的活动调性，华为云联合 17 家大会发起单位，突破传统预热物料的单向传播模式，决定以 AIGC 为核心创作手段，打造一支兼具 IP 辨识度与伙伴联动性的视频物料。

**视频以华为云经典 IP Mr.Bee 先生为核心载体，通过“邀请伙伴、集结贵阳”的故事线，将 17 家发起单位的行业属性与大会“数智化新旅程”主题深度绑定，为大会预热积蓄关注度与参与感。**



## 实现IP认知、引爆大会预热声量等多维度目标

- **强化华为云 828 企业节 IP 认知**: 通过 Mr.Bee 这一高辨识度 IP 的贯穿, 加深用户对 “828 B2B 企业节” 的品牌记忆, 凸显活动 “第四届” 的延续性与行业影响力;
- **传递 “伙伴共生” 核心价值**: 以 “Mr.Bee 邀请 17 家伙伴集结” 的情节, 直观呈现华为云与企业伙伴的协同关系, 传递 “开放合作、共推数智化” 的品牌理念;
- **引爆大会预热声量**: 凭借 AIGC 技术的创新性与故事化的内容呈现, 吸引 B 端企业用户、行业关注者的目光, 为 828 企业节贵阳主会场引流, 提升大会前期参与热度;
- **展现华为云 AIGC 技术实力**: 以实际案例证明华为云 AIGC 在商业营销场景的落地能力, 为后续向企业客户输出 AIGC 解决方案奠定信任基础。



**项目执行前期对目标人群和市场进行了全面的分析：**

## **(一) 人群洞察**

核心目标人群为**B 端企业决策者、IT 负责人及行业伙伴代表**，这类人群具有三大特征：

- ✓ 对“数智化转型”有明确需求，但更关注“实际案例”与“伙伴协同价值”，单纯的技术宣讲难以打动；
- ✓ 日常接收大量营销物料，对“同质化、单向灌输式”内容接受度低，更青睐“有故事、有 IP、有互动感”的创意形式；
- ✓ 对华为云 IP（如 Mr.Bee）有基础认知，延续 IP 形象的内容能降低认知成本，提升情感共鸣。

## **(二) 市场洞察**

- 行业层面：**当前 B2B 企业营销物料多以“文字、静态海报”为主，视频内容常聚焦“技术参数”，缺乏“伙伴联动 + 故事化”的创意，难以形成差异化记忆点；
- 技术层面：**AIGC 已成为营销创新的重要工具，但多数企业仍停留在“单一素材生成”阶段，将 AIGC 用于“多伙伴 IP 联动、完整故事线视频创作”的案例较少，存在创新空白；
- 活动层面：**828 企业节作为第四届盛会，需突破前几届的预热形式，通过“技术 + 创意”的结合，彰显活动的升级感与行业引领性。



## 项目以IP为引，叙事为脉，技术为基，打造有温度、高共鸣的B端伙伴联动

- IP联动 + 伙伴具象化：**以华为云 Mr.Bee 为“邀请者”核心 IP，将 17 家发起单位转化为“金蜜蜂形象”，并融入各行业场景（如金山办公的“电脑建站场景”、金蝶的“报表制作场景”），既强化伙伴辨识度，又让“协同”主题更具象；
- 故事化叙事动线：**设计“信封弹出→Mr.Bee 亮相→数字星河穿梭→逐一致敬伙伴→贵阳集结邀请”的完整情节，从“悬念引入”到“伙伴联动”再到“目标落地”，层层递进，让 B 端营销内容更具故事感与观赏性；
- 细节化场景共鸣：**每个伙伴的“金蜜蜂形象”均匹配其业务属性（如欧电云对应“电商场景”、致远互联对应“协同办公场景”），精准触达各行业用户的认知习惯，提升内容共鸣度；
- 技术与创意融合：**以 AIGC 技术实现“数字星河、行业场景、伙伴形象”的高效生成，同时保留 IP 形象的一致性，让“技术创新”与“创意表达”相互支撑，而非单纯的技术炫技。



## 创作过程

**本次项目创作过程中在IP生图、文生图等方面应用了多项AI技术或AI产品：**

- IP形象图：使用AI工具comfyui kontext训练蜜蜂lora模型，小蜜蜂及17个蜜蜂伙伴外观提示词精炼做了一套提示词库，形象生成后PS精修了细节。
- 文生图：根据脚本文字提取关键词，编辑段落提示词置入 AI 软件（即梦、可灵、 MidJunery 、 Stable Diffusion 、 ComfyUI 等）中，即可生成精美高清商用图；
- AI 垫图（图生图）：将客户提供的产品高清图或网络现有素材图，置入 AI 软件（即梦、可灵、 MidJunery 、 ComfyUI 等）中，根据产品需求，输入提示词后适当调整，即可生成精美高清商用图；
- 图生视频：将以上步骤生成的高清素材，置入 AI 软件（可灵、海螺、 Vidu 、 Lora 、 Runway 、 MidJunery、 Pi ka等）中，即可生成符合产品调性及精准需求的高质量视频；
- 视频剪辑：将 AI 软件生成的高清视频置入剪辑软件（ PR 、剪映）中，适当调整倍速、画面衔接、视频转场、运动轨迹等，使得视频画面更为流畅，剪辑后导出；使用AE视频包装软件添加修改视频细节画面输出成品。



## 创作过程

- **项目通过AIGC制作和后期人工制作双轨并行模式，实现效率和品质的双重包装**
  - ✓ **AIGC内容占比**：约70%（包括场景生成、角色动作、部分配音、基础剪辑）
  - ✓ **人工制作内容占比**：约30%，主要包括：
    - 创意策划与故事脚本设计；
    - AI生成内容的筛选与优化；
    - 品牌元素合规性审核与细节调整；
    - 最终视频的节奏把控、音画同步与特效合成。
- **内容生成过程为了符合品牌调性，使用了根据行业进行过针对性调教后的账号：**
  - ✓ 针对企业品牌视觉规范与行业特征，对AI模型进行了以下针对性调优：
  - ✓ 使用17家企业的Logo、品牌色、行业符号数据对模型进行微调，确保“金蜜蜂”形象符合各品牌调性；
  - ✓ 对办公、游戏、报表等场景进行标签化训练，提升场景生成的相关性与准确性；
  - ✓ 通过多轮迭代优化，使得Mr.Bee的动作表现更自然、符合叙事节奏。



# 作品展示

- **视频作品**

[https://j7y2rftk61.feishu.cn/file/PGCabrrGloQTEZxmA6lckF5kn5d?from=from\\_copylink](https://j7y2rftk61.feishu.cn/file/PGCabrrGloQTEZxmA6lckF5kn5d?from=from_copylink)





## 效果&反馈

- **本次项目同等情况下，对比全人工执行，AI的参与对于工作质量及营销效率实现了双提升**
  - ✓ **制作周期缩短：**全人工制作需4-6周，AIGC辅助后仅需1周，效率提升约80%；
  - ✓ **成本降低：**传统CG制作成本约30-40万元，本次AIGC制作成本控制在10万元内，降低80%以上；
  - ✓ **内容一致性提升：**AI生成角色与场景风格统一，人工修改次数减少50%；
  - ✓ **传播效果提升：**在视频号上实现首周播放量超10万次（粉丝不到2万），互动率较往年提升40%，后台客户询量增长25%。
- **本次项目获得了用户、业务部门、客户的全方位好评**
  - ✓ 视频发布后在视频号上实现**首周播放量超10万次（粉丝不到2万）**，**互动量破3K+**，**较日常提升140%**，远超该平台日常的播放和互动量。
  - ✓ **17家联合发起单位对视频成果给予了高度评价。**他们认为，通过统一的“金蜜蜂”IP形象与个性化行业场景的结合，既强化了生态联合身份认同，又充分展示了各家的业务特性。某头部软件企业市场负责人称：“这种AIGC创新形式，比传统联合海报或文案更具沉浸感和传播力，是一次成功的品牌共赢尝试。”