

起猛了，竟然在中国工厂看到“机器人总动员”

- **品牌名称：**联想集团
- **所属行业：**3C
- **执行时间：**2024.11.18-11.29
- **参选类别：**短视频营销类

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://www.jiguo.com/video/video/117369.html>

背景:

在 AI 发展进程中，下半场的关键在于实现技术落地，从云端概念走进日常生活。如今，“机器人元年”呼声渐起，大众目睹 GPT 等 AI 技术掀起热潮后，对 AI 与机器人结合的实体化应用满怀期待，渴望知晓其在制造业流水线等领域的实际作为。

制造业一直在寻求转型升级，智能化成为必然趋势，联想作为行业知名品牌，其在 AI 工厂探索方面备受瞩目，外界迫切想了解背后的研发、实践动态。

挑战:

如何清晰阐释实验阶段的探索意义，让观众理解现阶段个别实验机型的价值，而非单纯聚焦量产与否，避免观众因未见到大规模机器人作业而失望，是内容呈现的难点。

要在有限的探场见闻基础上，挖掘足够吸睛的素材，将个别实验机型的亮点与未来潜力充分展现，在海量科技资讯中脱颖而出，吸引观众持续关注。

知识科普：以探场联想“AI 工厂”为契机，向大众普及当下 AI 与机器人结合处于实验探索阶段的真实状态，解读个别实验机型蕴含的技术突破、设计理念，助力观众了解前沿科技研发进程。



独家探场视角：提供深入联想“AI 工厂”内部，近距离观察个别实验机型的难得机会，满足观众对科技研发“幕后故事”的探秘心理，让观众仿佛置身创新前沿阵地。

未来畅想空间：文案围绕实验机型引导观众畅想未来，如“机器人总动员”般描绘蓝图，使观众突破眼前所见局限，沉浸于 AI 赋能工厂后的宏大愿景，提升内容趣味性与吸引力。

关联时事热点：紧扣 AI 下半场、机器人元年等热点话题，将探场见闻融入时代科技浪潮，借大势提升自身关注度，使联想“AI 工厂”的探索成为当下科技讨论的焦点内容之一。