

1.1

AIGC 的定义与核心概念

在 AI 界的共识中，AIGC 指通过机器学习、深度学习等 AI 技术，基于大规模数据训练，使算法模型具备自主生成文本、图像、音频、视频等内容的能力。

这一定义背后蕴含着三重技术要素，如图 1-1 所示。

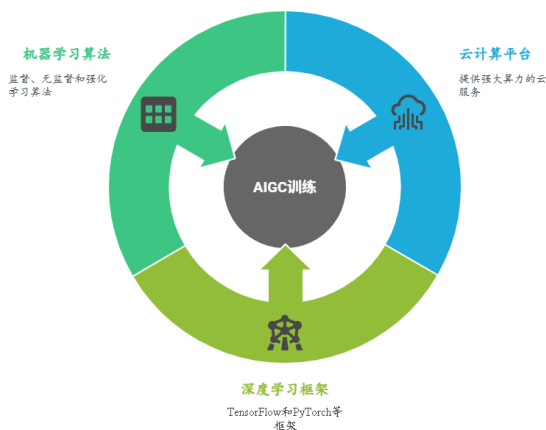


图 1-1 AIGC 三重技术要素结构

- **机器学习算法**：通过监督学习、无监督学习和强化学习，构成 AIGC 的训练基础；通过对海量数据的特征提取与模式识别，赋予模型“学习”能力。
- **深度学习框架**：如 TensorFlow、PyTorch 等，为复杂神经网络的构建与训练提供了高效工具，使得模型能够处理高维、非结构化数据。
- **云计算平台**：依托云计算平台的强大算力，模型得以在短时间内完成大规模参数优化，实现从理论到实践的跨越。

AIGC 并非简单的规则式输出，而是依托深度神经网络强大的表征学习能力，从海量数据中提取模式、规律与语义关联，进而生成具有创造性、多样性的内容。

与传统 AI 技术相比，AIGC 实现了从“感知—判断”到“创造—生成”的跨越。这种跨越的本质，在于算法架构与任务目标的根本性差异。以图像领域为例，传统计算机视觉技术侧重图像识别、目标检测等判别任务（如识别照片中的猫狗类别）；而 AIGC 中的图像生成模型（如 Stable Diffusion）能依据文本描述生成对应的艺术画作，实现从无到有的内容创造。

从技术底层来看，传统 AI 多采用分类器、回归器等判别模型，其核心目标是最小化预测结果与真实标签的误差；AIGC 则依赖生成对抗网络（Generative Adversarial Networks, GAN）、变分自编码器（Variational Auto-Encoders, VAE）等生成模型，通过对抗学习、变分推理等机制突破内容生成瓶颈。

以 GAN 为例，其生成器与判别器的对抗博弈过程，类似于艺术家与鉴赏家的互动：生成器不断优化输出以“骗过”判别器，判别器则持续提升鉴别能力，二者在动态博弈中共同推动生成质量的提升。

回溯 AIGC 的发展历程，其萌芽可追溯至 20 世纪 60 年代的 ELIZA 聊天机器人，但受限于算力与数据规模，早期模型的生成内容质量较低。

2013 年, 变分自编码器率先亮相, 2014 年正式发表于学术会议。VAE 利用概率图模型实现数据的隐空间建模, 为生成任务提供了全新的数学框架。2014 年 GAN 的提出, 通过生成器与判别器的博弈训练, 首次实现高质量图像生成, 成为 AIGC 发展的重要转折点。2017 年 Transformer 架构横空出世, 以自注意力机制解决长序列依赖问题, 推动文本生成领域跨越式发展, GPT 系列模型正是基于此架构实现了自然语言的连贯、逻辑化生成。

2020 年, OpenAI 推出的 GPT-3 凭借 1750 亿参数规模, 展现出强大的上下文理解与生成能力, 再一次引发全球对 AIGC 的关注热潮。近年来, 多模态大模型 (如 DALL·E 3、文心一言等) 的崛起进一步打通文本、图像、视频间的模态壁垒, 标志着 AIGC 进入多模态协同生成的新阶段。这些技术突破不仅重塑了内容生产范式, 更预示着 AIGC 将在智能创作领域释放巨大潜力, 从辅助工具逐渐演变为具备创造性的“智能伙伴”。

1.2 AIGC 的核心技术原理

AIGC 的蓬勃发展, 本质上是机器学习与深度学习技术不断突破的结果。机器学习为 AIGC 提供了数据驱动的学习框架, 深度学习则通过构建多层神经网络, 赋予模型强大的特征提取与内容生成能力。二者相互融合, 构成了 AIGC 的技术基石。

在机器学习领域, 监督学习、无监督学习与强化学习构成了 AIGC 训练的核心范式。监督学习通过标注数据训练模型, 使模型学习输入与输出之间的映射关系, 常用于文本翻译、图像分类等任务的预训练阶段; 无监督学习则能从无标注数据中自主发现模式和规律, 典型如聚类算法可对数据进行分组, 为生成模型提供潜在特征空间的结构信息; 而强化学习通过设计奖励机制, 让模型在与环境的交互中不断优化策略, 例如, OpenAI 的 GPT-4 在微调阶段就采用了人类反馈强化学习 (Reinforcement Learning from Human Feedback, RLHF) 技术, 通过收集人类对模型输出的评分, 引导模型生成更符合人类偏好的内容。

深度学习技术的革新, 则直接推动了 AIGC 跨越式发展。以 Transformer 架构为代表的神经网络, 凭借自注意力机制彻底改变了自然语言处理的格局。该机制能动态计算输入序列中每个元素的权重, 高效捕捉长距离依赖关系, 使得 GPT 系列模型能够理解复杂语义, 并生成逻辑连贯的文本。在图像生成领域, 卷积神经网络 (Convolutional Neural Network, CNN) 仍是基础架构, 通过多层卷积层提取图像的局部特征, 结合上采样、反卷积等操作实现图像的细节生成。例如, Stable Diffusion 模型就采用了 U-Net 架构, 这是一种对称的卷积神经网络, 既能提取图像特征, 又能逐步恢复图像细节, 最终生成高分辨率图像。

具体到 AIGC 的生成算法, GAN 是极具开创性的技术。它由生成器和判别器组成, 二者形成对抗博弈关系。生成器尝试生成逼真的数据, 判别器则负责区分真实数据与生成数据, 这种零和博弈促使生成器不断优化生成能力, 判别器提升鉴别精度。英伟达基于 GAN 开发的 StyleGAN 系列, 能够生成细节丰富、风格多样的人脸图像, 其生成的虚拟人物甚至难以与真实照片区分。VAE 则从概率建模角度出发, 将输入数据编码到潜在空间, 通过学习潜在空间的概率分布实现数据生成。在语音合成领域, VAE 能将语音信号映射到潜在空间, 再解码生成自然流畅的语音内容。

近年来兴起的扩散模型, 在图像生成领域展现出强大潜力。它基于物理学中的扩散过程, 通过逐步向数据添加噪声, 再经过反向去噪恢复数据的方式实现生成。相比传统生成模型,

扩散模型能够生成更高分辨率、更具创意的图像，且生成过程更可控。例如，Stable Diffusion 和 Midjourney 均采用扩散模型，用户仅需输入简单文本描述，就能生成风格各异的艺术作品。此外，多模态大模型（如 OpenAI 的 DALL·E 3 和百度的文心一言）的发展通过跨模态注意力机制，实现了文本、图像、视频等不同模态数据的协同生成。这类模型通过共享参数空间，将文本语义映射到视觉表征，或将图像特征转化为文本描述，极大拓展了 AIGC 的应用边界。

数据处理技术在 AIGC 中同样不可或缺。高质量、大规模的数据是训练强大模型的基础，但原始数据往往存在噪声、冗余或分布不均衡等问题。为此，数据清洗、增强和归一化技术被广泛应用。例如，在训练图像生成模型时，通过旋转、裁剪、添加噪声等数据增强手段，可扩充数据集规模并提升模型的泛化能力；而在文本生成领域，Word2Vec、BERT 等预训练模型则通过无监督学习，将文本转化为可计算的向量表示，为后续生成任务提供语义基础。

模型优化技术则保障了 AIGC 的训练效率与生成质量。除了经典的随机梯度下降（Stochastic Gradient Descent, SGD）算法，Adam、AdaGrad 等自适应优化算法被用于加速模型收敛。为解决深度学习模型参数过多、训练时间过长的问题，分布式训练技术将计算任务分配到多个 GPU 或服务器上并行处理。模型压缩技术（如剪枝、量化等）通过减少模型参数和计算量，使 AIGC 模型能够在资源受限的设备上运行。

从机器学习范式到深度学习架构，从生成算法到数据处理技术，AIGC 的技术体系是多种创新的集大成者。这些技术的协同演进，不仅推动了内容生成能力的飞跃，也为 AI 的发展开辟了新的方向。

1.3 AIGC 的应用领域概览

AIGC 正以前所未有的速度重塑内容生产格局，其应用场景覆盖文本、图像、音频、视频等多个领域，不仅大幅提升创作效率，更催生出全新的内容形态与商业模式。

1.3.1 文本生成：从智能写作到对话交互

在内容创作领域，AIGC 已成为高效的文字生产助手。在新闻行业中，路透社、美联社等媒体机构利用 AIGC 自动生成财报快讯、体育赛事简讯，单篇稿件生成时间从小时级缩短至分钟级，且能实现 7×24 小时不间断生产。电商平台借助 AIGC 撰写商品描述，通过分析产品特性与用户画像，生成个性化营销文案，转化率较传统模板提升 30% 以上。在文学创作领域，AIGC 展现出独特的激发创意的能力，例如，字节跳动的“豆包”可以根据设定的故事框架续写小说，为作者提供情节灵感；在诗歌创作场景下，模型能结合不同文化背景与情感基调，生成对仗工整、意境优美的诗句。

在对话交互层面，智能客服系统是 AIGC 的重要应用方向。京东、淘宝等电商平台的智能客服日均处理百万级咨询量，基于 Transformer 架构的对话模型能够理解复杂语义，精准识别用户意图，不仅能解答常见问题，还能处理退换货、优惠活动等复杂业务流程。教育领域的智能学习助手则能根据学生提问，实时生成知识讲解、习题解析，实现“一对一”个性化辅导。

1.3.2 图像生成：从创意设计到虚拟制作

在图像生成领域，AIGC 正颠覆传统设计流程。在广告与营销行业，Midjourney、Stable

- **未来计划:** 表明下一步行动方向, 体现主动性。
- **表达目标:** 明确汇报期望达成的效果 (如争取资源、获取认可等)。

该结构优势在于条理清晰、重点突出, 能根据不同对象调整内容侧重点, 高效传递信息, 满足各类汇报场景需求。

以下是总结汇报场景中两个提示词的参考案例。

案例 1

汇报对象: 部门经理。

关键成果: 超额完成季度销售目标。

重点工作: 拓展新客户资源, 优化销售话术培训。

数据支撑: 季度销售额达 200 万元, 同比增长 30%, 新开发客户 50 家。

未来计划: 制定下一阶段客户维护方案, 探索新市场。

表达目标: 展示工作能力, 争取更多资源支持。

撰写一份季度销售工作总结汇报, 围绕上述内容, 突出成果与计划, 用数据体现业绩, 向部门经理展现工作价值。

案例 2

汇报对象: 公司高层。

关键成果: 主导完成公司重点项目研发。

重点工作: 协调技术、设计等多部门合作, 攻克技术难题。

数据支撑: 项目按时交付, 研发周期缩短 20%, 成本降低 15%。

未来计划: 推动项目落地应用, 进行市场推广。

表达目标: 获得高层对项目后续发展的认可与支持。

撰写一份项目研发总结汇报, 阐述项目研发过程与成果, 说明未来规划, 争取公司高层对项目后续资源投入与政策支持。

2.3.2 营销文案

营销文案广泛应用于产品推广的各个环节。新品上市时, 用于吸引消费者目光; 节日促销中, 用于激发购买欲望; 品牌升级阶段, 用于传递全新理念。无论是电商平台的商品详情页、社交媒体的种草内容, 还是线下活动的宣传物料, 都离不开营销文案的精准发力, 助力产品走进消费者心中。

营销文案类提示词结构如下: **产品名称 + 核心卖点 + 目标人群 + 使用场景 + 传播渠道 + 情感共鸣点**。

- **产品名称:** 明确推广主体, 强化品牌记忆。
- **核心卖点:** 提炼产品独特优势, 直击用户需求。
- **目标人群:** 精准定位潜在消费者, 确保内容的针对性。
- **使用场景:** 构建产品应用场景, 增强代入感。
- **传播渠道:** 匹配渠道风格, 优化文案呈现形式。

- **情感共鸣点:** 激发用户情感认同, 提升转化动力。

该结构优势在于多维度拆解营销要素, 通过精准定位、场景化表达与情感联结, 高效传递产品价值, 适配不同营销场景需求。

以下是营销方案类两个提示词的参考案例。

案例 1

产品名称: 云感智能颈椎按摩仪。

核心卖点: 仿生揉捏技术, 15 挡力度调节, 无线便携。

目标人群: 长期伏案工作的白领、低头族。

使用场景: 办公室午休放松、长途差旅途中。

传播渠道: 小红书种草笔记。

情感共鸣点: 告别颈椎僵硬酸痛, 随时随地享受专业按摩, 呵护颈椎健康。

撰写一篇小红书种草文案, 以云感智能颈椎按摩仪为核心, 围绕其卖点、使用场景展开, 用真实体验感引发白领共鸣, 吸引用户关注购买。

案例 2

产品名称: 轻氧低糖益生菌酸奶。

核心卖点: 0 蔗糖添加, 富含 5 种活性益生菌, 助消化促吸收。

目标人群: 健身爱好者、注重健康饮食的年轻群体。

使用场景: 健身后补充营养, 早餐搭配。

传播渠道: 抖音短视频广告。

情感共鸣点: 轻松享受美味, 兼顾健康与口感, 为生活注入轻盈活力。

创作一条抖音短视频广告文案脚本, 突出轻氧低糖益生菌酸奶的健康属性与美味特点, 结合健身、早餐等场景, 用活力风格激发年轻用户兴趣, 促进产品转化。

2.3.3 分析报告

分析报告在职场中是重要的决策辅助工具。在市场策略调整时, 用于剖析行业趋势; 在项目复盘阶段, 用于总结经验教训; 在企业战略规划期, 用于支撑发展方向决策。无论是经济形势研究、产品数据解读, 还是竞品动态追踪, 都需要分析报告深度挖掘信息, 为后续行动提供可靠依据。

分析报告类提示词结构如下: **报告主题 + 分析目标 + 数据来源 + 分析维度 + 核心结论 + 建议方向**。

- **报告主题:** 明确报告核心内容, 奠定整体基调。
- **分析目标:** 清晰阐述报告要解决的问题, 确保方向准确。
- **数据来源:** 注明数据出处, 增强报告可信度。
- **分析维度:** 确定从哪些方面展开分析, 保证逻辑性与全面性。
- **核心结论:** 提炼关键结果, 突出分析重点。
- **建议方向:** 基于结论给出可落地的建议, 体现报告价值。

该结构优势在于系统化梳理分析要素,从问题出发,用数据支撑,最终提供解决方案,适用于各类分析场景。

以下是分析报告类两个提示词的参考案例。

案例 1

报告主题: 2024 年 Q4 线上美妆产品销售分析报告。

分析目标: 找出销售增长或下滑原因,挖掘潜在市场机会。

数据来源: 公司电商平台后台数据、行业公开报告。

分析维度: 产品品类销量、用户购买时段、竞品对比。

核心结论: 精华类产品销量同比增长 50%, 每晚 8 点至 10 点为购买高峰时段, 部分竞品在新功效上表现突出。

建议方向: 加大精华类产品推广力度, 优化夜间促销活动, 针对性开发新功效产品。

撰写一份 2024 年 Q4 线上美妆产品销售分析报告, 依据上述内容, 结合数据深入剖析销售情况, 得出结论并给出可行建议。

案例 2

报告主题: 某区域市场新能源汽车用户需求分析报告。

分析目标: 了解用户购车偏好, 为产品布局提供参考。

数据来源: 问卷调查数据、线下访谈记录、市场调研机构数据。

分析维度: 用户年龄分布、购车预算、续航里程需求、充电设施关注度。

核心结论: 年轻群体占比超 60%, 15 万 ~ 25 万元预算的车型需求旺盛, 用户对续航里程和充电便利性高度关注。

建议方向: 推出年轻化车型设计, 优化价格为 15 万 ~ 25 万元的产品线, 加强与充电桩运营商合作。

撰写一份某区域市场新能源汽车用户需求分析报告, 围绕目标, 整合多维度数据进行分析, 总结结论并提出针对性建议。

2.3.4 商业计划书

商业计划书是创业者与投资者、合作伙伴沟通的桥梁, 广泛应用于融资洽谈、战略规划、项目合作等场景。在寻求资金支持时, 用于展示项目潜力; 在规划企业发展路径时, 用于梳理商业模式与目标; 与外部合作时, 用于阐述合作价值与愿景, 助力项目落地与资源整合。

商业计划书类提示词结构如下: **项目名称 + 市场痛点 + 解决方案 + 商业模式 + 团队优势 + 融资需求**。

- **项目名称:** 点明核心业务, 塑造品牌初印象。
- **市场痛点:** 精准定位行业现存问题, 凸显项目必要性。
- **解决方案:** 展示产品或服务如何解决痛点, 体现创新性。
- **商业模式:** 清晰说明盈利方式、收入来源与成本结构。
- **团队优势:** 突出核心成员背景、经验与资源, 增强信任感。

3.3 创意图片生成



扫码查看完整版

不论是商业广告、社交媒体、艺术创作，还是科学研究，高质量的图片都是传递信息、吸引受众的关键工具。但图片获取和创作方式往往面临着诸多限制，如成本高昂、耗时费力、创意受限等。AI 绘画技术的出现，为图片生成提供了一种新的解决方案。它不仅能快速生成高质量的图片，还能根据用户的需求进行定制化创作，极大地提高了图片创作的效率和灵活性，同时还为创作者提供了更多的灵感来源。

3.3.1 图片生成

AI 图片生成是利用深度学习算法，根据用户输入的文本描述、参考图片或简单草图，快速生成高质量图像的技术。其应用场景广泛，涵盖广告设计、游戏开发、影视制作、教育等多个领域。

场景 1：文字生图

文字生图是 AI 图片生成中最常见的应用场景之一。用户通过输入详细的文本提示词，描述期望生成的图像内容、风格、场景等信息，AI 工具会根据这些提示词生成相应的图片。

假设我们需要生成一幅“复古风格的咖啡馆内景”图像，完整的提示词可以是：“复古风格咖啡馆、木质桌椅、暖黄色灯光，墙上挂着黑白照片，角落里放着老式唱片机，书架上摆满书籍，午后的阳光透过窗帘洒在地上，4K 分辨率、胶片质感、温馨氛围。”

以即梦 AI 为例，输入上述提示词后，AI 会根据描述生成四幅充满复古氛围的咖啡馆内景图，如图 3-9、图 3-10、图 3-11、图 3-12 所示。用户可在四张图中挑选最合适的一张进行使用。



图 3-9 咖啡馆内景图 1



图 3-10 咖啡馆内景图 2



图 3-11 咖啡馆内景图 3



图 3-12 咖啡馆内景图 4

场景 2：参考图生图

参考图生图是另一种高效的图片生成方式。用户可以上传一张参考图像，AI 工具会根据参考图的风格、构图、色彩等特征，生成新的图像。这种方式特别适合需要保持某种特定风格或视觉效果的制作场景。

假设需要把一张白色小猫的图片换成橘色小猫，可以将小猫图片作为参考图，上传到 AI 工具，直接输入提示词，“**将图片中的白猫换成橘猫**”，如图 3-13 所示。

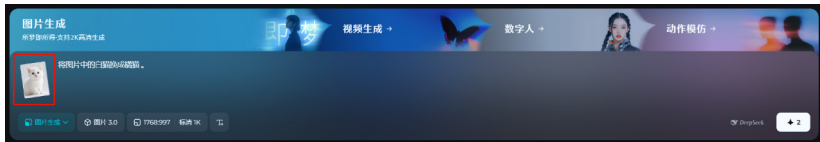


图 3-13 参考图上传

基于提示词与参考图（图 3-14），可以看到即梦 AI 的生成结果（图 3-15）。



图 3-14 原图



图 3-15 即梦 AI 生成结果

即梦 AI 高度复刻了参考图，这种参考图生图的方式不仅能帮助创作者快速实现风格转换，还能为插画师、设计师和教育工作者提供一种高效且富有创意的工具，将传统元素与现代风格完美结合，创造出独特的视觉作品。

3.3.2 图片编辑

在图片编辑领域，传统的专业工具如 PS（photoshop）一直占据着重要地位，凭借其丰富且强大的功能，帮助设计师们完成各种复杂的图片编辑工作。然而 PS 功能繁杂，新手往往需要投入大量时间学习，操作步骤也较为烦琐，处理一些简单需求时，效率不尽如人意。而使用 AI 进行图片编辑，无需复杂的图像处理技巧，只需输入相应的提示词，在保留原始图像基本元素的基础上，就可实现**内容修改、风格迁移、画质提升**等操作。

场景 1：风格迁移

风格迁移能将图像原有的艺术风格替换为指定类型，实现“一张原图，百种风格”的效果，适用于快速制作多版本宣传素材。

假设我们有一张中国古典园林的摄影作品（图 3-16），希望生成一幅具有同场景的卡通插画。那么可以直接将这张古典园林的摄影作品上传到 AI 工具，并输入提示词：“现代插画

风格，以中国古典园林为场景，保留亭台楼阁和假山池沼的元素，色彩鲜明，线条简洁，卡通化风格，适合儿童绘本。”

即梦 AI 的生成结果如图 3-17 所示。



图 3-16 作品原图

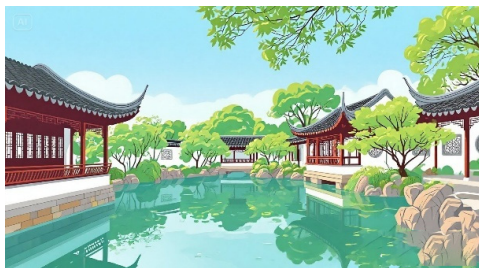


图 3-17 即梦 AI 卡通图

场景 2：图片内容编辑

当图片整体符合需求，但局部内容需要调整时，可以使用 AI 工具对图片内容进行编辑，通过智能识别和生成技术，AI 可以对图像中的特定内容进行替换、添加或删除等操作。

例如，用户有一张图片（图 3-18），想抠掉图中一处内容，可直接向 AI 输入具体的提示词：“去除女生耳边的玫瑰花。”AI 会自动识别花朵的位置，然后抠图去掉，且过渡自然，如图 3-19 所示。



图 3-18 原图



图 3-19 AI 修改后

3.3.3 图片分析

图片分析是指利用 AI 技术对图片中的内容进行识别、提取和解读，从而获取图片中的各种信息，如物体、场景、情感、文字等。这项技术不仅能帮助用户更深入地理解图片，还能在很多实际场景中发挥重要作用，从而提升工作和生活中的效率。

场景：教育辅助

教师或家长在辅导孩子学习时，常常会遇到孩子对自然界的动植物、历史文物古迹、景观建筑等知识领域感到陌生的情况。此时，AI 就能成为得力的教学辅助工具，将抽象的知识转化为直观的信息，帮助孩子更好地理解 and 吸收。

4.1

市场营销岗位



扫码查看完整版

市场营销是企业连接市场与消费者、实现价值交换的核心职能体系，其专业价值体现在系统性构建企业竞争优势的全流程管理活动中。作为现代商业体系的关键驱动要素，市场营销工作以市场需求为导向，通过科学化运作实现企业战略目标与消费者需求的动态平衡。

从职能架构上看，市场营销涵盖三大核心模块：市场洞察与战略规划、品牌管理与价值传播、销售促进与客户运营（图 4-1）。



图 4-1 市场营销三大核心模块

- **市场洞察与战略规划**：负责开展行业分析、竞品监测及消费者行为研究，通过大数据分析建立市场预测模型，为决策提供量化依据。
- **品牌管理与价值传播**：聚焦品牌定位、形象塑造及传播策略制定，构建差异化价值主张并实施整合营销传播。
- **销售促进与客户运营**：通过渠道管理、促销活动设计及客户关系维护，实现市场渗透与用户黏性提升。

各模块协同运作形成完整闭环，确保企业市场行为的战略一致性与执行精准度。

在商业价值维度，市场营销具有三重战略意义：其一是市场导向的决策支持功能，通过持续监测市场动态优化资源配置；其二是价值创造的引擎功能，通过品牌溢价能力提升和需求激活机制直接驱动收益增长；其三是竞争壁垒的构建功能，通过客户资产沉淀与市场地位强化形成可持续竞争优势。在数字化转型背景下，现代市场营销更承担着数据中台建设、消费者旅程设计等创新职能，成为企业数字化转型的核心突破口。

作为企业价值实现的枢纽环节，市场营销既需要具备战略高度的前瞻布局，又要求战术层面的精细执行，其专业能力直接决定着企业在动态市场环境中的生存质量与发展空间。

4.1.1 用 AI 工具制作市场分析报告

市场分析报告是系统化解析市场环境 with 商业机会的专业性研究文档，其核心价值在于为市场营销决策提供量化依据与战略洞察。

该报告通过整合行业数据、竞品动态及消费者行为研究，构建起三维市场认知框架。在

战略层面，通过市场规模测算、增长趋势预判及竞争格局分析，为企业的市场进入、定位调整提供方向指引；在战术层面，基于消费者需求图谱与购买决策路径分析，优化产品组合设计、渠道布局及传播资源配置；在风险防控层面，通过政策趋势解读、技术变革跟踪及潜在威胁识别，建立市场波动预警机制。

作为连接数据洞察与商业行动的桥梁，市场分析报告有效提升了营销决策的科学性与资源投放的精准度，是现代企业构建市场竞争力不可或缺的决策支持工具。

1. 举例分析

在 AI 工具普及前，企业市场人员获取市场分析报告主要依赖人工调研与第三方机构合作。传统流程需通过行业数据库检索、竞争对手官网信息爬取、线下访谈记录整理等多环节协作，且数据清洗与可视化需手动完成，导致一份完整报告产出周期至少需 2~3 周。

而现在我们借助 AI 工具，则可以在短时间内完成一份汇聚全网信息的市场分析报告，操作简便，以下是一个参考案例。

假设某公司要推出一款新产品，需在上市前完成市场调研并形成一份分析报告，那么可以将相关的背景信息和需求，编辑为如下提示词，提交给文心一言。

我们是一家专注智能穿戴设备研发的科技公司，近期即将推出一款集健康监测、运动追踪、智能交互功能于一体的全新智能健康手环。目前智能穿戴市场竞争激烈，消费者需求日趋多样化和个性化，公司希望通过全面深入的市场分析，制定精准营销策略，抢占市场先机。请撰写一份新产品上市前的市场分析报告，内容需涵盖行业发展现状、目标客户群体画像、竞争对手分析、市场机会与风险评估，并提出针对性的上市策略建议，要求数据翔实、逻辑清晰，报告的内容完整详细。

这里需要注意一点，为了保证数据和信息的全面性，建议用户在提交时同步开启“深度思考（X1 Turbo）”模型和“联网搜索”功能，如图 4-2 所示。

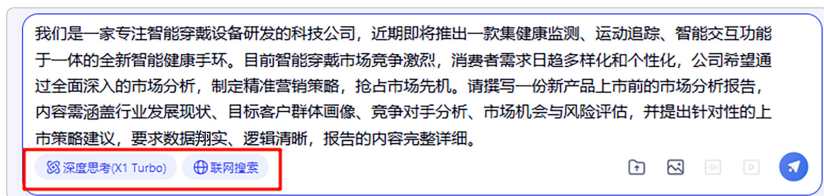


图 4-2 文心一言深度思考输入示例

文心一言生成的报告通过多维度洞察、数据支撑，为产品上市策略提供可行的细分市场进入方案，参考价值较高。（扫码查看生成结果）

2. 注意事项

市场人员使用文心一言生成市场分析报告时，需注意以下核心事项：首先，需明确报告目标与框架，通过精准指令引导 AI 聚焦关键维度（如行业趋势、用户画像、竞品对比等），避免内容泛化；其次，务必交叉验证 AI 生成的数据来源及时效性，补充官方统计、权威机构报告等可信数据源，尤其需关注地域性市场差异；再者，需结合行业经验对 AI 输出的逻辑链进行人工干预，例如，优化竞争策略的可行性、补充未被算法覆盖的细分场景需求；最后，

需强化报告的落地性，要求 AI 提供具体执行建议而非泛泛而谈，同时对涉及法律、伦理的内容（如用户隐私条款）进行合规性复核，确保策略建议兼具创新性与实操性。

3. 提示词参考案例



案例

智能门锁市场分析报告

我们是一家专注智能家居设备研发的创新企业，计划推出一款具备智能安防、环境监测、语音交互功能的新一代智能门锁。当下智能家居市场发展迅速，消费者对家居安全与便捷性要求不断提升。公司需要通过全面的市场调研分析，制定有效的推广方案，打开产品市场。请撰写一份新产品上市前的市场分析报告，内容包含行业市场规模与增长趋势、目标消费人群定位、主要竞争对手优劣势分析、潜在市场机会与风险评估，并给出具体的上市营销策略建议，要求数据来源于权威渠道，分析过程条理清晰。

4.1.2 用 AI 工具制作竞品分析报告

竞品分析是系统化研究竞争对手产品、策略及市场表现的专业方法，通过数据采集与对比分析，提炼行业格局与竞争规律。

科学开展竞品分析，可构建动态竞争情报体系，为资源分配与战术部署提供理性支撑。

竞品分析需遵循结构化流程（图 4-3）以确保洞察深度与决策有效性。

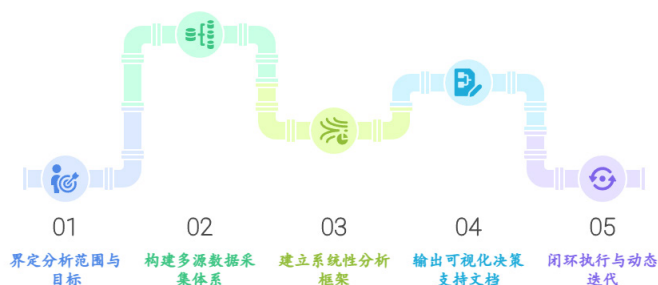


图 4-3 竞品分析流程

详细流程说明如下。

- **界定分析范围与目标：**依据企业战略，明确竞品筛选标准（如市场份额、技术路径等），区分直接竞品（功能高度重合）与间接竞品（替代性方案），设定产品性能、定价等核心分析维度。
- **构建多源数据采集体系：**从财报、白皮书等提供的结构化数据入手，利用爬虫工具监测电商评论、舆情，结合访谈验证假设，形成定量与定性互补的数据链。
- **建立系统性分析框架：**运用 SWOT 分析法拆解竞品优劣势，通过波特五力模型评估竞争强度，结合 PEST 模型分析宏观影响，并参照用户旅程图对比痛点，从而构建竞争态势图谱。
- **输出可视化决策支持文档：**生成竞争热力图、差异化矩阵定位产品，编制竞品动态表标注其关键市场动作，撰写报告具备资源倾斜与风险应对等版块。

- **知识库与记忆机制**: 支持上传文档、设定角色记忆, 提升对话连贯性。
- **多平台发布**: 智能体可部署至微信公众号、飞书、Slack 等渠道。

这些特性使得 Coze 成为快速构建 AIGC 智能体的理想平台。

6.4.3 智能体设计与构建流程

1. 创建智能体

登录 Coze 平台后, 单击左侧“+ 号”按钮开始创建智能体 (图 6-2)。



图 6-2 创建智能体

创建智能体可选择标准创建 (图 6-3) 和 AI 创建 (图 6-4) 两种方式。



图 6-3 智能体标准创建



图 6-4 智能体 AI 创建

标准创建需手动填写智能体名称和智能体功能介绍。AI 创建只需描述希望创建一个什么样的智能体, AI 即可自动生成, 如果没有好的想法可以直接选用 AI 创建。

2. 构建封面图生成 workflow

智能体中有生成封面图的需求，为了确保智能体运行顺畅，我们要先设置一个能够生成封面图的工作流。在“个人空间”下选择“资源库”单击“资源”选择“创建工作流”，工作流名称只允许字母、数字和下划线，并以字母开头。建议在创建的时候标题命名要与功能相关（图 6-5）。



图 6-5 创建工作流

进入工作流创建界面后，可以看到默认的就有关开始和结束两个节点，单击“添加节点”按钮，就可以选择想要添加的大模型、插件、或工作流等，也可进行搜索选择（图 6-6）。

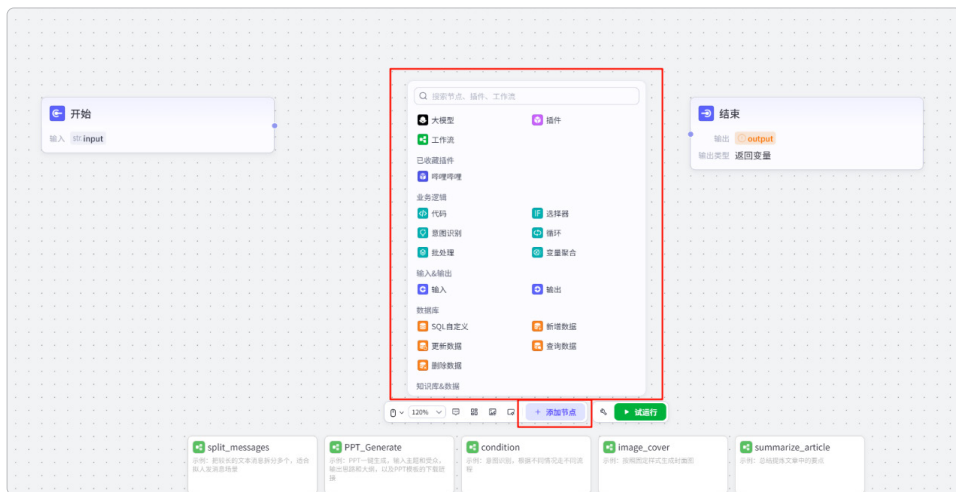


图 6-6 工作流界面

这里，我们选择图像生成的插件，连接“开始—图片提示词优化—图像生成—结束”的节点，同时要连接上变量名，因为这里添加了“图片提示词优化”的节点，所以直接引入变量就可以（图 6-7），如果有更复杂的图像生成需求，则需要写出详细的提示词让图像生成能够准确理解创作者的意图。

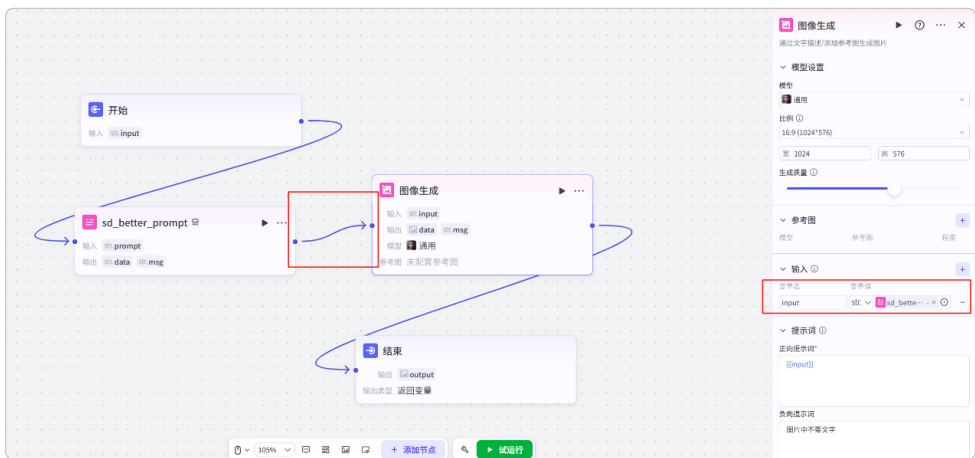


图 6-7 图像生成 workflow

工作流配置完成后，单击“试运行”按钮查看工作流配置是否成功。若对生成结果不满意，可以再次调整节点参数或者提示词。确认整个工作流运行无误后，开始单击“发布”按钮（图 6-8），发布后的工作流才能在智能体内调用。

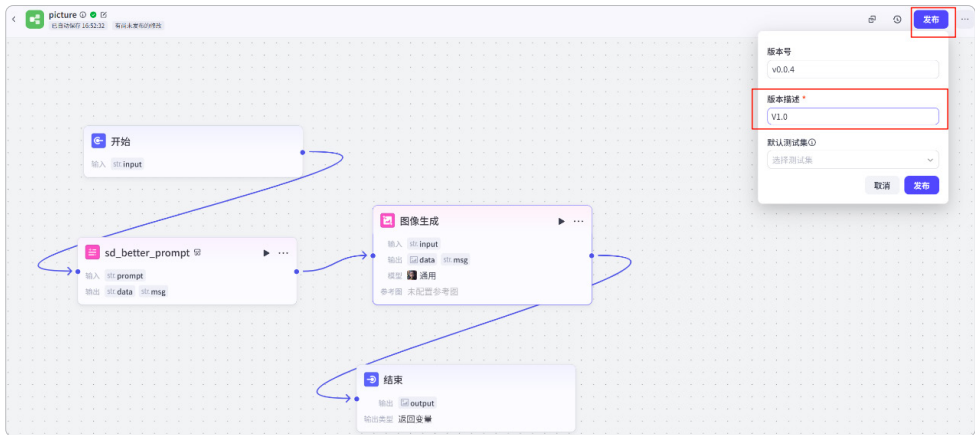


图 6-8 工作流发布

3. 配置对话逻辑

在创建智能体后，需要在“人设与回复逻辑”处设计提示词，引导模型完成任务，可以自己设计，也可选择简单输入一个主题，在右侧使用 AI 自动优化，便可直接写好整个提示词（图 6-9）。