

科大讯飞技术科普 《谁是超会科普AI的人》

- ◆ **品牌名称:** 科大讯飞
- ◆ **所属行业:** 3C, 人工智能
- ◆ **执行时间:** 2021.12.17-2022.01.31
- ◆ **参选类别:** 短视频营销类

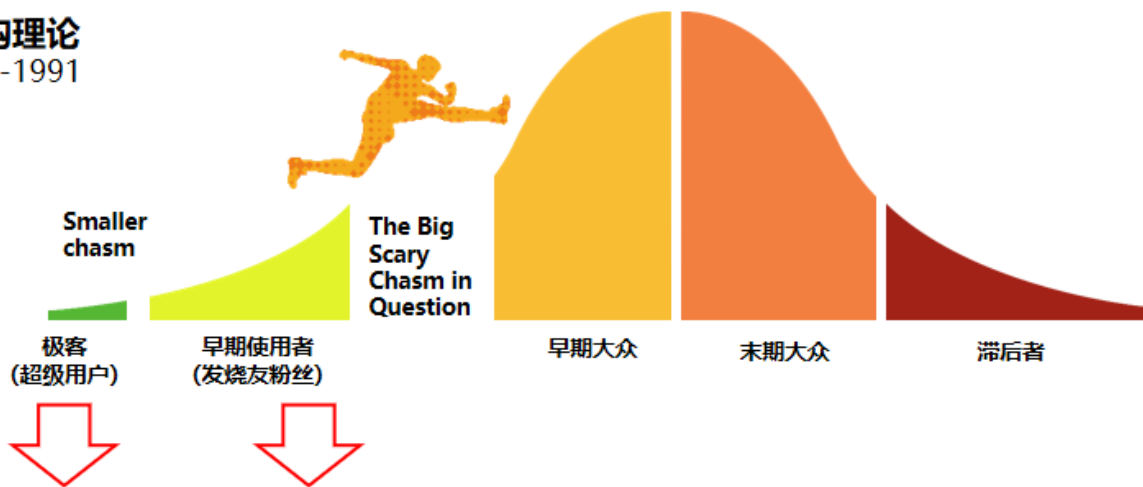
结案视频

<https://www.bilibili.com/blackboard/activity-kedaxunfei12-pc.html>

查看视频请复制链接，粘贴到新浏览器页面里观看视频

向年轻人种草讯飞领先的人工智能技术，提升讯飞品牌认知 为讯飞持续注入“科技、新潮/酷、进取、乐趣”等贴进C端年轻用户族群的品牌资产

科技产品的鸿沟理论
Geoffrey Moore-1991



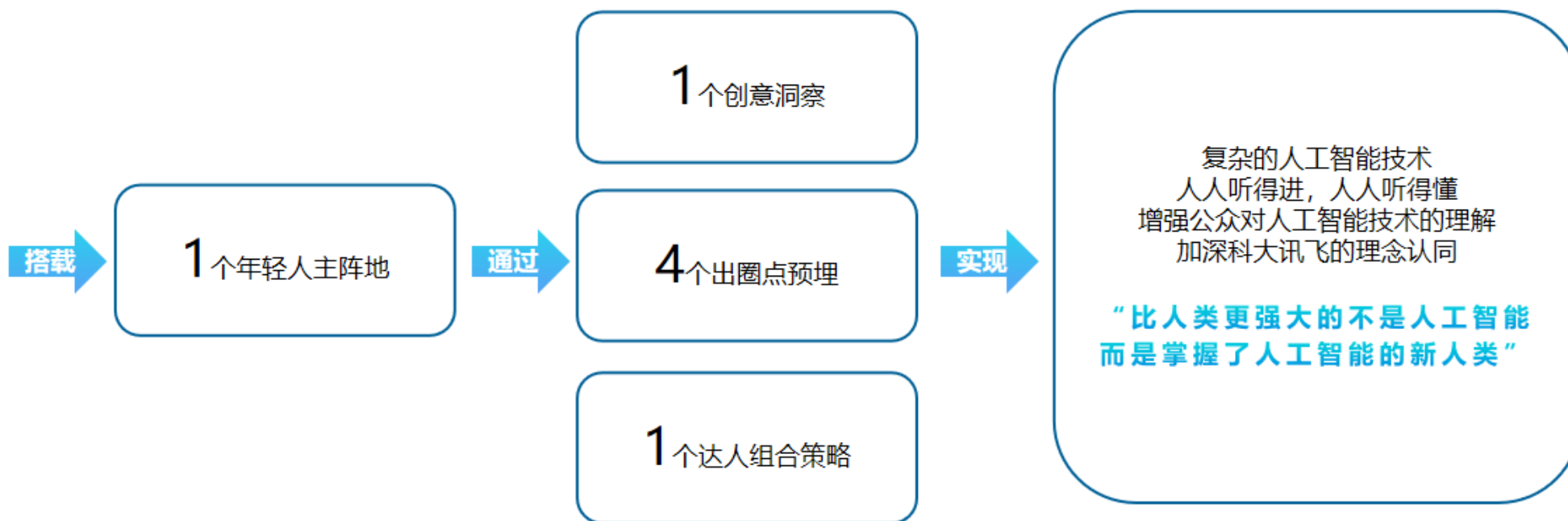
讯飞今天的优势市场
toG toB的决策者/使用者

“刚需+代差”的老干部形象

讯飞短板/亟需补充的规模市场
toC 的发烧友粉丝

“率先生活在明天”的炫酷形象

Z世代
年轻族群



AI并不科幻

真实的AI能帮助孩子实现因材施教
真实的AI能让全世界的人都听懂中国话
真实的AI能让输入法只用动动嘴

AI就在身边,每天像水和电一样赋能人类
比人类更强大的不是AI,而是掌握了AI的新人类

甬管是硬核科普还是鬼畜表演,是曲艺小品还是故事段子

人人都有能力用自己擅长方式把AI说明白
人人都可以给身边人科普5分钟的AI

#谁是超会科普AI的人#

聚焦年轻人聚集地、知识氛围浓厚的B站，用有趣有料的内容收获潜在粉丝

中国年轻人聚集的文化社区

月活用户量

2.67 亿

18-35岁用户占总用户数

78 %

新用户平均年龄20岁

B站知识氛围浓厚,更利于科普内容发酵

45 %

泛知识类内容占B站全品类视频
总播放量的45 %

1.13 亿

2021年共1.13亿用户在B站上看知识类内容
学习，这个人数是中国在校大学生的3倍

出圈点一

演艺明星卢鑫玉浩
成为讯飞首席AI科普官
用相声跨界人工智能科普

出圈点二

科大讯飞寻人启事创意招募令
双微裂变传播
助推科普活动迅速升温

出圈点三

10+UP主跨界科普创作
音乐、相声、科普干货、动漫等内容
多维度破圈归拢潜在粉丝

出圈点四

增设奖励机制
吸引更多UGC参与科普话题讨论

相声跨界+多领域UP+UGC, 加成效应引爆技术科普

话题引流

卢鑫玉浩【娱乐区】

相声与AI科普的首度跨界

严伯钧、安森垚、李白尼的猜想、Ele实验室【科普】

知识领域优质UP主科普技术

【音乐区】

金句“洗脑”加深技术记忆度

明星+头部UP+低门槛分区
保障品牌场流量

心智占领

官方

招募令视频朋友圈霸屏

这知识好冷【动漫】

满意君UP【动漫】

科普区深度内容
穿透技术理解壁垒

发酵扩散

百位KOC多平台炒作

B站+微博+微信

UGC共创加入

多端内容+用户共创
激发全网影响力

科普招募裂变—科普内容圈粉—科普作品破圈 三步走实现人工智能技术人人听得懂，种草讯飞品牌

12.17

12.22

01.20

01.31

STEP1 科普招募裂变
全网寻找AI科普官

STEP2 科普内容圈粉
#谁是超会科普AI的人#全面开花，优质科普内容圈粉

STEP3 科普作品破圈
全面建立讯飞与春晚演员卢鑫玉浩关联

#科大讯飞寻人启事
达人&粉丝矩阵裂变招募活动

【微博话题首发快速发酵】
微博热搜&卢鑫玉浩相声作品&@评测超人@指南针NewAngle等博主
活动扩散

【全平台建立讯飞&春晚演员卢鑫玉浩关联】
微博、抖音、B站、小红书、视频号、爱奇艺等音视频网站、贴吧
扩散科普相声作品

讯飞首席AI科普官
卢鑫玉浩联合招募

【B站核心内容输出】
B站专题页活动聚拢科普PUGC，@安森垚@严伯钧等知名科普达人、@
你好Pumg@浪_Wave等音乐区达人参与内容创作、话题发酵

【营销行业案例收录】
广告狂人、创意黑榜、social
marketing作品借势扩散

【微博内容二次发酵】
@科技达人Jack@科技潮人@星探长等百名KOL+KOC参与科普创作、B
站内容搬运，通过跨平台联动实现品牌多端影响

STEP1 科普招募裂变 全网寻找讯飞AI科普官

寻人启事招募全面启动，达人+粉丝裂变快速炒热活动



科大讯飞
2021-12-27 10:41 · 3.6万浏览

#互动抽奖#谁是超会科普AI的人#

【寻人启事】科大讯飞全网找能把人工智能技术讲明白的人! 关注@科大讯飞, 【转+评+赞】此动态, 2022年1月30日抽出以下三个奖!

- ①科大讯飞智能录音笔A1, 10份!
- ②京东50元电子卡, 10份!
- ③B站大会员, 10份!

同时欢迎小伙伴们来投稿! 年龄性别都不限, 所有分区的up主和观众, 我们也欢迎! 关注@科大讯飞【不关注不行哦】😁, 带话题#谁是超会科普AI的人#发布一条视频, 只要你能把人工智能技术讲明白, 你就有机会成为讯飞的“AI科普官”! 将享有【科大讯飞全系列AI产品终身体验】的权益! [网页链接](#)

我们等你来挑战! #供电局福利社#

关 **注**

JD.COM 京东 950

科大讯飞 寻人启事

大会员 年卡

转发 评论 点赞



- 菜包宣传大使: @兔宝宝Timor @脆皮烧兔 @Nom1ya阿棉 #谁是超会科普AI的人# 12月18日 01:08 回复 1
- 好客山东2021: #谁是超会科普AI的人# 就是你们了@八月立秋十七 @低调振仔 @杜培祥V 12月22日 07:31 回复 1
- _金水草: #谁是超会科普AI的人# @Cas-chan @我看你是想遭锤 @困因_0926 12月26日 14:11 回复 赞
- 宝青坊主: #谁是超会科普AI的人#全都要要@暴富的小班蛙 @褚云松 @锦良一心 12月26日 12:53 回复 赞
- 阿啾: #谁是超会科普AI的人#手机 笔记本 平板! ! @麻辣小龙虾 @夏!三三 @神冥 12月26日 00:49 回复 赞



讯飞首席AI科普官卢鑫玉浩，用相声的方式拉开人工智能科普序章 打样原来科普还能这么玩！



播放量

科普相声《用技术说话》作品播放量**225W+**
是卢鑫玉浩**常规作品播放量的百倍**

互动量

点评赞**1.7W+**，**257倍**远超同期友商合作（66点评赞）

粉丝好感



粉丝喜欢

粉丝们热情地表达了对表演者的喜爱和赞誉，并有用户表示“没想到相声还能科普”、“科普题材的相声充满新意”

科普知识有效传达

活动KOL显著激发了微博用户对语音技术的兴趣，**整体核心技术谈论的比例达6.2%**

STEP2 科普内容圈粉

#谁是超会科普AI的人#全面开花

优质科普内容圈粉

#谁是超会科普AI的人# B站、微博双平台整合，合力发酵



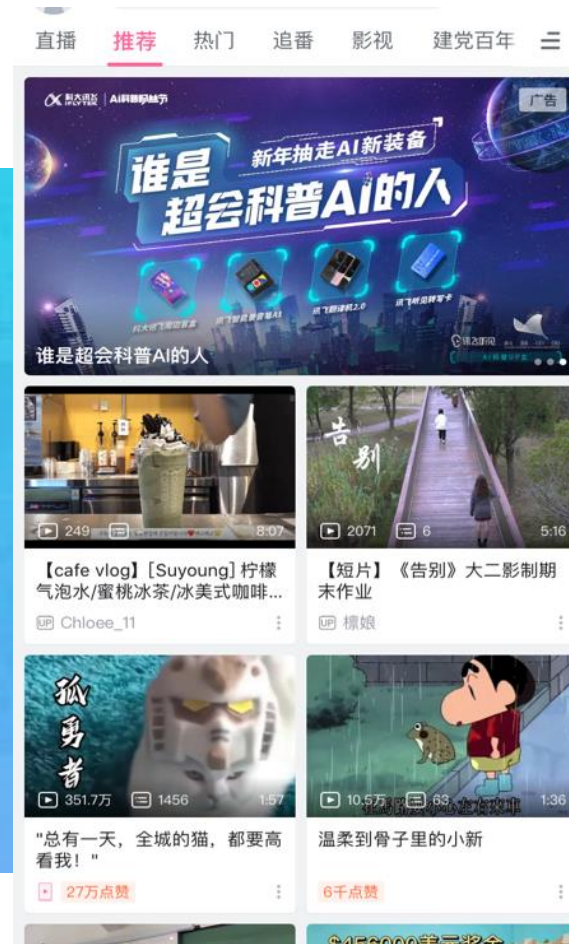
微博话题曝光

1.2亿+



微博话题讨论

4.5W+



B站专题页曝光

1441万



B站专题页点击

11.8万

10+ UP主跨界科普接力，花式科普创意作品坐实科大讯飞是个被人工智能耽误了的曲艺公司

用方言的，做动画的，玩说唱的，走古风的，搞“魔法”的，讲养猪的.....各式各样



微博百位达人按耐不住加入科普创作，再度激活科普氛围

- 10位千万粉丝KOL大V参与话题讨论，涉及科技、生活、娱乐等多种类型，覆盖更广。90位KOC参与技术科普，用自己的方式，让粉丝认识AI、了解AI

思想聚焦 1月12日 15:00 来自 微博 weibo.com

看完大家的科普，不谦虚的说，我觉得语音识别这块我可以挑战一下。#谁是超会科普AI的人#！要进行语音识别总共分五步，一、进行语音活动检测；二、前端语音增强（降噪，把噪声或者含有噪声的语音段落中的噪声清除）；三、信号处理和语音特征提取（将语音的时域信息转换成频率信息，然后通过滤波器提取语音特征。特征中包括了语音中频率、振幅和音色等等）；四、模型推理（推理每段语音对应哪些文字概率更大、结合上下文找出最合适的文字）；五、输出文字。别看步骤很多，我一比喻你就懂了。想象一下钢铁侠如何追击敌人，总共分五步，一、发现目标；二、精准锁定目标并进行追踪；三、对目标进行生物等特征提取，贾维斯会给出钢铁侠追击目标的一系列信息，比如性别、身份、特长、薄弱点等等；四、提供作战方案，比如从哪个方向，以什么方式，可以如何攻击到

非凡小凡凡_Ashley 和@中传播音系最靓的仔阿曦 PK古诗翻译...猜猜谁获胜? #谁是超会科普AI的人# 非凡小凡凡_Ashley的微博视频



01月21日 13:48 来自 微博视频号

星探长 1月12日 14:43 来自 微博 weibo.com

#谁是超会科普AI的人# 原本以为这一题我不会，看了大可能也会。

来讲讲语音转文字，就是巴拉巴拉一段语音说完，哔哔哔先机器识别出语音并进行清晰处理，对纯净语音进行发音特色并进行归一化处理。接下来就到重头戏了——析每段语音的特征，推理出对应那个文字的概率更大，以合适的文字。

就像小学语文考试：看拼音写汉字。tong hao可以拼出哪一个呢？如果上文都在说做饭、涮火锅，那八九不离十一笔一画写出来，你将会收获老师的一个红对勾。

这也是讯飞听见APP语音转文字里的一个环节模拟。现在小孩学习一样一样滴~并且自学习能力极强！越用转写的越溜。职场、学习生活中外，讯飞听见App的语音转文字、云会议等功能还能够辅助听障人员与其他人进行沟通，真正做到了让世界“听见AI的声音”！

源泉学长 #谁是超会科普AI的人#花式科普这个我也能来！咱就是说机器翻译，就是通过计算机实现一种自然语言到另一种自然语言翻译的一个大动作。它的原理就是将待翻译的句子在递归神经网络（RNN）下整理成一个句子向量S，再通过另一个RNN通过迭代方式生成目标语言。是不是有点黑人问号？每个字都认识，连在一起就是看不懂了？咱们换个形式理解一下，就像地下工作者发电报，将想要发送的句子进行拆分，逐一地对每个词的语义进行编码，最终整理成密码句，然后滴滴滴滴...滴滴滴...滴滴滴的进行发送。对方接收到密码句后对一整串密码进行破译、解析，最后用目标语言对密码句进行输出。

01月12日 14:43 来自 微博 weibo.com

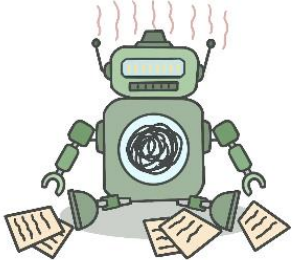
5G科技新生活 2021-12-29 18:43 来自 微博 weibo.com

#谁是超会科普AI的人#人工智能可以让你听懂宝宝说的话，是不是非常神奇。有这样一款智能应用，当宝宝放声大哭的时候，它会录下宝宝的哭声，再通过语音识别算法理解宝宝的哭声，从而分析出这哭声到底是什么意思，“我要睡觉”还是“我要喂奶”。这样家长们就可以第一时间了解宝宝的真实需求啦！

阅读 99.3万 推广 21 53 50

科技狂人Jason 2021-12-28 17:33 来自 微博视频号

#谁是超会科普AI的人# #科大讯飞寻人启事#实时转写有时候没有非实时转写精准的原因，这不跟我总是错误回复我女朋友一个逻辑么！就是反应太快了，张嘴就说（实时翻译），就容易出错。下次还是得再想一想，好好参考一下女朋友刚说过的上下文，才能避免皮肉之苦。这么一解读，我突然和语音转文字机器人有了同病相怜的感觉。视频来源：B站UP主“这知识好冷”



所以就缺少时间对上下文参考

阅读 117万 推广 1201 209 369

大脸盘子okey 2021-12-31 17:53 来自 iPhone客户端

【看的时候别喝水】全程高能!!! 什么是说唱，什么是持证上岗，什么是复合型人才。是#谁是超会科普AI的人#



大型人工智能科幻相声演员证

阅读 69万 推广 转发 评论 赞

互联网热门事 2021-12-29 18:43 来自 微博 weibo.com

继围棋AI后人类又发明了麻将AI，麻将AI要比围棋运算更为复杂，先不说那136张牌的排列组合不同地域的不同规则玩法，单就从博弈论的角度来看，麻将AI只能看到自己手中很少的牌和所有人打出来的牌，更多的牌是看不到，包括另外三位玩家的手牌以及摸牌。面对如此多的隐藏未知信息，麻将玩家很难仅根据自己的手牌做出一个很好的决策，除了正常的摸牌、打牌之外，还要经常决定是否吃牌、碰牌、杠牌、立直以及是否胡牌，综合整体情况要先判断输赢等等。玩儿个牌也是心累了~ #谁是超会科普AI的人#



阅读 162万 推广 127 106 217

在下科技君 1月12日 14:40 来自 微博 weibo.com

“欢迎使用高德导航，志玲等你下次见面~”

“床前明月光，我是郭德纲，前方直行，前边路口有丈母娘”

“哦买噠！前方是事故多发地段，美颜要注意安全哦~”

我的天，为什么这些文字有声音！当你看到这句话，脑海里响起声音，如果你还有一些模仿能力，能将这三句都模仿出来。。那么恭喜你，你已经在不知不觉完成了一次语音合成！

语音合成就是“将文本输出成自然流畅的语音”，以志玲的语音包为例，它的制作有两种方法——波形拼接语音合成及参数生成语音合成。

波形拼接就是志玲会录制一些录音稿件，算法会提取发音的波形并存入数据库中，再遇到相同发音的文本就在数据库中直接抽取，进行拼接及平滑处理。

而参数生成则是将志玲的发音分析得到频谱、基频等声学参数，然后通过构建文本到声学参数映射的声学模型，实现文语转换。

正是依托这样强大的算法及数据库，才让我们在行驶中多了很多乐趣，甚至消减了很多路怒~

看完#谁是超会科普AI的人#大家的科普实在忍不住也想来秀个肌肉了，@科大讯飞是不是很666

阅读 178万 推广 507 1284 5478

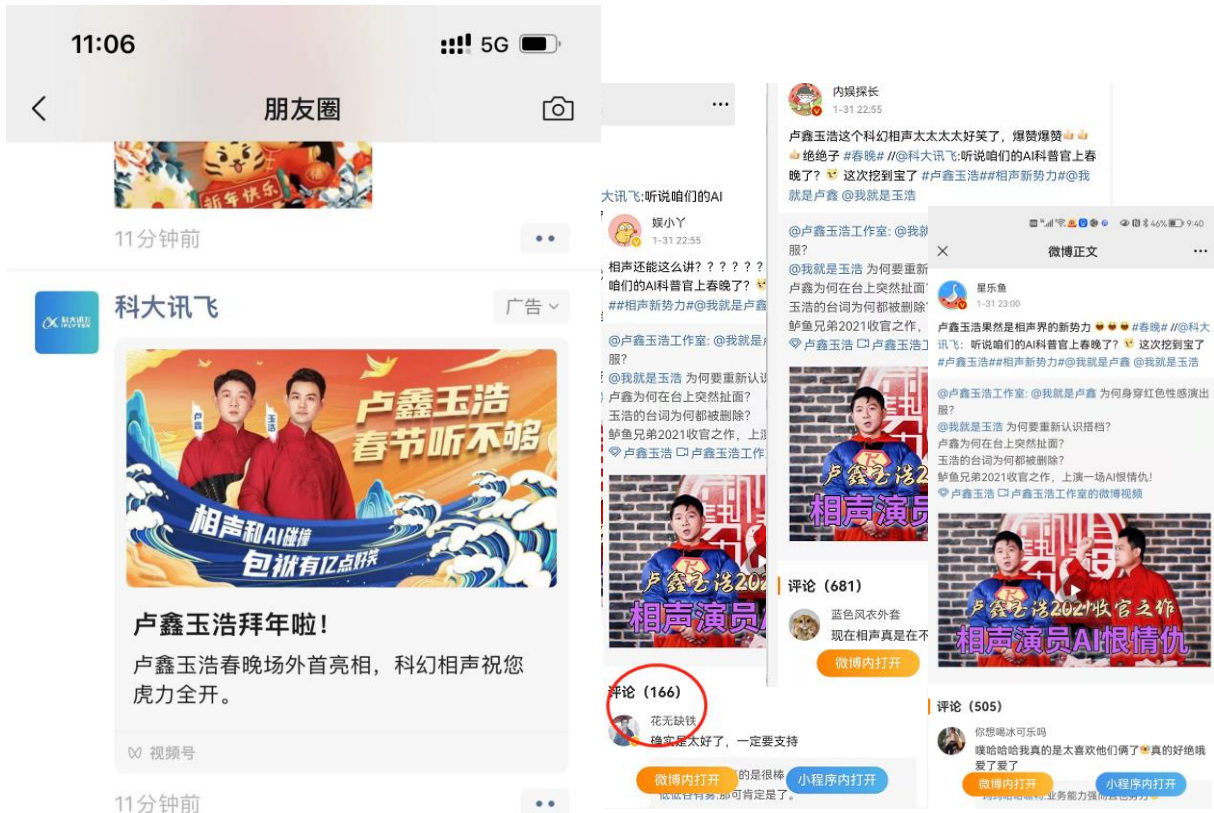
STEP3 科普作品破圈

全面建立讯飞与春晚演员卢鑫玉浩关联

卢鑫玉浩上春晚巧借势，《用技术说话》破圈建立品牌关联

春晚当天，朋友圈广告&微博娱乐大号趁热发酵《用技术说话》

《用技术说话》全网入驻卢鑫玉浩经典相声合集，助推品牌破圈影响



项目传播热度远超预期:

- 品牌声浪: 收获4.5亿+曝光, 350%达成传播目标
- 品牌兴趣: 收获23W+点评赞
- 品牌美誉: 社交媒体正面舆论 (NSR) 占比94.8%, 远超行业均值85%
- 品牌影响: 营销行业案例收录4次, 破圈建立讯飞&春晚演员卢鑫玉浩品牌关联

核心技术科普传播有效提升18-25岁年轻族群的品牌认知深度:

科普后, 人工智能无提示第一提及>18-25岁年轻人的品牌认知度达到12%, 高出26-50岁人群7个百分点, 有效提升了年轻族群的品牌认知深度; 人工智能总认知>提示前认知提升39%, 提示后认知提升57%, 品牌认知广度显著提升。

科技导向、进取、有活力的、新潮/酷在用户心智中形象感知显著提升:

科普活动让参与者显著了解到科大讯飞以科技导向的品牌定位, 显著感知到科大讯飞品牌的进取、活力与激情、新潮/酷等品牌调性。

有效提升年轻人对人工智能技术的兴趣度, 高出26-50岁人群6个百分点:

科普活动后, 91%的受众表示有兴趣深入了解人工智能技术, 比科普活动前提升3%; 94%的18-25岁年轻人有兴趣深入了解人工智能技术, 高出26-50岁人群6个百分点。

科技力对年轻人的品牌购买意向影响程度高于大众7个百分点:

科普后, 科技力对品牌购买高意向力影响程度提升27%; 其中对年轻人的品牌购买意向影响程度高于大众7个百分点。

科大讯飞&AI讨论关联度提升276%, 夯实品牌认知:

项目运行期间, 在微博、抖音、B站、小红书平台, 有关科大讯飞相关讨论中, 用户讨论最多的内容为AI, 共计39,714次, 对比项目执行前, AI相关讨论量仅为8,405, 用户AI相关讨论量提升276%。

科大讯飞B站号涨粉8423, 视频号获赞10.3W+

传播热度远超预期，正面舆论占比94.8%的品牌美誉值表现突出



品牌声量

收获**4.5亿+**曝光，**350%**达成传播目标

※4.5亿=微博话题页1.2亿+B站专题活动2447W+PUGC帖子曝光3.3亿

品牌兴趣

收获**23W+**点评赞

品牌美誉

社交媒体正面舆论（NSR）占比**94.8%**，远超行业均值85%

※NSR=（正面-负面）/（正面+负面），用于衡量品牌/活动口碑

品牌影响

营销行业案例收录**4次**，破圈建立讯飞&春晚演员卢鑫玉浩品牌关联

※广告狂人、创意黑榜、social marketing创意案例收录共4次；
抖音、B站、小红书、视频号、爱奇艺，贴吧等平台已建立“卢鑫玉浩”关键词与科普相声《用技术说话》关联

