

AI 视频短片创作 + 银行零售营销主题系列

讲师：柯雨金

一、课程背景

当前，银行零售业务已进入数字化竞争的白热化阶段，储蓄、信贷、银行卡、贵金属、个人理财等零售产品同质化现象加剧，传统“线下网点推销 + 线上图文宣传”的营销模式逐渐失效。客户注意力被多元化数字内容分散，对营销信息的接受门槛显著提高，如何快速打造有吸引力、高转化的零售营销内容，成为银行突破增长瓶颈的关键。

AI 视频创作技术的成熟为银行零售营销提供了全新解决方案。相比传统视频制作，AI 技术可实现“低门槛、高效率、低成本”的视频产出，能将复杂的零售产品规则、优惠活动、服务流程转化为生动直观的动态内容，精准触达不同客群。

然而，银行一线营销人员、产品经理普遍缺乏 AI 视频创作能力，难以将技术优势转化为营销实效。为此，亟需通过系统化培训，帮助银行从业者掌握 AI 视频创作技能，助力零售营销实现“内容创新 + 效率提升”的双重突破。

二、培训目标

知识目标：学员清晰掌握 AI 视频创作的核心原理、发展趋势及主流工具特性，深入理解银行零售营销的场景需求（如获客、活客、产品转化），明确 AI 视频与零售营销的结合逻辑及合规要点。

技能目标：学员能够独立完成“零售营销主题策划→AI 剧本生成→高清素材制作→动感视频合成→剪辑配音优化”全流程操作，可针对储蓄、信用卡、消费贷等不同零售产品，产出符合银行品牌调性的 AI 营销视频。

素养目标：培养学员的“技术 + 营销”复合思维，提升对零售客群需求的洞察力，增强利用 AI 工具优化营销效果的主动性，确保创作内容兼具吸引力与金融合规性。

三、教学方法

理论精讲 + 场景代入：通过“技术原理 + 营销案例”双轨讲解，结合银行零售实际场景（如社区获客、线上裂变、节日营销），让学员理解 AI 视频的应用价值，避免纯技术理论的枯燥性。

工具实操 + 实时指导：提供剪映 AI 版、MidJourney、Runway 等工具的实操环境，讲师分步骤演示操作流程，针对学员在“剧本生成、素材优化”等环节的问题，进行 1 对 1 实时指导，确保技能落地。

案例拆解 + 分组共创：选取工商银行“信用卡节日营销 AI 视频”、招商银行“储蓄产品社区推广短片”等标杆案例，拆解创作逻辑；再以小组为单位，给定零售产品主题（如“校园信用卡推广”），完成从策划到成品的共创任务，强化团队协作能力。

1. **合规审核 + 点评复盘**：邀请银行合规部门专家参与课程，针对学员作品的金融信息准确性、风险提示完整性进行点评；课后提供“作品优化清单”，帮助学员复盘薄弱环节，提升创作质量。

四、内容大纲

第一章、AI 视频创作 + 银行场景主题宣传的优势

1、银行零售营销的现状与痛点

- 剖析当前银行零售营销的主流方式（如网点海报、短信群发、线上图文），指出其存在的“触达率低、转化链路长、客群匹配度差”等问题。
- 结合具体数据（如某银行零售图文广告点击率不足 1%、传统视频制作成本超 5 万元 / 条），量化传统营销模式的效率瓶颈。

2、AI 视频创作的核心优势

- **效率优势**：对比传统视频“脚本→拍摄→剪辑”30 天周期，AI 视频可实现“24 小时快速出片”，满足零售营销“节日节点、政策窗口期”的紧急需求。
- **成本优势**：拆解 AI 视频创作的成本构成（工具订阅费 + 人力成本），以“剪映 AI 版”为例，单人月均创作 10 条视频的成本不足传统模式的 1/10。
- **适配优势**：AI 视频支持“多版本快速迭代”，可针对青年客群（活泼风格）、中老年客群（简洁风格）、高端客群（专业风格）生成定制化内容，提升客群匹配度。

3、AI 视频与银行零售场景的契合点

- **产品宣传场景**：通过 AI 动画演示信用卡“积分兑换流程”、消费贷“申请步骤”，解决传统图文“看不懂、记不住”的问题。
- **获客转化场景**：利用 AI 生成“社区理财小课堂”短片，嵌入网点地址、客户经理二维码，实现“内容观看→线下到店”的闭环。
- **客户服务场景**：制作 AI 视频版“银行卡挂失指南”“手机银行功能教学”，降低客户服务成本，提升满意度。

第二章、AI 视频创作趋势及工具介绍

1、AI 视频创作的发展趋势

- 技术趋势：从“文本生成图片”向“文本生成视频”升级，如 Pika Labs 支持“文字描述→10 秒动态视频”直接生成，未来将实现“多镜头自动编排”。
- 应用趋势：AI 视频与“私域营销”深度结合，可自动提取客户标签（如“房贷客户”“年轻妈妈”），生成个性化营销视频，提升私域转化率。
- 合规趋势：金融领域 AI 视频工具将增加“合规校验功能”，自动识别“收益承诺”“风险提示缺失”等违规内容，降低合规风险。

2、银行零售营销常用 AI 工具拆解

- 剧本生成工具：对比 ChatGPT（通用型，需优化金融话术）、豆包（支持“银行零售场景 prompt 模板”，如“生成信用卡校园推广剧本”）的使用场景与技巧。
- 素材制作工具：详解 MidJourney（生成高清产品场景图，如“信用卡绑定手机支付场景”）、Stable Diffusion（支持银行 LOGO、VI 色调定制）的操作步骤。
- 视频合成工具：重点讲解 Runway（文本生成短视频，适合“产品功能演示”）、剪映 AI 版（内置“银行营销模板”，支持一键添加字幕、特效）的核心功能。
- 配音工具：介绍讯飞配音（支持“专业金融播音腔”）、微软 Azure TTS（多语言配音，适配跨境零售业务）的选择与优化方法。

3、银行场景工具选型策略

- 小型银行 / 网点：推荐“剪映 AI 版 + 讯飞配音”组合，优势是“零技术门槛、免费功能满足基础需求”，适合快速制作社区营销短片。
- 中型银行 / 产品部门：建议“MidJourney+Runway + 豆包”组合，可实现“高质量素材 + 定制化剧本”，满足信用卡、理财等核心产品的推广需求。
- 大型银行 / 总行：推荐“企业级 AI 视频平台（如百度智能云 AI 视频）”，支持“多账号协作、合规审核插件、数据追踪”，适配全零售业务线的规模化创作。

第三章、AI 视频创作之主题方向与体系规划

1、银行零售营销主题细分

- 按产品类型划分：
 - 储蓄类：如“定期存款利率优势”“大额存单专属权益”主题。
 - 信贷类：如“消费贷申请指南”“房贷利率优惠活动”主题。
 - 银行卡类：如“信用卡积分兑换攻略”“debit 卡跨境免手续费”主题。
 - 理财类：如“低风险理财入门”“基金定投小知识”主题。
- 按营销场景划分：
 - 获客场景：“新客开户享好礼”“社区专属理财讲座邀约”主题。

- 活客场景：“节日转账手续费减免”“手机银行签到领积分”主题。
- 转化场景：“信用卡分期利率折扣”“理财到期续投福利”主题。

2、主题策划方法论

- 需求调研：通过“客户访谈 + 数据分析”，明确目标客群痛点，如针对年轻客群，挖掘“消费便捷性、权益丰富度”需求，确定“信用卡绑定支付返现”主题。
- 创意提炼：采用“痛点 + 解决方案”结构，如“担心理财风险？这款低风险理财帮你稳赚收益”，增强主题吸引力。
- 合规校验：建立“主题合规清单”，明确“不得承诺收益”“需标注‘理财有风险’”等要求，避免违规内容。

3、创作体系搭建

- 内容体系：构建“产品宣传库 + 知识科普库 + 活动推广库”三大库，每个库按“客群（青年 / 中年 / 老年） + 产品”分类，确保内容覆盖全零售场景。
- 流程体系：规范“主题申报→合规审核→素材制作→视频合成→发布追踪”五步流程，明确各环节责任人（如产品经理负责主题申报、合规专员负责审核）。
- 质量体系：制定“AI 视频质量标准”，从“内容准确性（产品信息无误差）、视觉美观度（符合 VI 规范）、时长适配性（短视频 30 秒内、长视频 3 分钟内）”三个维度进行把控。

第四章、AI 剧本创作之零售营销主题

1、零售营销剧本核心要素

- 客群定位：明确剧本的目标客群（如“25-35 岁职场女性”），匹对应应的语言风格（如活泼、亲切）、场景设定（如办公室、家庭）。
- 核心信息：突出“产品卖点 + 行动指令”，如“信用卡新用户首刷赠拉杆箱（卖点），点击链接立即申请（行动指令）”，避免信息冗余。
- 合规要点：必须包含“风险提示”（如理财视频标注“过往业绩不代表未来收益”）、“产品条款简化说明”（如信用卡分期利率计算方式）。

2、AI 剧本生成实操

- 精准 Prompt 设计：教授“场景 + 客群 + 产品 + 卖点”公式，如“生成社区中老年客群的定期存款营销剧本，场景为小区花园，卖点是‘利率高于同行 0.3%、支持部分提前支取’”。
- 工具优化技巧：以豆包为例，讲解“初稿生成后，追加指令优化”，如“将剧本中的专业术语‘年化利率’改为‘一年能赚的利息’，更易懂”。
- 多版本迭代：演示如何通过 AI 生成 3 个不同风格的剧本（如故事型、对话型、旁白型），再结合营销目标选择最优版本。

3、剧本审核与优化

- 内部审核：组建“产品经理 + 合规专员 + 一线营销员”审核小组，重点检查“产品信息准确性、合规性、客户吸引力”。
- 客户测试：选取 10-20 名目标客群，测试剧本的“理解度、兴趣度”，根据反馈调整内容，如将“专业术语”改为“生活化表达”。
- 案例实操：以“信用卡校园推广剧本”为例，带领学员完成“Prompt 设计→AI 生成→审核优化”全流程，产出合格剧本。

第五章、AI 高清图片创作

1、零售营销图片的核心作用

- 视觉吸引：高清图可突出产品细节（如信用卡卡面设计、贵金属产品外观），提升客户注意力。
- 场景代入：通过“客户使用产品的场景图”（如“用信用卡支付奶茶”），让客户直观感受产品价值。
- 信息传递：配合文字标注（如“定期存款利率表”），清晰展示产品关键信息，辅助视频内容理解。

2、主流工具实操指南

- MidJourney 实操：
 - 基础指令：教授“/imagine [场景描述]+[风格]+[分辨率]”，如“/imagine 年轻女孩用手机银行查询信用卡账单，明亮温馨风格，4K 分辨率”。
 - 定制优化：讲解如何添加“银行 LOGO”“VI 色调”指令，如“在画面角落添加 XX 银行红色 LOGO，整体色调为红色 + 白色”。
- Stable Diffusion 实操：
 - 模型选择：推荐“RealVis XL”模型，适合生成写实风格的零售场景图。
 - 插件使用：演示“ControlNet”插件的“姿态控制”功能，确保人物动作符合营销场景（如“客户经理向客户递信用卡”）。

3、图片筛选与优化

- 筛选标准：建立“相关性（与剧本主题匹配）、合规性（无侵权元素）、美观性（构图合理、色调统一）”筛选三原则。
- 优化技巧：使用 Photoshop 或在线工具（如 Canva），对 AI 生成图片进行“LOGO 叠加、文字标注、尺寸裁剪”，适配视频画面比例（如 16:9、9:16）。
- 实操训练：给定“消费贷申请场景”剧本，让学员通过 AI 工具生成 3 张图片，再进行筛选优化，产出符合要求的视频素材。

第六章、AI 动感视频创作

1、零售营销视频类型与特点

- 产品演示型：以“动画 + 旁白”形式，演示“手机银行转账流程”“信用卡积分兑换步骤”，特点是“步骤清晰、适合教学”。
- 场景故事型：通过“人物剧情”展现产品价值，如“年轻夫妻用消费贷装修新房”，特点是“情感共鸣强、转化效果好”。
- 活动推广型：突出“优惠信息 + 倒计时”，如“信用卡双 11 消费返现活动，仅剩 3 天”，特点是“紧迫感强、适合短期促销”。

2、视频生成工具实操

- Runway 实操：
 - 文本生成视频：演示“输入剧本片段 + 选择风格”，如“输入‘客户经理向客户介绍大额存单权益’，选择‘写实风格’，生成 10 秒视频”。
 - 素材合成：讲解如何将 AI 生成的图片、文本转化为动态视频，如“将‘利率表图片’添加‘滚动动画’，配合旁白讲解”。
- 剪映 AI 版实操：
 - 模板使用：教授如何选择“银行营销模板”（如“信用卡推广模板”），快速替换图片、文字、音乐。
 - 智能特效：演示“AI 自动添加字幕”“场景切换特效”，提升视频流畅度，如“从‘网点场景’切换到‘手机银行界面’，添加‘溶解’特效”。

3、个性化定制技巧

- 客群定制：针对中老年客群，调慢视频语速、放大字幕字体；针对年轻客群，添加“流行 BGM”“弹幕特效”。
- 产品定制：对高风险产品（如基金），在视频中添加“动态风险提示条”；对优惠活动，使用“闪烁箭头”“倒计时动画”突出关键信息。
- 实操任务：让学员以“校园信用卡推广”为主题，使用剪映 AI 版制作 1 分钟动感视频，要求包含“产品权益演示 + 校园场景画面 + 申请入口引导”。

第七章、AI 视频作品剪辑配音

1、剪辑核心技巧

- 节奏把控：根据视频类型调整节奏，如“产品演示型”视频每 10 秒展示 1 个步骤，“场景故事型”视频每 30 秒推进 1 个剧情节点。

- 画面优化：教授“画面裁剪（去除冗余部分）、色彩调整（统一 VI 色调）、转场选择（避免复杂特效，以“淡入淡出”“滑动”为主）”。
- 字幕添加：使用剪映 AI “自动字幕” 功能，确保字幕“字体清晰（建议微软雅黑）、颜色对比强（如白底黑字）、位置固定（底部居中）”，符合金融信息传达要求。

2、配音与音效优化

- 配音选择：根据视频风格选择配音，如“产品介绍”用“专业稳重腔”，“活动推广”用“热情活力腔”。
- 配音调整：通过工具调整“语速（正常 150 字 / 分钟）、语调（重点信息升调）、停顿（在‘行动指令’前停顿 0.5 秒）”。
- 音效添加：适量添加“背景音乐（选择轻柔纯音乐，音量不超过配音的 50%）、提示音（如‘按钮点击声’‘短信提示声’）”，增强体验但不干扰信息传递。

3、作品整合与审核

- 整合流程：演示“剪辑画面→添加配音→插入音效→叠加字幕→导出视频”的完整流程，确保各元素协调统一。
- 合规审核：重点检查“产品信息是否准确（如利率、期限）、风险提示是否醒目、无夸大宣传用语”，如发现问题，返回剪辑环节修改。
- 实操演练：让学员对第六章制作的“校园信用卡视频”进行剪辑配音，完成后提交小组审核，根据反馈优化作品。

第八章、AI 视频短片播放展示与反馈

1、播放渠道选择

- 线上渠道：
 - 私域渠道：微信视频号（适合 30 秒内短片，配合“朋友圈转发 + 客户经理私信推送”）、手机银行 APP（首页 Banner 位，播放“产品功能演示视频”）。
 - 公域渠道：抖音 / 快手（适合 15-60 秒剧情型视频，带 #银行信用卡# #理财小知识#话题）、小红书（适合“图文 + 短视频”组合，推广“信用卡权益、理财攻略”）。
- 线下渠道：
 - 网点渠道：ATM 机待机画面（播放“新客开户活动”）、网点电视屏（循环播放“理财知识科普视频”）。
 - 户外渠道：社区广告屏（播放“社区专属理财活动”视频）、地铁广告屏（播放“信用卡支付优惠”视频）。

2、推广策略制定

- 时间策略：根据客群活跃时间投放，如年轻客群在“晚间 7-10 点”推送抖音视频，中老年客群在“上午 9-11 点”推送微信视频号。
- 互动环节：作品点评反馈