

| 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。



背景&目标

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





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。”