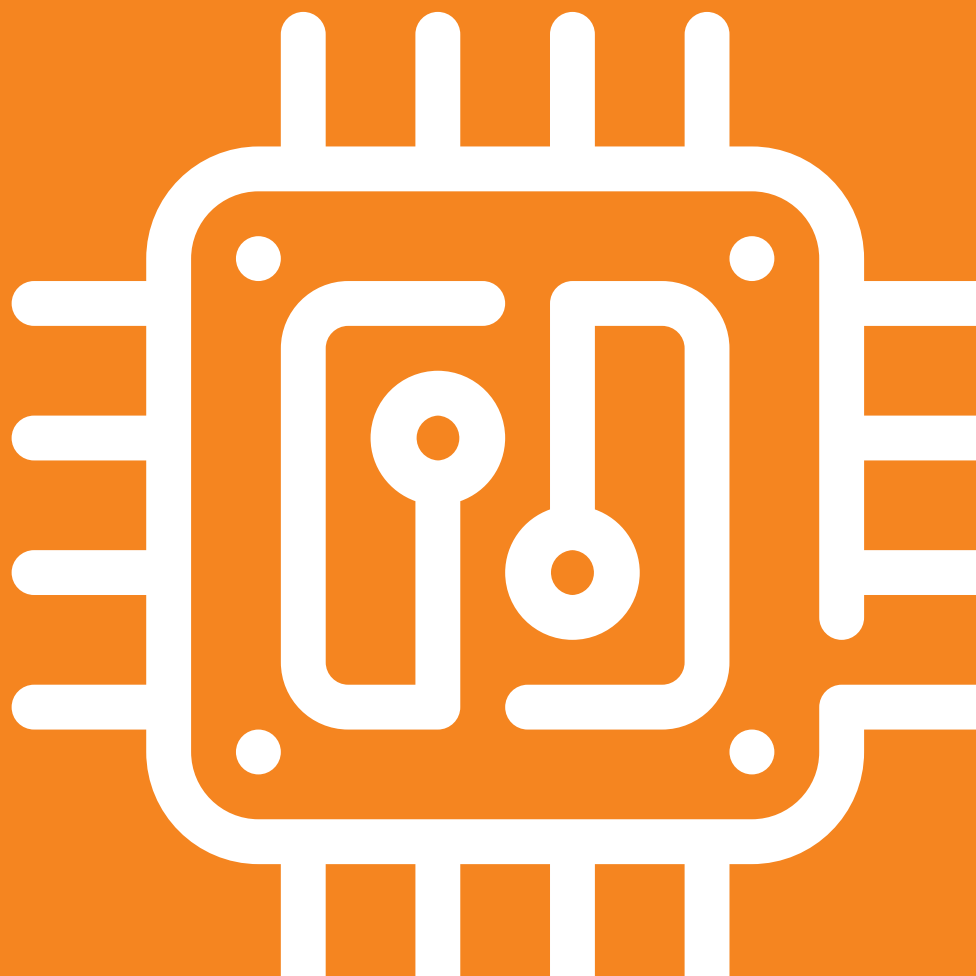


第一部分

人文认知：AI 时代的商业新范式



第 1 章

设计觉醒：你就是终极创造者



当工具的门槛消失，创造的权利终于回归于人本身。

两年前，深夜刷朋友圈，看到同行晒出一组用 AI 生成的概念图，那流畅的创意和惊人的细节，让我的心猛地一沉。那一刻，一个声音在脑海里响起：我这么多年练的手上功夫，熬过的夜，调过的色，是不是真的要没用了？

这种困惑和隐约的恐慌，我想是这个时代的许多创作者，都悄悄经历过的内心地震。我们曾以“技艺”为壁垒，以“效率”为骄傲，但 AI 似乎正在轻松地跨越了这些。

这让我想起历史上真实发生过的一幕。在照相术刚被发明时，整个肖像绘画行业一片哀鸣，相机“咔嚓”一下，比画师画几个月还像。当时很多人都说：“绘画完了。”但结果呢？绘画不但没有完，反而迎来了一场真正的解放。当“画得像”不再是唯一标准，画家们开始去探索光影的变化、情绪的流淌、形式的可能，等等。相机取代了“复刻现实”的画匠，也真正释放了“创造艺术”的画家。



如今，AI 带来的正是同样的转折。我也经历过那种不安，但后来我选择了跳进去，亲自去尝试。我开始学习如何与 AI 对话，并不是把它当作对手，而是将其当作一个全新、强

大且不知疲倦的助手。

这个转变是颠覆性的。以前，我将 80% 的精力耗费在了“执行”上：寻找素材、拍摄产品、调整构图……而现在呢？AI 在几分钟内便可以为我打好多个“草稿”。我被解放出来的时间和脑力，得以全部投入到过去只占 20% 却真正决定项目成败的工作上：前期的策略构思、中期的创意方向抉择，以及最终关乎品位与格调的审美把控。

我忽然理解了，这不是一场替代，而是一次能力的百倍放大。AI 接管了那些重复、烦琐、需要大量时间的“转化”劳动，而我，则专注于人类更擅长的“创造”本身：提出问题、定义愿景、进行价值判断。

因此，如果你也曾感到疑虑，我想说，那种感觉真实无比。但请别停留在恐惧中。历史告诉我们，每一次巨大的工具革命，淘汰的不是人，而是旧的作业方式；它真正赋予的，是让人回归到更核心的创造角色。不要害怕被 AI 取代，而要去思考，如何让 AI 将自己不可替代的那部分能力，放大一百倍。拥抱它，学习驾驭它，你会发现，你不是失去了战场，而是获得了一个更广阔的星空。

1.1 从工具到伙伴：AI 如何实现世界创作与商业逻辑

过去，我们总是把设计师比作“工具的驾驭者”。无论是鼠标、数位板，还是那些复杂的软件，我们花上好几年时间，就为了能精准地把脑子里的画面“搬”到屏幕上。那时候，人和工具的关系很单纯：我们主导，工具听话。但 AI 的到来，彻底改变了这场游戏。

它不再是一个只会服从指令的“工具”，更像是一个能听懂你、能帮你出主意，甚至能给你灵感的“伙伴”。比如，当你对它说：“我想要一个清晨的森林，雾气穿过阳光的感觉。”那么它给你的远不止一张静图。

它能给你一段雾气缓缓流动的动态视频。

它能给你十种不同季节、不同光影氛围的版本。

它还能根据你一句“雾气再朦胧些”，立刻调整出新的画面。

你与它的协作，从“下达命令”变成了“展开对话”。而这场对话，正在悄然重塑整个商业设计的底层逻辑。

1.1.1 创作从“终点”走向“起点”

以往，设计往往是产品、策略、文案等一切就绪后的“最后一环”，目的是将已有的想法“美化包装”。现在，设计可以前置。一个模糊的商业想法，可以通过 AI 快速地生成多种视觉概念，用于市场测试、内部沟通或投资演示。视觉不再是结果的表达，而是探索可能性的原型工具。

1.1.2 试错成本趋于零，创意得以解放

过去，一个创意方向可能会需要团队数周的执行才能验证。如今，几分钟内就能看到数十种视觉演绎。这让“大胆假设，快速验证”成为工作的常态，商业决策可以更早、更紧密地与用户反馈和视觉表现相结合。设计从昂贵的“工艺品定制”，转向敏捷的“创意实验”。

1.1.3 核心价值发生转移

当“执行”的门槛被 AI 大幅降低，你的时间与智慧便从“如何画出来”转移到了更高维度：“我们要画什么？为什么画这个？画成什么样才是对的？”你便从执行者，转变为策略的制定者、方向的判断者和体验的最终定义者。

1.2 视觉设计基石：掌控光影、构图与核心设计原理

一个常见的误解是：既然 AI 都能“画”了，那我们大学里学的基础课——那些光影、构图、色彩原理，是不是就过时了？甚至有人会问，“设计基础”“摄影”这些课程，是不是该取消了？

恰恰相反。这些动手练习过的“老功夫”，现在成了你最宝贵的财富。

正因为 AI 接管了执行，你过去亲手画过、亲手拍过、在时间里一点点沉淀下来的手感和眼力，才真正显现出了价值。它们是你判断、驾驭甚至超越 AI 的“底层操作系统”。

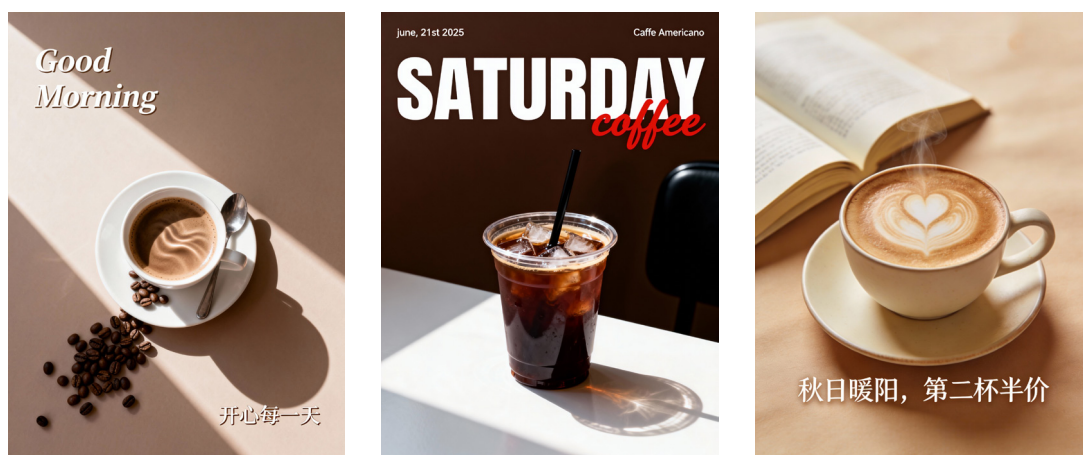
举个例子。如果 AI 生成了如下三张咖啡海报：

- 左图光线太平，咖啡杯像纸片，没有吸引力。
- 中图构图拥挤，Logo 和产品混在一起，分不清主次。
- 右图颜色浑浊，高级咖啡被拍出了速溶感。



如果没有那些“枯燥”的基础训练，你可能只会模糊地觉得“不对劲”。但因为你亲手布置过静物的光影，知道侧光才能勾勒出咖啡豆的油润质感；因为你亲手在取景框里反复构图，一眼就能看出视觉动线在哪里断掉了；因为你在调色时吃过苦头，才知道什么样的棕色调能传递出“醇厚”而不是“焦苦”。

这些知识，能够让你立刻诊断出症结所在：不是简单地说“重做”，而是能清晰地地下指令——“加强左侧的柔光，拉出咖啡杯的轮廓光；用三分法把 Logo 移到右上视觉焦点；把背景色调成暖灰，突出咖啡本身的烘焙色。”修改后效果如下。



你看，这时候，你过去的“手感”变成了你与 AI 高效沟通的“专业语言”。当别人对 AI 说“要高级感”，得到一堆空洞的金属和大理石时，你可以告诉它：“模仿阴天窗边的自然光，色彩饱和度降低到 20%，留白比例超过 60%。”这才是精准的协作。

专业度，从此不再取决于你操作软件的速度，而取决于你大脑里对“好”的定义有多清晰、多深刻。

更为关键的是，这种“底层操作系统”是跨领域的护城河。就像一个设计师去生成音乐，如果缺乏乐理和聆听的素养，即使 AI 给你一段旋律，你也很难判断它哪里平庸、哪里出众。同理，如果没有亲手画过、拍过、调过，那么你面对 AI 生成的画面，也会失去批判和驾驭的根基。

因此，别怀疑那些“过时”的基础训练。正是你亲手经历过的那些看似笨拙的实践，才让你在 AI 时代拥有了不可替代的判断力。

1.3 审美向左，商业向右：AI 时代你的真正护城河

如果技术可以普及，工具可以共享，那么 AI 时代，什么才是你真正的护城河？

很多人会说：审美。但我认为，只答对了一半。真正的护城河，是审美与商业理解力

的叠加。就像左脑与右脑，缺一不可。

审美是你的右脑。它承载着你的的人生阅历、情感共鸣与文化积淀。当 AI 批量产出 100 个方案时，是你的审美帮你识别出那个真正“动人”的答案，它是你在嘈杂中建立风格辨识度的基石。但仅有审美还不够。

商业理解力是你的左脑。它让你跳出“我觉得好看”的局限，而去追问：这个方案解决了什么商业问题？它在为谁创造价值？它是在流量争夺中一击制胜，还是在品牌建设里长期沉淀？当所有人都被表象迷惑时，是你的商业理解力帮你判断：什么样的美，才是有效的、可持续的、能穿越周期的？

AI 可以模仿风格，但它无法替你经历人生的悲喜，也无法替你理解商业的逻辑。

审美让你看见“什么值得做”，商业理解力让你看清“为什么这么做”及“如何持续地做”。前者提供方向，后者提供支撑。两者结合，才能把“灵感”变成“资产”，把“风格”变成“壁垒”。所以，AI 时代最重要的投资，是对这两种能力的同步培养。

广泛地看，深入地想。当左脑的理性与右脑的感性真正握手时，你才拥有那条无法被算法复制的、真正的护城河。

1.4 知行合一：建立 AI 时代的视觉思维体系

认知的觉醒，最终要落到行动的体系上。在 AI 时代，你需要构建一套新的、内化的工作循环，我称之为“观察—解构—指令—批判”循环。

1.4.1 观察与输入

改变你“看”世界的方式。不再是被动浏览，而是主动解构。看到优秀的作品（电影、绘画、摄影、建筑），下意识地分析：它的光影逻辑是什么？构图如何引导我的视线？色彩如何营造情绪？将分析转化为关键词，并存入你的“视觉词汇库”。

1.4.2 思考与解构

接到需求时，要先进行“翻译”。将“年轻化”“高端感”等模糊词汇，拆解为具体的视觉元素：是高明度、高饱和的色彩，还是克制的莫兰迪色系？是动态活泼的版式，还是大量留白的极简？这个步骤，便是将策略语言转化为 AI 能理解的视觉语言。

1.4.3 指令与生成

运用你的“视觉词汇库”，撰写结构清晰的提示词（**Prompt**）。一个有效的指令通常包含：主体描述、环境场景、视觉风格参考、具体的光影构图色彩要求、画面质量。清晰的指令是高效协作的前提。

1.4.4 批判与精修

将 AI 的产出视为“初稿”或“素材”，而非成品。运用你的原理知识和审美标准，进行严格的批判性审视：是否能够达成目标？原理上是否有瑕疵？最后，动用你的专业技能（如使用 **Photoshop**）进行关键的“最后一公里”优化。

综上所述，AI 带来的不是终结，而是一次设计的“归位”。它将我们从执行的束缚中释放，让我们得以回归设计的本源：深刻的洞察、策略性的思考、对人性的体察与对美的创造。

第 2 章

一句话点石成金：提示词从入门到精通



在人工智能驱动创意时代，提示词（Prompt）不仅仅是几行简单的文字输入，它是创作者与 AI 协作的“翻译”。掌握了提示词的构建逻辑，就意味着你拥有了调动万亿级参数模型的指挥权。本章将深入分析结构化的指令心法，帮你实现从模糊构思到成品级视觉产出的跨越。

2.1 提示词：从“盲盒式抽奖”到“确定性交付”

在 AI 圈子里，很多人把写提示词玩成了“开盲盒”。

这是一种典型的低效博弈：你输入一段模糊的话，然后等待 AI “开奖”。虽然偶尔会有惊喜，但更多时候是逻辑崩坏、风格跑偏。这种“盲盒式创作”无法复制，更无法支撑严苛的商业交付。

提示词的本质，不是为了消灭惊喜，而是为了消灭“随机的平庸”。

初级玩家基本在“抽盲盒”，指令含糊，把创作主权完全上缴。而指挥官在“要分红”：通过结构化的指令，先锁定画面的核心骨架。在保证不翻车的前提下，再让 AI “即兴发挥”。

在专业创作者眼中，提示词是一份“带边界的自由剧本”。创作者规定主角是谁、主角在哪儿、环境是什么光影，剩下的细节美化交给 AI 去发挥。这种“意图对齐”后的惊喜，才具备真正的商业价值。

2.1.1 提示词的战略地位

将 AI 想象成一位技艺顶尖但初来乍到的助理。

模糊指令示例：

“画一片森林。”

→ AI 只能根据概率给出“平庸平均值”，甚至可能产生细节矛盾的“幻觉”输出。

精准指令示例：

“秋日森林步道，金黄落叶覆盖地面，阳光从枝叶间透射，形成光斑，8K 高清画质，氛围宁静而温暖。”

→ 相当于为 AI 划定了清晰的创作边界，不仅能精准地命中预期，还可在专业维度补充超出想象的细节，带来商业惊喜。

好的提示词是结果导向的精准指引，它让你不沦为被技术驱动的执行者，而是成为驾驭技术的决策者。

在商业创作中，这种差异直接体现在产出效率与价值上。模糊指令意味着反复修改调试，消耗大量时间成本。精准指令往往能“一次成型”，让创作者聚焦于策略设计，去思考品牌与市场的需求。

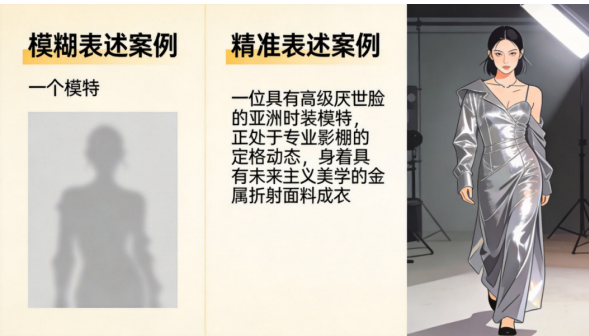
2.1.2 完美指令的构建法则

要实现成品级的产出，必须掌握结构化指令的四个核心要素：主体、细节、光影、风格。这四个要素环环相扣，你锁定的细节越多，翻车的概率就越低。

1. 主体锚点：建立画面的绝对主权

主体是画面的灵魂，决定了视觉叙事的重心，也就是“画的是什么”。

心法：不要只给一个名字，要给出一个特定的存在状态。这不仅是定性，更是直接划定了审美的起点，让 AI 无法在平均值里摸鱼。



2. 物理质感：打造商业视觉的底色

这是区分“廉价 AI 感”与“昂贵商用感”的关键，目的是建立物理说服力。

心法：通过对微观细节的描述，迫使 AI 调用高阶算力去模拟真实的物理反馈。这些细节会产生一种强烈的真实感，让观众产生“隔屏可触”的错觉，从而建立对产品的天然信任。



3. 环境光影：决定画面的商业溢价

光是视觉的灵魂，它决定了画面的“贵气”程度，本质上是在做情绪建模。

心法：不要指望 AI 随机给你光影，要利用摄影级的灯光术语进行人工布光。光影的设定直接决定了你这张图是价值 50 元的素材，还是价值 5000 元的海报。



4. 审美阶层：确立视觉的风格调性

告诉 AI 它是在为谁工作，这决定了系统会调用哪一部分“人类审美遗产”来组织画面。

心法：引入成熟的“视觉坐标”。不要试图描述所有美感，直接借用人类历史上已有的顶级审美标准（品牌、大师或媒介），学会“站在巨人的肩膀上”。

