

《一匹布的千年之旅》

- **品牌名称：**中国电信
- **所属行业：**网络平台及服务类
- **执行时间：**2024.05.10-07.30
- **参选类别：**AI营销类

结案视频

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://pan.baidu.com/s/1HCUN3bNmVrRYtqvJo83JHw?pwd=1234> 提取码: 1234

- 中国电信AI动画视频《一匹布的千年之旅》是品牌在新时代背景下的一种创新传播方式。随着视频AI技术的快速发展，其在影视制作领域的应用日益广泛，为动画创作带来了高效与创意的双重提升。
- 行业发展背景方面，视频AI技术利用深度学习、计算机视觉等技术，极大地提高了影视制作效率和质量，特别是在内容创作、角色设计、场景渲染等方面展现出巨大潜力。
- 然而，该动画视频在营销过程中也面临困境和挑战。一方面，AI技术的快速迭代对动画行业的就业结构产生影响，如何平衡技术与人力的关系成为关键。另一方面，AI生成的动画内容在版权保护和道德属性上仍存在争议，如何确保内容的合法性和社会价值的正向传递，是中国电信在品牌传播中需要深思的问题。此外，如何在众多竞争者中脱颖而出，也是其面临的营销挑战。

- 整体目标

通过这部AI动画视频，中国电信旨在提升品牌形象，展现其在科技创新领域的领先地位，同时向公众传递品牌价值和理念。

- 阶段目标

吸引关注：首先，通过独特的动画内容和AI技术的运用，吸引观众的注意力，提高视频的观看率和传播度。

增强认知：在观众关注的基础上，通过视频中的故事情节和角色塑造，进一步加深观众对中国电信品牌的认知和记忆。

促进互动：鼓励观众在社交媒体上分享和讨论这部动画视频，形成口碑传播，提高品牌的影响力和参与度。

转化客户：最终，通过视频中的品牌植入和营销信息，激发观众的购买欲望，将观众转化为中国电信的实际客户或潜在客户。

- 策略上，该视频通过融合AI技术与动画艺术，精准定位年轻受众群体，旨在展现中国电信在科技创新领域的领先地位与品牌活力。同时，借助故事化的叙事手法，将品牌理念与产品特性巧妙融入剧情，提升品牌记忆点。
- 创意亮点方面，视频以“一匹布”的奇幻旅程为主线，通过丰富的场景变换与角色互动，构建了一个充满想象力的视觉盛宴。AI技术的运用不仅提升了动画的制作效率与质量，还为观众带来了前所未有的观影体验。此外，视频中的隐喻与象征手法，使得品牌信息得以含蓄而深刻地传达，增强了观众的共鸣与认同感。

- 前期阶段：明确目标受众与品牌定位，确定以“科技与梦幻交织”为核心创意，设计“一匹布”的奇幻旅程故事线。同时，组建专业团队，运用AI技术进行动画预制作。
- 中期阶段：利用先进AI技术，高效完成动画制作，确保画面精美、情节紧凑。同步策划媒介组合，包括社交媒体、视频网站、线下活动等，以实现多渠道传播。
- 后期阶段：优化媒介组合，重点投放社交媒体平台，利用短视频、直播等形式，提升互动性与传播力。同时，开展线下体验活动，让观众亲身体验AI动画的魅力，进一步巩固品牌形象。

- 广告主：中国电信对视频的制作质量和传播效果表示满意，认为该营销活动有效提升了品牌形象和用户黏性。
- 业界专家：专家认为，《一匹布的千年之旅》在创意和技术上均达到了行业领先水平，为AI动画视频营销树立了新的标杆。
- 媒体：多家主流媒体对视频进行了报道和转发，认为该营销活动展现了中国电信在科技创新方面的实力。
- 受众：受众普遍认为视频内容新颖有趣，制作精良，对中国电信的品牌形象有了更深刻的认识和好感。