

微播易

A I 时 代 , 营 销 焕 新 破 局 之 道

# 2024年AI营销应用解析报告

微播易营销智库

2024年4月



TECHNOLOGY ENABLES SOCIAL MEDIA MARKETING MORE EASILY

# 引言

GPT大模型的诞生，颠覆了人机交互的传统模式； Stable Diffusion的问世，赋予每个内容创作者无限创意潜能； Sora的突破，让通用人工智能的梦想愈发触手可及。我们正站在一个崭新的历史节点，未来1~2年内，AI将颠覆所有的行业，重新塑造产品、服务，企业运营的每一个链条。如此革命性的创新生产力，具体在哪用？怎么用？可能是大部分从业者正在面对的困惑。

从AIGC到AIGS，再到AIGX， 巨头们对 AIGC 时代影响力的预测很乐观，这不仅来自 AI 可以提高现有产业结构的生产效率，更来自 AI 正在创造全新的产品、服务以及商业模式。高盛预估，未来 10 年内 AIGC 能推动全球 GDP 增长 7%（即 7 万亿美元）；麦肯锡表达了类似数据预测，生成式 AI 有望为全球经济贡献约 7.9 万亿美元的增长空间。

在AI的推动下，社媒正在从传统的“创想为王”向“数据驱动”转变。在企业营销的链路中，AI既可以参与到前期的市场分析和策略分析，将过往1-2个月的研调周期缩短到1-2天；又可以参与到内容创作、智能投放、日常经营的全阶段。报告从营销前后链路主要落地场景展开，涵盖30多种细分场景的应用落地，为企业清晰洞察以AI为主导的产业变革机遇，以更数字化、智能化的手段，在激烈的市场中斩获更多竞争力。



TECHNOLOGY ENABLES SOCIAL MEDIA MARKETING MORE EASILY

# 使用AI工具提效阅读报告指南

推荐AI阅读工具：ChatGPT ; ChatDOC ; Monica; Cubox ; BookAI ; Clearly阅读器 ; Kimi.....

## STEP01

### 下达指令提示

如：“你现在是一个报告总结专家，我给你一个报告，帮我总结出重点内容。”

## STEP02

### 上传文档

## STEP03

### 细节内容提问交互

如：“你现在给我回答的表述有些难以让人理解，能用更加直白的表达方式给我反馈吗？”



TECHNOLOGY ENABLES SOCIAL MEDIA MARKETING MORE EASILY



# 合作媒体

廣告門  
ADQUAN.COM

广告狂人  
MAD MAN

m360

MORKETING

报告厅  
有用的资料都在这

D 数英

SocialBeta

洞见研报  
Djianbao.com

砍柴网  
砍柴网

运营派  
YUNYINGPAI.COM

飞瓜

三个皮匠报告  
WWW.SGPJBG.COM

增长黑盒  
GROWTH BOX

鸟哥笔记

R

前沿圈  
FRONTIER ONLINE

中童传媒  
CHINA BABY INDUSTRY

潮汐商业评论  
CHAOXISHANGYEPIGLUN

财经头条  
FEHEADLINE

发现独角兽Pro

发现报告  
fxbaogao.com

数据观  
www.cbdio.com

刺猬公社

TopMarketing

每日经济新闻  
NATIONAL BUSINESS DAILY

今日广告  
AD TODAY

蝉妈妈

野马财经  
Yema Financial

AI认知研习社  
AIRENZHIYANXISHE

凤凰网

Fmarketing

价值星球

妈妈网

linkshop  
中国零售门户网站

投资界  
PEdaily.cn

陆想汇  
WWW.LJZFORUM.COM

休克文案

数字营销江湖  
DIGITAL MARKETING

览科技

品牌议题  
Brand Topico

子弹财经  
BULLET FINANCE

iDigital  
艾瑞数智

零售圈  
Retail ECO

调皮电商  
TIAOPI EC

行行AI  
行行青AI | AI在行行

蓝鲸

见实科技  
JIANSHI

IT桔子  
ITJUZI.COM

灵智数科  
LING ZHI DIGITAL TECHNOLOGY

META  
元宇宙文化产业

蓝鲨消费  
BLUE SHARK CONSUME

零售  
商业评论  
BUSINESS REVIEW

亿欧

M  
魔镜市场情报  
MKTINDEX.COM

\*排名不分先后



TECHNOLOGY ENABLES SOCIAL MEDIA MARKETING MORE EASILY

# Part 01

## AI 营销发展概述



TECHNOLOGY ENABLES SOCIAL MEDIA MARKETING MORE EASILY

# AI行业发展进入算力、数据、算法全面突破时期

## AIGC

- Gartner预测，目前有超80%的企业希望在产业中使用AIGC；高盛预估，未来10年内AIGC能推动全球GDP增长7%；麦肯锡预测，生成式AI有望为全球经济贡献约7.9万亿美元的增长空间；
- AIGC，源于“GC”（即生成内容）是最快、最简单、最有效触达到数以亿计的普通C端消费群体的商业模式。

## AIGS

- “GC”的下一步必然是“GS”（即生成服务），是对过去互联网与移动互联网30年来创立的所有深入生活的APP的新一轮改造；
- Stability.AI曾提出的“Foundation Models as a Service”（FMaaS）将无处不在，即环境（ambient）AI时代。

## AIGX

- AIGX（x代表人工智能生成任何可能的新形势），有望创立全新的伟大商业模式。历史规律都预示着任何一轮大技术变革的同时都伴随着可以影响世界商业格局的超级商业模式的出现。
- 大模型本身可以技术“涌现”，而当整个世界万事万物都具备“智能”后，或许会带来一种“行星级”文明涌现。

针对三种范式的到来，未来涉足AI的企业形态大致分为两大类

### 激进式原生AI型企业

激进的变革响应者，从0做AI-Native应用，搭建AI时代的新组织和商业模式，多为创业型团队，如OpenAI

### 渐进式增强AI型企业

对产业某环节进行AI适配，在原有商业闭环中实现渐进式增值，多为大企业，如微软对OpenAI的策略

# 政策环境持续优化，助力AI新质生产力高质量发展

**2011-2015  
“十二五”规划**

重点提出产业结构调整以求得**核心竞争力提升**，推动基于互联网的人工智能相关应用

**2015.5 国务院  
《中国制造2025》**

提出基于信息物理系统的智能装备、智能工厂等智能制造技术引领制造方式变革，加快推动新一代信息技术与制造技术融合发展，着力发展智能装备和智能产品，推进生产过程智能化

**2015.7 国务院  
《国务院关于积极推动“互联网+”行动的指导意见》**

依托互联网平台提供人工智能共创创新服务，加快人工智能在智能家居、智能终端、智能骑车、机器人等领域的推广应用

**2016-2020  
“十三五”规划**

强调人工智能为**战略前沿领域**，由顶层制定了分步走战略，并发布了人工智能相关的标准体系建设指南

**2015.6 国务院  
《“十三五”国家科技创新规划》**

建立重大项目动态调整机制，综合把握国际科技前沿趋势，在人工智能等方面遴选重大任务，适时充实完善重大项目布局

**2017.7 国务院  
《新一代人工智能发展规划》**

到2025年人工智能基础理论实现重大突破，到2030年人工智能理论、技术与应用总体达到世界领先水平，成为世界主要人工智能创新中心

**2017.7 中央网信办等五部门  
《国家新一代人工智能标准体系建设指南》**

到2021年，明确人工智能标准化顶层设计，研究标准体系建设和标准研制的总体规划等，完成重点标准的预研工作，到2023年，初步建立人工智能标准体系

**2021-2025  
“十四五”规划**

强调国家战略科技发展的重要性，**支持人工智能在多行业、多领域的融合发展**，并出台规范类政策，促进人工智能产业健康发展

**2021.3 全国人大  
《中华人民共和国国民经济和社会发展第十四个五年规划和2035年远景目标纲要》**

瞄准人工智能等前沿领域，实施一批具有前沿性、战略性的国家重大科技

**2022.7 科技部  
《关于加快场景创新以人工智能高水平应用促进经济高质量发展指导意见》**

推动人工智能场景创新对于促进人工智能更高水平应用

**2022.8 科技部  
《关于支持建设新一代人工智能示范应用场景的通知》**

围绕构建人工智能行业应用生态，支持一批基础较好的人工智能应用场景

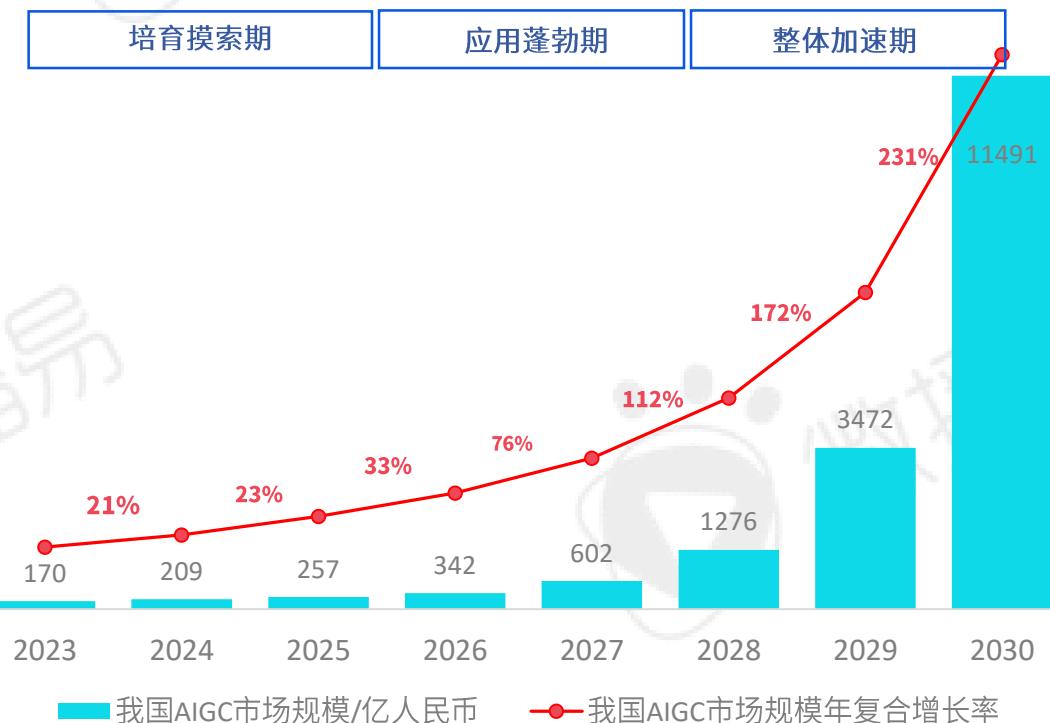
**2023.4 国家网信办  
《生成式人工智能服务管理办法（征求意见稿）》**

对生成式人工智能产业给出包括定义、准入资格、责任义务和处罚措施等规定，支持算法、框架等基础技术的自主创新、推广应用、国际合作，鼓励优先采用安全可信的软件、工具、计算和数据资源

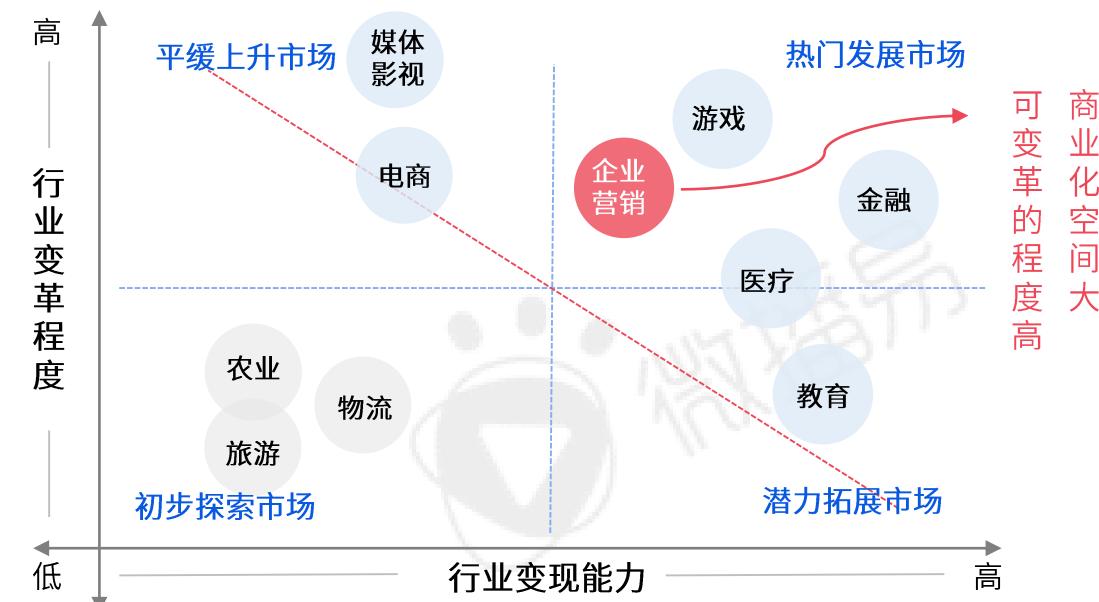
# 2030年中国AIGC产业市场规模超万亿，企业营销加速增长

- 据数据测算，2025年市场规模达到约260亿人民币。2025年开始，随着底层大模型完成对外开放，应用层蓬勃将带动产业快速增长，年复合增长率将超过70%。2028年开始，AIGC产业将展现出完整产业链，年复合增长率将超过200%，2030年市场规模超万亿。
- 以行业变革程度和行业变现能力划分的各行业应用AIGC的矩阵中，企业营销位于热门发展市场，其可变革程度较高，商业化空间较大。

我国AIGC产业市场规模预测图



各行业在AIGC领域的发展潜力



数据来源：《量子位2023中国AIGC产业全景报告》、《艾瑞咨询：2023年AIGC场景应用展望研究报告》，等公开资料，由微播易整理

# 营销进入AI+全域营销的全新时代



# 基于AI的营销产业链发展趋于成熟

应用层

消费者

广告主

## 内容&创意场景

### 文本



### 图像



### 音频



### 视频



### 多模态/虚拟人



## 策略&洞察场景



## 智能投放场景



## 智能经营场景



垂类模型

行业垂类模型

营销场景垂类模型

大基础模型及服务

通用大模型

AI开源社区

模型平台/模型服务

基础设施

算力基础

算法基础

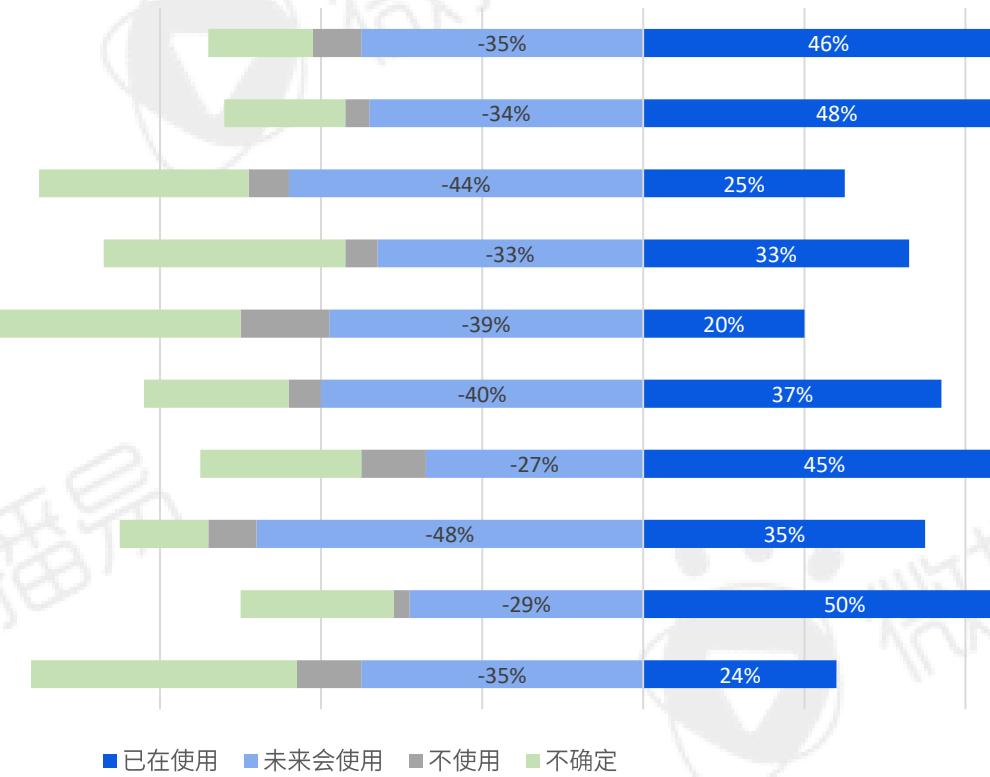
数据基础

硬件设施

# 丰饶的AI营销行业，在广告主端的渗透应用不足50%



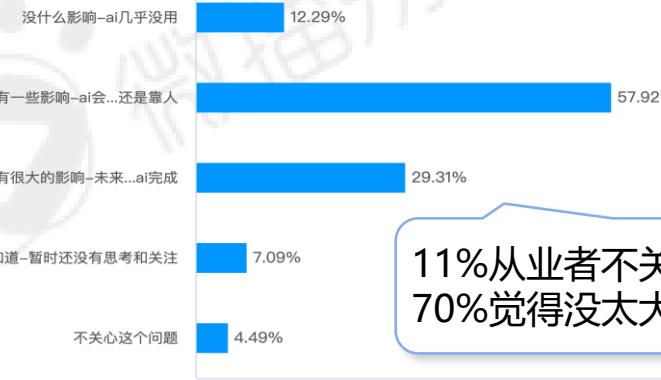
广告主对营销新技术的应用预期



数据来源：《2024中国数字营销趋势报告》等公开数据，微播易整理

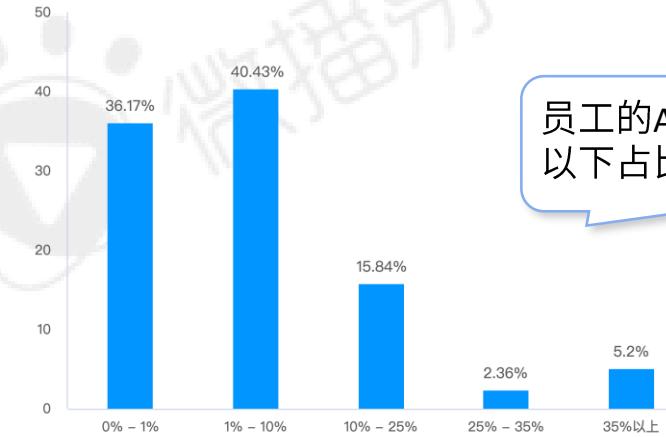
# 在内容创作者生态，AI渗透率在20%以下

1-4年内您认为AIGC对企业以及内容产业会有怎样的影响？



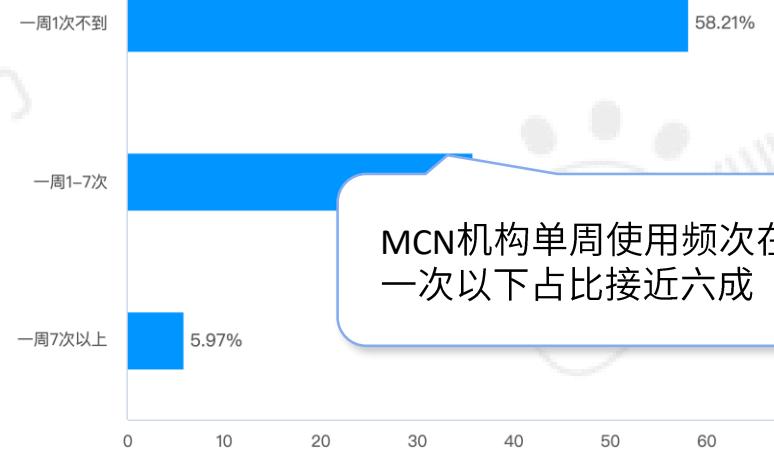
11%从业者不关注  
70%觉得没太大影响

目前您公司的员工使用AI工具的比重有多少？



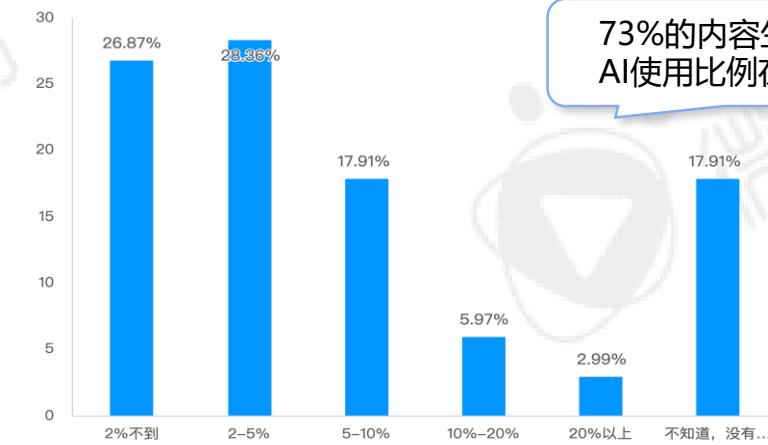
员工的AI使用率在10%  
以下占比76%

您目前一周使用AI产品频次如何？



MCN机构单周使用频次在  
一次以下占比接近六成

您观察和身边从业者有多少人开始使用AI产品

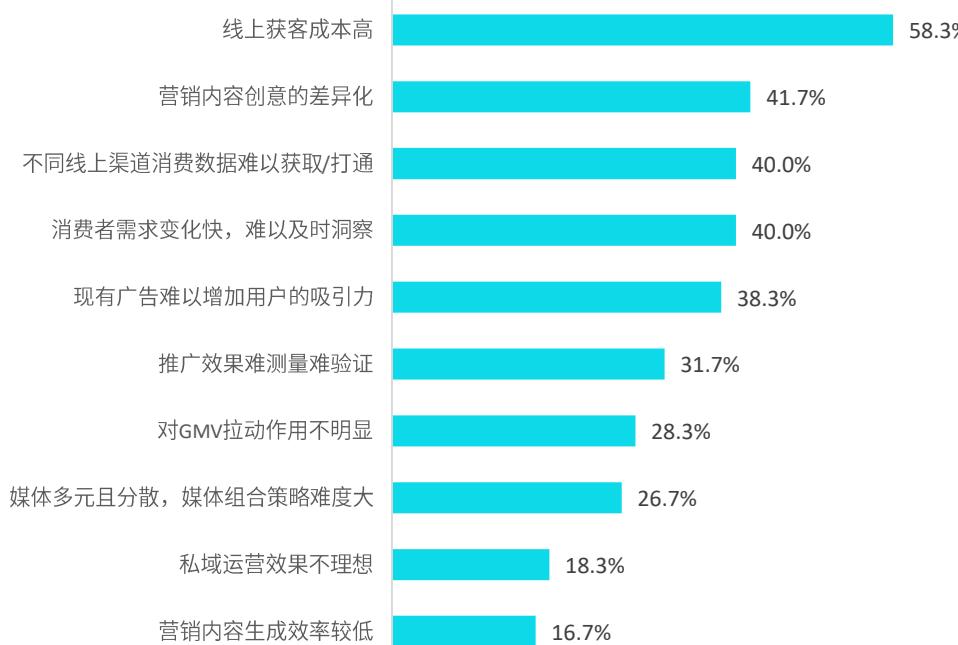


73%的内容生态从业者  
AI使用比例在10%以内

# 从用户和从业者反馈看，AI营销能够同时提升双方需求

- 对广告主和营销人员而言，AI营销能够提升营销效率，其中广告主希望借助AI解决线上获客痛点占比接近六成，此外希望AI帮助广告内容创意实现差异化的占比达41.7%；
- 对用户来说，AI时代，用户面临信息加速爆发、广告充斥各处的境遇，其核心诉求集中在“精准、体验、价值”三方面，AI营销能够通过营销全链路的智能优化，满足用户对广告和内容的需要与感受。

营销人员希望AI营销解决的问题



用户希望AI营销解决的问题

精准

信息爆炸让用户产生  
诸多身体和情感不适  
用户希望获得真正对  
其“有用”的信息

体验

传统广告给用户带来  
体验上的“打扰”  
用户希望获得良好体  
验互动的内容

价值

广告是用户进行消费  
决策的重要参考  
用户希望看到传递真  
实价值的广告

# 对企业对AIGC营销支出持续增长，2030年AIGC广告将触及千亿级市场

- 目前中国企业的数字化体系已进入深水区，企业对泛营销业务的“改造”程度越来越大，AIGC能够承载企业营销更多期待、解决企业营销痛点，预计未来几年中国企业对AIGC营销的支出将持续增长，占企业AIGC整体支出规模的四分之一。

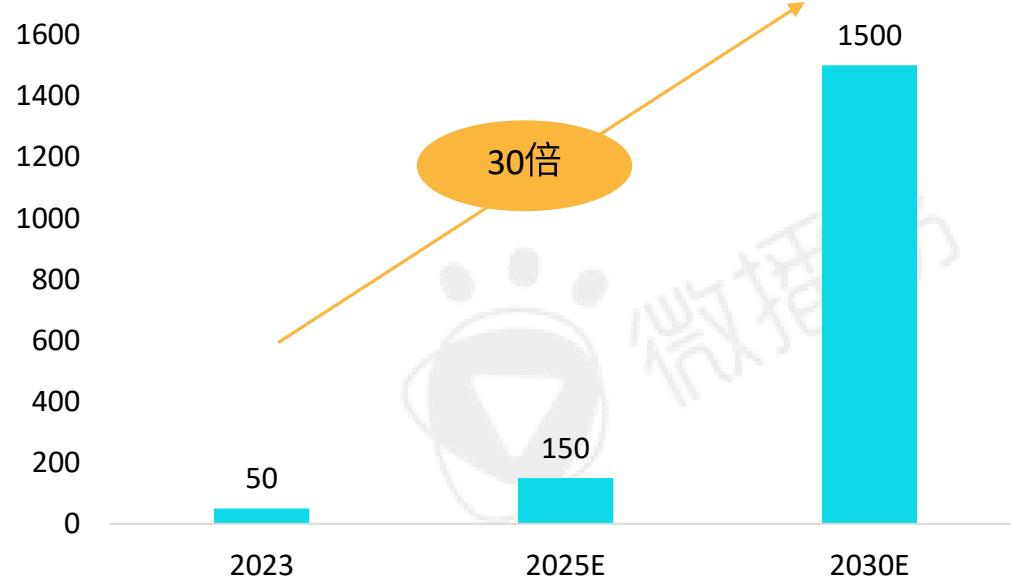
预计在2025年中国广告营销市场规模  
达到近1.35万亿元

2018-2025年中国广告营销市场规模统计及预测（单位：亿元）



生成式AI助力广告营销行业加速增长  
预计2030年将触及千亿级市场

2023-2030年中国AIGC广告营销业务营收市场规模预测（单位：亿元）



# Part 2

## AI 营销 实战场景解析



TECHNOLOGY ENABLES SOCIAL MEDIA MARKETING MORE EASILY

# 营销在AI的翅膀下，正在破解广告主全营销痛点

营销

营销现状

需求

AI赋能

策略

消费者数据未充分利用

个性化

挖掘用户多维数据，根据用户需求定制广告，千人千面

广告内容同质化严重

创意

创意涌现

内容

广告制作周期长、成本高

高效率、低成本

效率成本均优于人工

碎片化时代，传播周期更短

高速迭代

快速批量化地生成内容

投放

内容传播渠道  
更加分散、难以打通

多触点+多平台

自动生成多渠道投放策略，多渠道自动化投放+优化投放效果

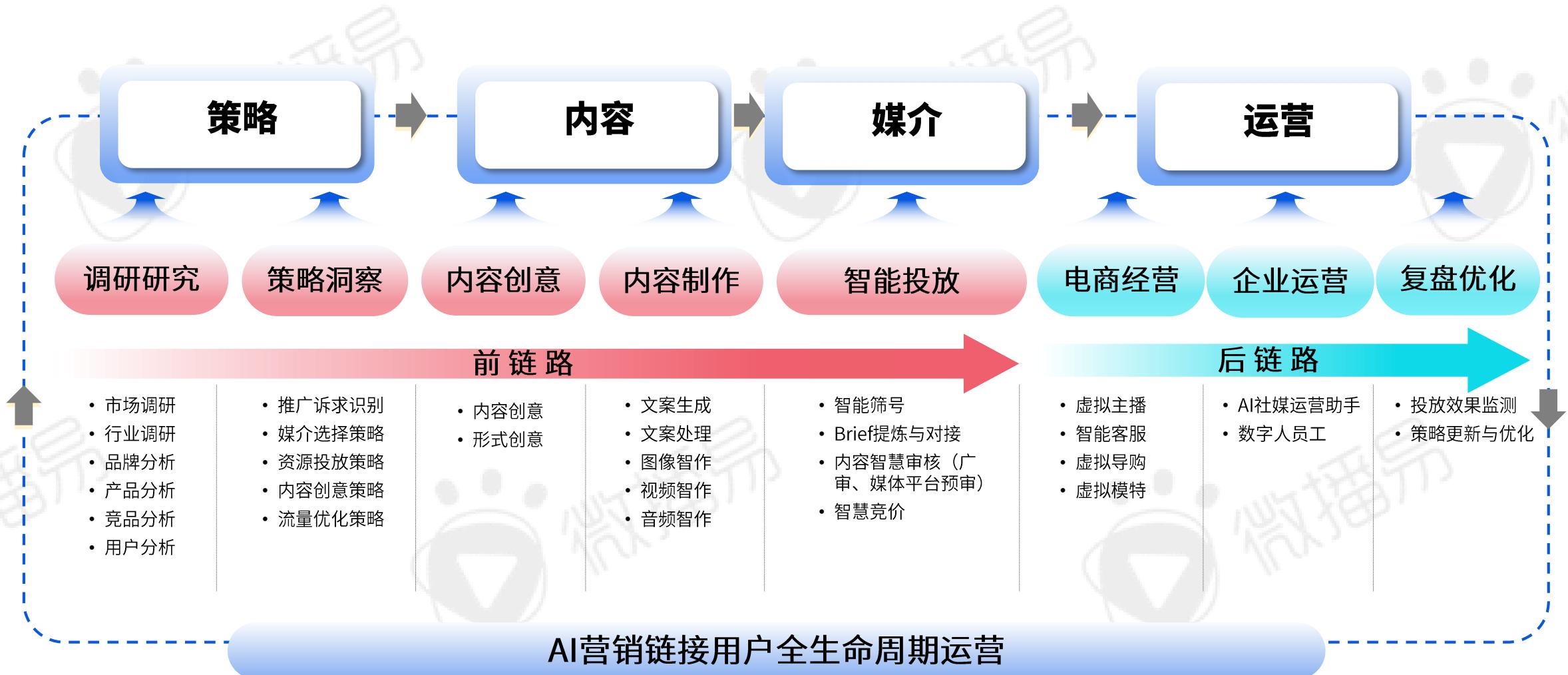
运营

无法随时响应用户  
用户沟通成本高

即时

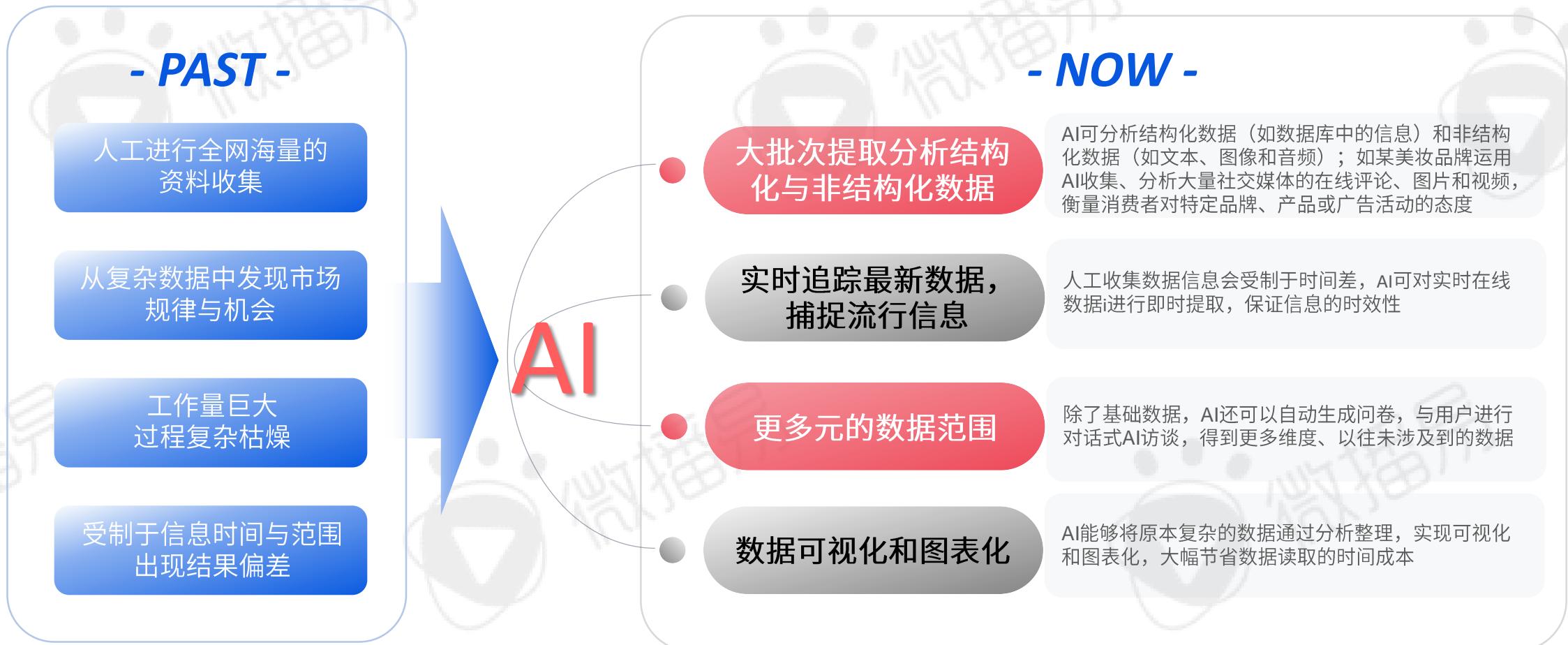
7X24H 在线&高质量互动

# AI渗透营销全场景、贯穿用户全生命周期运营



# 场景一：信息收集——更多元、更高效地提取有效信息

痛点：海量的用户行为数据、社交媒体数据、交易数据等散落在各个地方，人工提取信息的能力有限



## 场景二：客群识别——实现用户超精细化洞察分析，精准锁定目标客群

痛点：用户喜好、信息获取渠道、浏览行为、消费习惯等在实时变化，精准识别目标客群是品牌营销的前提与基础



## 场景三：洞察产出——大模型快速智慧分析，生成专家级分析结果

痛点：大量的数据在抓取和收集之后，转化为观点洞察大部分依据人工经验主义，缺失中间的实时整合和科学分析的关键步骤



#### **场景四：结果预测——精准捕捉数据，借助垂直行业模型快速预测**

## 案例：微播易利用AI模型辅助生成瑞幸x茅台营销策略分析研究报告

告

## 品牌节点营销和直播策略 官宣日联合抖音上新日IP，产品首发直播4小时GMV破千万

### 预测用户决策路径， 优化转化链路

话题1：#即配雀巢拿铁检测仪仅280W播放  
话题2：#回应雀巢咖啡能开吗 否并车 600W播放

上线2天

## 场景五：策略生成——结合AI前期调研研究，智能化生成多场景营销策略

痛点：关于行业、竞品、用户等维度的数据在实时变化，品牌无法将以往的方法/模型强行套用，亟需AI自主学习制定针对性策略



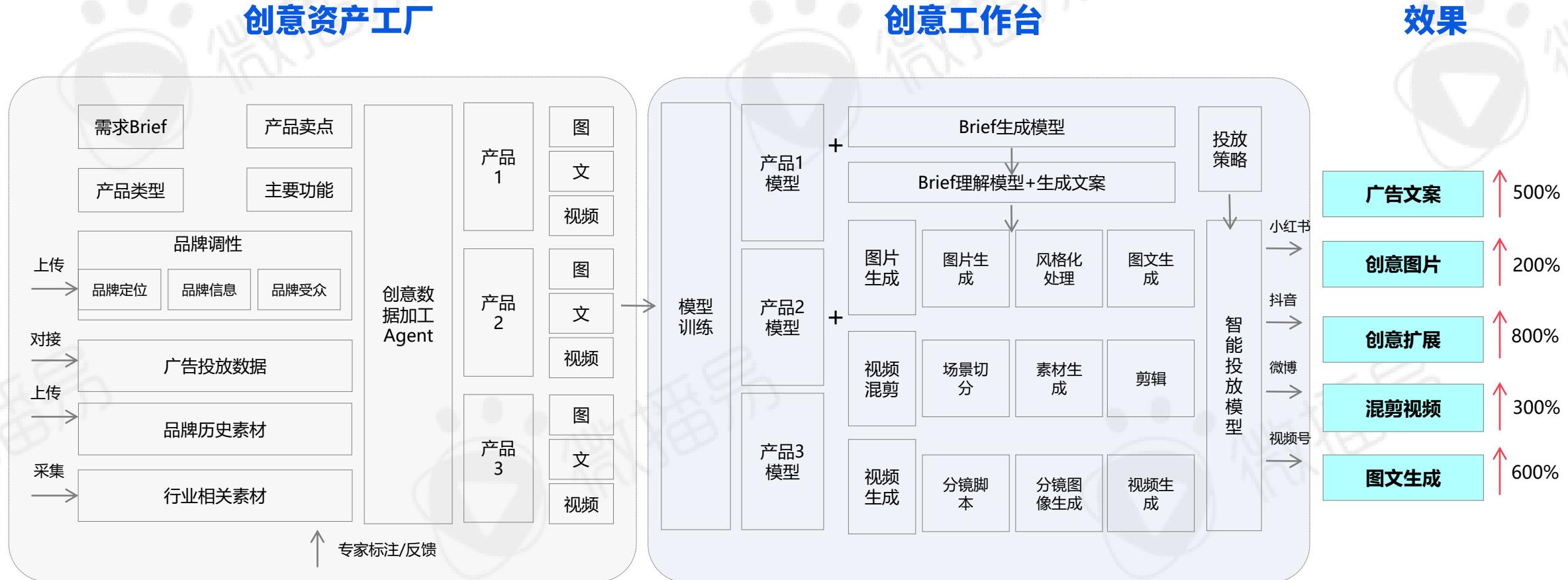
## 场景六：策略生成——围绕推广需求，多维数据沉淀与训练，产出智能投放策略

痛点：内容传播渠道更加分散，品牌难以对不同渠道的不同用户进行精准投放



投放后的数据会被收集并用于模型的更新和优化，AI不断地学习和改进，提高投放的精准度和效果

## 场景七：创作灵感——AI+ 创意大模型，为企业定制私有化专业化创意工作台



# 场景八：创作灵感——解决创意瓶颈，帮助创作者快速获取思路、延展创作

痛点：从业人员在内容生产时会涉及很多场景，在某一场景下如果纯依靠人工完成会占用大量时间，也容易陷入生产瓶颈

- AI 获取灵感包含：关键词分析、内容挖掘、情感分析、趋势预测和用户反馈；
- 帮助创作者、写手或内容策划人员快速生成富有创意和吸引力的选题建议。



- 商业文案仿写需要理解原始文案的风格、语言特点以及所要传达的核心信息，然后在此基础上进行模仿和创新；
- 仿写并非简单的复制粘贴，而是要在理解原始文案的基础上，结合理解和创意，针对性改写。

- 文案扩写可以将简短或精炼的文本内容扩展成更详细、更丰富的文本；
- 文案续写是在已有文本的基础上，继续生成新的内容，以保持文本的连贯性和完整性。



- 视频脚本生成可根据用户输入的关键词、主题或场景细节，自动生成相应的视频脚本，帮助创作者更好地规划视频的内容和呈现方式。

# 场景九：批量生产——节省成本、迅速生成符合各平台内容风格和热点的文案

痛点：不同平台的文案写作风格各不相同，平台的热点也存在差异，单一平台文案工种很难快速转变角色撰写其他平台内容

## 产品卖点

产品名称：某柔光系列-棉花糖

- 1、必提卖点：超软棉花糖棉杯，体感舒适、柔软呵护
- 2、必提卖点：穿着舒适度高，软胶条稳定承托不上滑
- 3、必提卖点：亚洲尺码，专为国内女生设计
- 4、其他卖点：珠光面料（精致面料/时尚简约/穿着无痕）、棉杯内嵌果冻胶网（舒适支撑）、一体式固定杯垫（放心机洗不易跑杯）、可调节肩带和被扣（解锁舒适姿态）。

## 产品图片素材



## Brief要求

需要写一篇种草文章，含标题和内容

- 一、描述人称：第一人称
- 二、描述预期：口语化，描述图片中商品；描述内容：维密柔光系列-棉花糖
- 1、必提卖点：超软棉花糖棉被，体感舒适柔软呵护
- 2、必提卖点：亚洲尺码，专为国内女性设计
- 3、必提卖点：穿着舒适度高，软胶条稳定承托不上滑
- 4、其他卖点：珠光面料（精致面料/时尚简约/穿着无痕）、棉杯内嵌果冻胶网（舒适支撑）、一体式固定杯垫（放心机洗不易跑杯）、可调节肩带和被扣（解锁舒适姿态）
- 四、描述字数：200字以内
- 五、适用平台：
  - 小红书平台的描述中需要增加一些emoji图片
  - 抖音平台的描述文案和图片形式输出

## 抖音图文生成



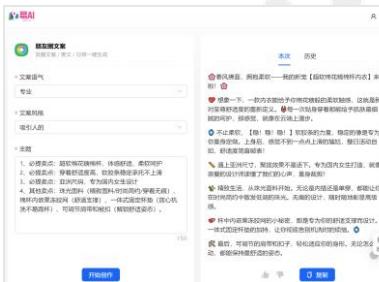
## 小红书文案生成



## 公众号创作



## 朋友圈文案



## PAST

- 人工创作，需要经过：明确广告主诉求-->研究平台调性和用户画像-->分析竞品广告-->确定文案风格-->创作文案-->绘制海报-->提案修改

## NOW

- AI可以直接生成爆款文案
- AI可以针对各个平台特点，生成符合平台的图文内容



提升人效5-10倍

5分钟产出100条图文

# 场景十：辅助优化——文本提效工具，大幅提升内容精准度与完整性

痛点：文案表达可能涉及到信息传达不明确、缺乏吸引力、语言转化等问题

## 内容润色

智能查找语义相似的信息，简化文本内容，提升文本内容流畅度及可读性



文章润色，提升表达

## 智能纠错

结合文本查找易混词、错别字、语法错误等，提升文本完整性和准确性



错别字改正

## 实时翻译

对文本、图像、视频、音频等内容进行多语言翻译，提炼并呈现关键信息，实现营销场景下跨语言沟通合作



多语言文本翻译



全文优化

## 语句不通顺修改



案例来源：微播易·易AI平台实际操作流程

# 场景十一：图像创作——文生图技术不断升级，省时省力无需担心版权问题

**痛点：**以往从创意到图像生成，成本高昂，通常都要涉及创意、摄影、设计等多个环节，需要专人操作，耗时耗力；此外，网上已有图像素材多带有版权，不能随意商用

## 对话交互 逼真渲染



请为下面一句诗配一张图：“两岸猿声啼不住，轻舟已过万重山”



创意和想象

精确与具体



风格和类型

准则和限制

尽力展现用户超现实的想象

尽可能准确地解释用户的提示语

根据指定的艺术风格或类型绘图

避免生成侵权或不恰当内容

## 细节放大 功能扩充



：超强真实感  
高分辨率

：自然语言处理  
细节增强



Midjourney V5.2

Midjourney V6

## 场景十二：图像迁移——元素或风格重组，节省广告拍摄时间和人力成本

痛点：一旦图片制作完成，如果需要进行修改或调整，通常需要进行重新拍摄或设计，增加时间和成本，某些复杂的修改，可能难以实现或是效果不佳

AI图片  
风格转换



AI商品  
场景迁移



果实大小均匀，新鲜饱满

蓝天白云、水波纹、番茄都是AI生成的独立元素

精细化调整模特面部神态与肢体动作

精细化调整模特面部神态与肢体动作

案例：某新品样品宣传海报，先用AI生成逼真场景和模特形象，再与现有包装后期融合

# 场景十三：辅助产品包装——AI绘画提供更多创意选择，提升设计效率

AI生成包装设计prompt公式：

包装设计+包装产品+包装材料+包装形式+画面描述+设计风格

酸奶包装，梵高风格，麦田与柏树，阳光，良好的光泽，浅景深，模糊背景，可爱--ar 16:9



AI

牛奶包装设计，韩国插画师  
Shinyoung kim的设计风格



AI

## — 案例：伊利亚运定制装纯牛奶 AI辅助包装设计 —

伊利亚运定制款纯牛奶，以千年江南为灵感，通过AI技术辅助设计了三款新包装，组成一幅完整的画卷--归鸟、白堤、湖畔、拂柳、轻舟等各种江南水色的结合



## — 案例：王老吉推出首批AI自主设计罐体 —

AI以千里江山图、登高望远等国宝文物或古典诗词、字画等为灵感，创造了四款AI定制罐



# 场景十四：辅助新品开发——AI参与改进产品方案，推动产品创新

## AI薯条

进行3,000,000,000,000次以上的模拟分析，挑选食物，平衡原料制成，限量发售的特别口味。



## AI冰棒

钟薛高AI冰棍产品系列Sa 'Saa，款由AI从起名、口味、设计等方面参与开发甚至主导的创新冰品。



## AI植物成分

玛氏与人工智能公司PIPA合作，尝试加速开发可用于改进现有配方的新型植物成分，在食品、饮料和膳食补充剂领域设计新的产品。

**MARS** PROCESS INTEGRATION & PREDICTIVE ANALYTICS



## AI时尚

「AI CONCEPT」Nike x Jacquemus 系列运用AI辅助设计，作品一经发布即刷爆社交媒体。



## 智能头盔

将增强现实技术嵌入摩托车头盔，骑手可以通过头盔遮阳板上的AR窗口轻松安全地获取信息。



## AI宠物笼

通过AI的辅助设计，它能够适应各种环境，让用户能够方便地携带自己的宠物到任何地方。



# 场景十五：音频创作——降低音频创作门槛，丰富提升用户体验

痛点：音频制作门槛较高，需要一定的专业技能和知识，且制作周期长，耗费大量的时间和精力

## 语音识别

识别视频/音频特征及内容，将音频转化为文本等目标格式，对音频特征进行提取，有效标记音频身份信息。



## AI视频/音频文档提取

对音频的音色、音调、响度等要素编辑，完成风格的迁移，对音频模糊或增强处理。

## 音频编辑

## 语音合成

输入需要合成的文本、音频等内容，选择场景、年龄、音色、语速、语言、情感等目标条件，输出个性化定制音频，满足用户对于音色、音调、响度等需求。



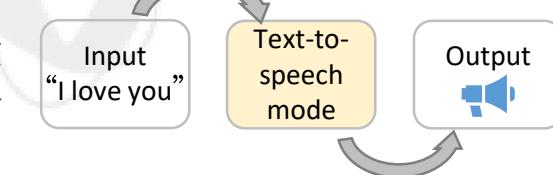
## 语音多态演进

## 音频生成

以文本或音频片段描述demo，选择目标风格，输入系统后自动生成与选定目标需求一致的音乐。为创作者提供灵感，辅助并加速创作，降低音乐创作者的门槛。

## 语音交互

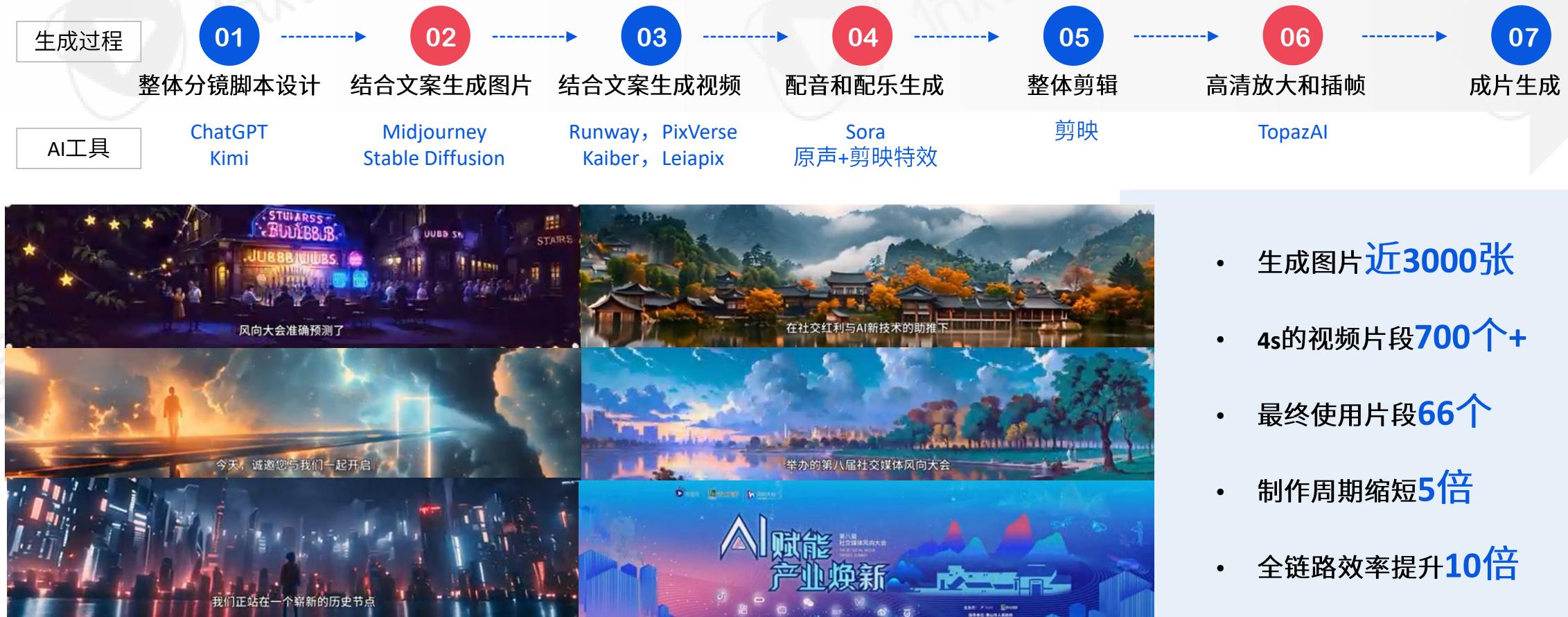
通过AIGC技术形成自然语言回复，实现高流畅、实时、个性化的语言交互行为。该应用于智能客服、AI外呼、数字机器人等场景。



# 场景十六：视频生产——提升视频生产效率，极大缩短制作周期

痛点：一条视频的制作周期长，工序繁多，涉及创意、分镜脚本、文案、视觉及合成、时间排序等要素

## 案例：微播易风向大会宣传片采用全AI流程制作

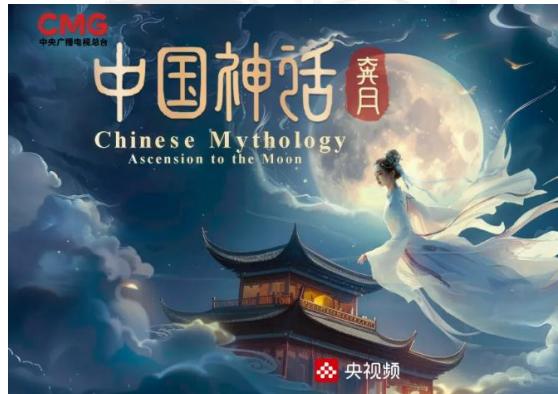


- 生成图片**近3000张**
- 4s的视频片段**700个+**
- 最终使用片段**66个**
- 制作周期缩短**5倍**
- 全链路效率提升**10倍**

# 场景十七：短剧生产——全AI流程化短剧，降本增效、解放创意

痛点：短时高效是短剧制作的基本门槛，亟需AI提效生产；同时，短剧的制作成本有限，现有短剧同质化内容较多，缺乏创新性

## 国内首部AI全流程微短剧《中国神话》



- 《中国神话》从剧本创作到场景构建、叙事表达，做到AI技术的全流程介入，为观众带来了全新的视听体验；
- 在《中国神话》创作过程中，主要使用了现有AI技术的“文生剧本”“文生图”“文生视频”“图生视频”和“文生音频”这五个重要功能。

推动了文化和科技产业的协同发展

提高制作效率

全新的视听体验和独特的艺术风格

便捷、低门槛、多元将创意可视化

## 全AI化生产流程短剧《白狐》



- 《白狐》完成AI视频多场景、多人物、多故事线的剧情化呈现，实现从AI视频到AI短剧的升级；
- 《白狐》的脚本、台词、视频，全部由AI生成。

改变生产方式，颠覆制作流程

突破生产边界，“所想即所得”

单分钟成本仅需几千元，仅为传统制作成本的**5%**

剧本生成到完成**3**集成片，用时**20**天

# 场景十八：广告混剪——原始广告素材批量混剪、一键成片，多平台高效分发

痛点：品牌积累了大量广告素材，剪辑工作和多平台内容分发工作依赖人工，效率低下



## 场景十九：创意量产——加持内容创意创作，实现创意一人多面

痛点：不同渠道的不同用户有着个性化需求，难以制作这么多个性化且有创意的内容

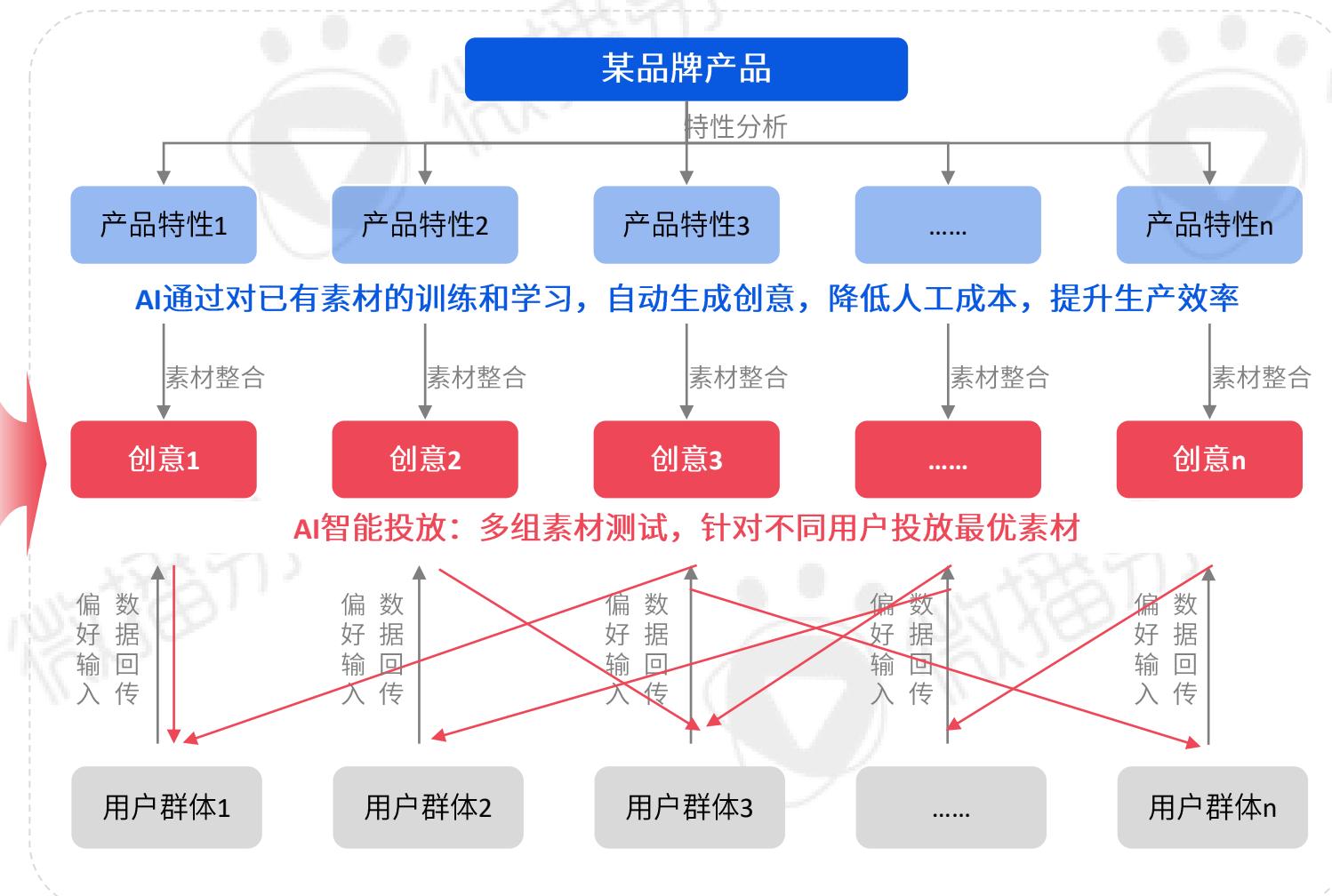
### ✓ 全流程AI内容创作



### ✓ 高效内容管理与协作



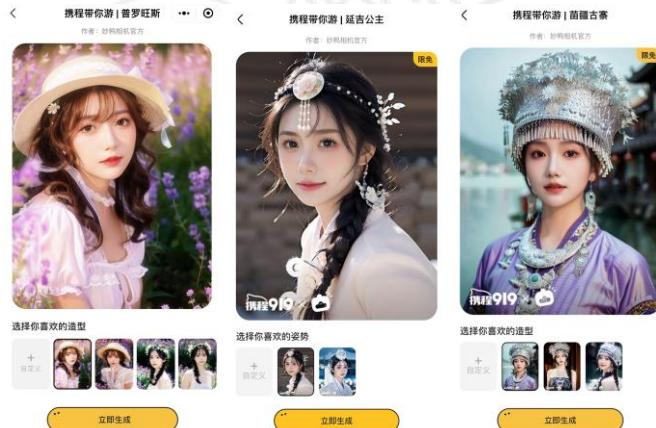
### ✓ 高效产出内容



# 场景二十：创新广告形式——带来全新交互体验，形成强流量、高互动

痛点：品牌希望创作更多创新形式的内容，希望创意性内容能够激发用户的参与行为和主动分享行为

## 案例：携程x秒鸭联名活动 “世界真秒鸭”



携程X妙鸭联合上线的9套“环球旅行”AIGC写真模板，如苗疆少女、欧洲古堡婚纱、拉萨藏袍等主题，用户只需花费9.9元即可一键轻松实现轻松自由旅拍。



人物实拍+实景3D的数字艺术表现形式，带用户跨次元壁旅行。数字分身分别在巨大的建筑地标中打卡，增加创意和视觉冲击力。

据统计，有200万人生成了自己的旅行数字分身，在社交媒体主动分享，形成朋友圈刷屏现象。



## 案例：宁德时代“AI大片，邀您主演”



全球第一部由用户自己选择剧情、自己出演的AIGC广告片

- 只需选择性别、脸型、旅行起止地点、上传照片简单几个步骤，三分钟左右的时间，便可获得一部由AI生成，自己主演的个性化驾驶大片；
- 该小程序在广州车展期间一经发布，便有数万名全球网友在第一时间加入到“主演”行列



## 场景二十一：爆文模型——追踪热点，即时总结迭代输出爆文规律

痛点：面对竞争日益激烈的社媒环境，品牌主亟需有吸引力、能吸引用户关注和喜爱的爆款内容批量产出

数据收集

AI分析

AI生成

效果反馈



笔记数据

- 点赞: 39W
- 收藏: 3.5W
- 评论: 3900+
- 分享: 2900+

AI分析维度

封面

近期热播剧影视趋势

标题关键词

文案及内容

视频结构

热评TOP3

剪辑手法

评论区词频分析

模板生产

账号风格

举例说明

文案及内容

综艺名场面片段集锦，用网络流行语为主角贴上“大学生疯一点怎么啦”，“00后自己的那英”、“女歌手届的显眼包”、“明天不在娱乐圈娱乐”等标签，拉近与读者的距离，引起共鸣。

剪辑首发

视频长、素材多、节奏快，旁白简练，突出主角个性，运用表情，BGM，特效增加搞笑效果，提供轻娱乐的情绪价值。

爆文模型

数据收集

数据预处理

选择模型架构

模型训练

## 场景二十二：智能筛号选号——提高选号的科学性与成功率

痛点：对于每一次的项目投放，品牌都希望能够找到触达率最高、效果最明显的账号进行投放，ROI最大化

### 智能筛号选号

#### 应用逻辑

- 基于历史投放数据积累、客户选号偏好、投后效果数据等300+项大数据支持；
- 根据品牌客户已有候选账号列表，并结合客户Brief需求的自然语言描述等指令；
- 依托筛号选号微调模型深度学习训练，对特定项目/投放阶段进行账号的判断或打分，生成推荐账号理由

#### 应用优势

- 人工成本节省近90%
- 智能推算提高决策的科学性与准确性，提高选号成功率

The screenshot shows the 'AI筛选' (AI Screening) feature of the Weipaiyi AI Platform. It displays a brief requirement for 'VS Love Cloud 珍珠杯B...', a product highlight for '柔光聚拢文胸 (珍珠杯)', and a table of recommended accounts. The table includes columns for序号 (Index), 帐号名 (Account Name), and 是否推荐 (Recommendation). Most accounts are recommended (是), except for '鸽子不要香菜' (否).

序号	帐号名	是否推荐
1	英子	是
2	鸽子不要香菜	否
3	开开心心一家在美国	是
4	孙悦	是
5	不知名的程同学	否
6	胖多金 (生活号)	是
7	车厘子真好吃	是
8	宁心如	否
9	土土今晚吃串串香	是
10	笑笑同学啊	是
11	CC来了呢	是
12	小张阿姨.	是
13	可可 (努力版)	是

历史投放  
数据

客户选号差异  
化指标

投后效果  
分析

账号内容及粉  
丝数据

## 场景二十三：Brief提炼与对接——提升品牌与创作者内容商业合作效率

痛点：品牌给到的Brief与达人理解的表达中间可能存在信息错位或偏差，导致合作不满足预期

### Brief生成功能

#### 应用逻辑

- 依据正式/非正式的文档内容，提取客户brief需求
- 包含内容创作要点、项目投放要点、项目KPI指标等内容

#### 应用价值

- 短时间快速梳理客户需求
- 相较人工，AI更加客观精准

#### 适用对象

- 代理公司、内容创作者、MCN机构等



### 初稿审核比对功能

#### 应用逻辑

- 基于客户brief生成要点进行比对，判断达人提交稿件是否符合客户要求

#### 应用价值

- 减少项目及订单创作出错率，提升客户服务满意度
- 省去大量人工审核工序，提高效率

#### 适用对象

- 代理公司、内容创作者、MCN机构等



# 场景二十四：智能审核——从2小时缩减到2分钟，高效确保内容合规合法

痛点：投放素材频繁审核不通过，被平台方打回修改，效率低

- 基于RAG、Agent智能体、OCR识别、图生文等多种技术，通过对大量数据的训练和学习，系统智能识别违规内容、敏感信息，同时进行情感内容过滤、语言文化纠正等的文本、图文、视频预审检测，使内容符合平台的规定和法律法规，确保审核的及时性和准确性。



## 广告风险审核

根据广告投放审核标准细则，进行稿件智能审核

编号	违规内容	违规原因	反馈
1	小红书APP设计的美颜海报高跟鞋	使用了“艳俗类”的用词“高级”、“高跟鞋”	由平台处理
2	还有SGS的机构检测报告就让人质疑化妆品类和医药类有疗效的美妆产品是否通过	化妆品类和医药类有疗效的美妆产品是否通过	由平台处理
3	对妆真的很好 就像护肤面膜推出的补水效果	化妆品类和医药类有疗效的美妆产品是否通过	由平台处理
4	美白保湿的美白大女主	使用了“艳俗类”的用词“美白”、“美女”	由平台处理
5	明明是很多痘痘也不会卡粉 这样入手，属于大女主风	化妆品类和医药类有疗效的美妆产品是否通过	由平台处理



## 媒体平台图片预审

基本定稿，发布图文前通过预审功能进行图文卡点审点测试

编号	违规内容	违规原因	反馈
1	使用了夸大的用词“惊艳”、“震撼”	化妆品类和医药类有疗效的美妆产品是否通过	由平台处理
2	对妆真的很好 就像护肤面膜推出的补水效果	化妆品类和医药类有疗效的美妆产品是否通过	由平台处理
3	明明是很多痘痘也不会卡粉 这样入手，属于大女主风	化妆品类和医药类有疗效的美妆产品是否通过	由平台处理



## 媒体平台视频预审

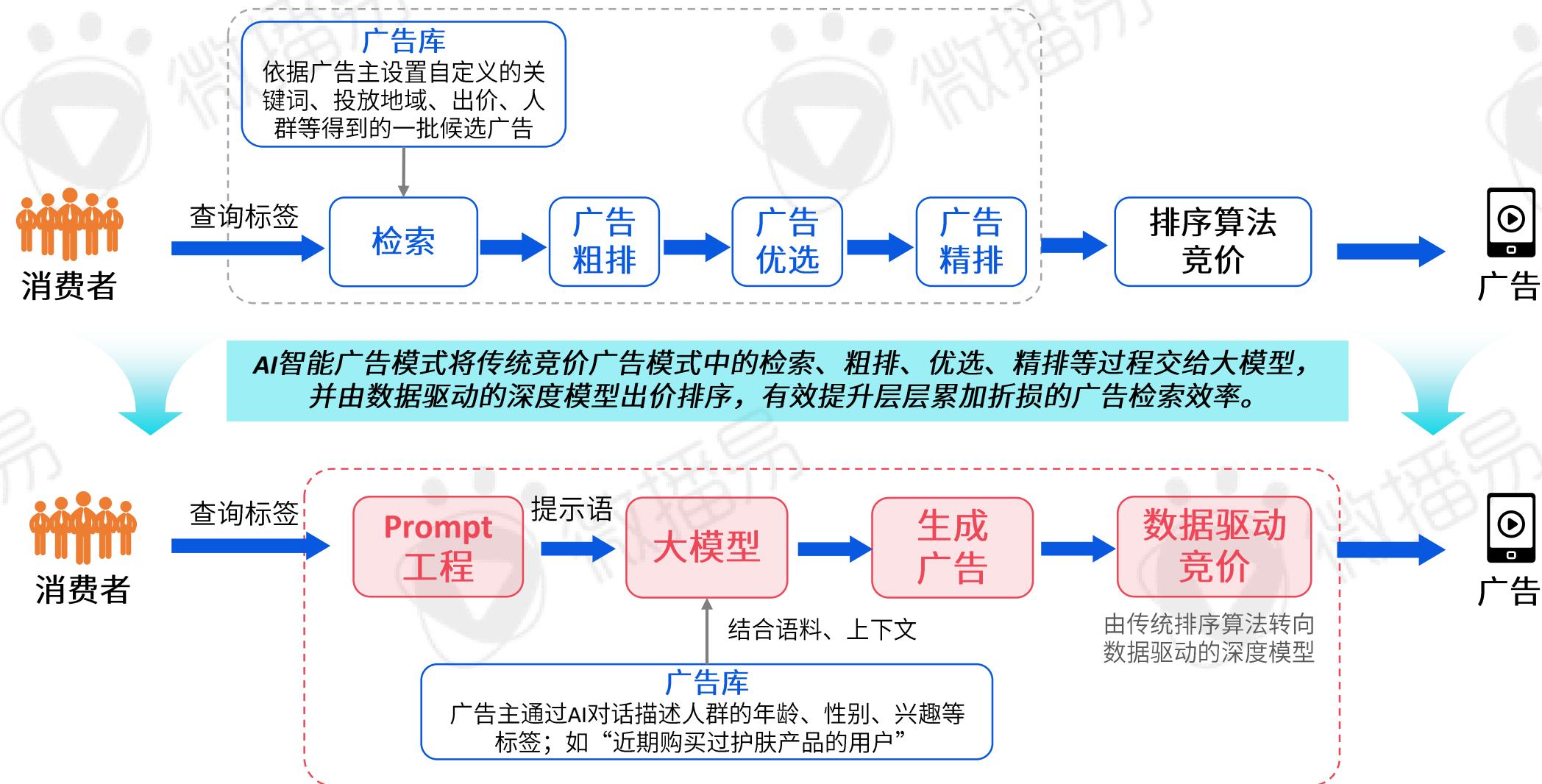
预审媒体平台视频，审核视频可能涉及到的违规内容

时间	疑似违规内容	疑似违规原因	反馈
00:52-00:53	我说你真巴倒吧，你在干嘛	使用了不文明用语	由平台处理
01:00-01:01	说你家娃娃吃whole foods，就是有机农作物	涉及特定品牌的直连推广	由平台处理
01:40-01:41	我跟你说，你和你家都用深海鱼油这种东西比它好，才是真正的深海鱼油	涉及特定品牌的直连推广	由平台处理
01:54-01:55	我跟你说，你和你家都用深海鱼油这种东西比它好，才是真正的深海鱼油	涉及特定品牌的直连推广	由平台处理
02:04-02:05	我跟你说，你家宝宝是被病了，早早了找我来我家看我的宝宝生了病了	涉及特定品牌的直连推广	由平台处理

时间	疑似违规内容	疑似违规原因	反馈
[00:00-00:01]	会因为为什么没课谁在上课呢		
[00:01-00:02]	我跟你说，你和你家都用深海鱼油这种东西比它好，才是真正的深海鱼油	涉及特定品牌的直连推广	由平台处理
[00:02-00:03]	我跟你说，你和你家都用深海鱼油这种东西比它好，才是真正的深海鱼油	涉及特定品牌的直连推广	由平台处理
[00:13-00:14]	现在学完了，我做一个字，然后再加上一个字		
[00:18-00:19]	我就觉得这个是一个华人教授讲的课都跟着		
[00:24-00:33]	每本hup23那群这个入群要求不能少于100人		

## 场景二十五：智慧竞价——提升检索广告有效性

痛点：竞价广告有时候消费高转化低，有时候消费低转化高，无法随时进行投放调整和优化，广告的效果和成本效益不稳定



## 场景二十六：虚拟主播——7X24小时赋能销售前中后，打造品牌“数字分身”

痛点：真人主播的精力有限，出镜时常有限，无法24小时不间断直播

服务链路

售前

- 能够快速缩短产品及认购链路

售中

- 承接客服导购或AIGC直播带货，引导用户留资及购买

售后

- 保障客户留存率，成为随时、随地可陪伴的忠实朋友

服务优势

01 智能讲解

人工智能灵活解答各种提问

02 智能交互

智能串词/热场/@观众/互动

03 个性化推荐

分析用户的购买历史和兴趣偏好，个性化产品推荐，提高购买转化率

04 超长直播

7\*24小时随时随地AI直播

05 降本增效

一台电脑，无人直播模式

06 跨语言和跨文化传播

支持多语种和多文化的表达能力，跨地域、文化直播带货，拓展市场

应用场景

本地生活直播

直播带货服务

跨境电商服务

算法技术

人物形象克隆

智能语音交互

自然语言处理

智能语音识别

个性化TTS

无穿戴表情动作捕捉

OpenGPT大语言模型



用户咨询：“什么时候发货？”

AIGC智能解答：“现在下单一天内就可发货。”

用户咨询：“Can I eat during pregnancy?”

AIGC智能解答：“Pregnant woman can take it three capsules per day with food, 孕妇也是能吃的，每天可以吃三粒。”

案例：微播易虚拟主播带货

## 场景二十七：AI智能导购/导览——深度链接用户，提升用户体验

痛点：传统导购或导览容易使消费者受制于时间和空间的限制，需要消费者在实地才能使用；且品牌可能因为信息不对称等问题，错失消费者的购买决策

### 实现方式

- 在场景内设置AI智能导购/导览的数字人营销一体机、或AI智能导购小程序，打造虚拟货架空间，搭配数字人的智能推荐，用户通过**语音交互、触摸屏交互**等方式实现智能导购服务体验；
- AI智能导购/导览具备逼真的语音交流能力，通过与用户的自然交互，了解用户的偏好和意图，**判断真实需求**，进行**个性化和精准推荐**，增强用户体验与转化效率。

### 应用场景



餐饮美食



酒店民宿



娱乐体验



景区景点



综合商场



# 场景二十八：虚拟模特——AI生成数千模特和数万场景，节省制作成本

痛点：目前，对于电商客户来说，面临产品SKU众多，需要制作大量信息流广告，找线下素人进行试穿和拍摄，拍摄周期长、成本高等营销痛点

## 应用场景一

真人模特图切换场景



## 应用场景二

平铺图虚拟模特上身试穿&切换造型



## 优势

### 节省制作成本

无需为模特支付高额工资，不需为模特提供服装与化妆服务，AIGC虚拟模特切片可提供大量可上用的投放素材

### 节省推广成本

只要有原始产品，就可以将产品完美融入到指定背景环境图，或是上身模特，展现产品立体感和整体搭配

## 场景二十九：智能客服——实现自主对话与商品的个性化推荐

痛点：人工客服回复速度较慢，不能确保实时回复，且受个人因素影响，与用户的沟通、态度无法标准化统一



# 场景三十：AI社媒运营助手——用户反馈及时回应，构建用户深层运维关系

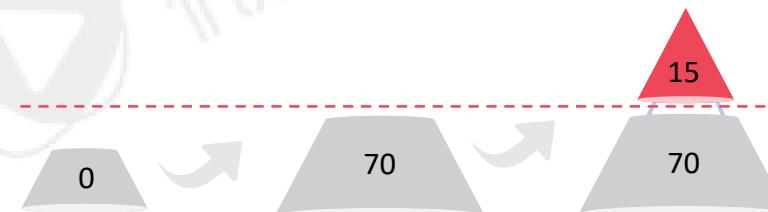
痛点：无论是社群、社媒平台还是品牌的官方账号中，品牌无法做到对每一个用户评论、私信一一回复与随时陪伴



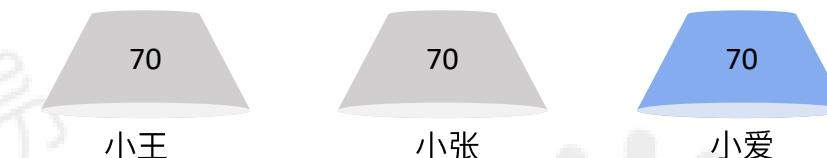
# 场景三十一：数字员工——释放企业基础劳动力，推动企业提升创新创造力

痛点：项目执行过程中涉及到的标准化、流程性的工作贯穿项目全过程，每个项目都需要专人跟进沟通执行过程中的琐碎事项

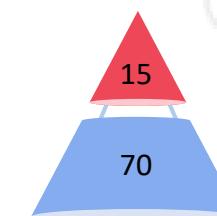
## 1、让新员工更快成长为老员工—学习AI辅助工具



## 2、替代熟练员工，减少员工配置—数据化员工



## 3、提效老员工，最大化发挥其高阶能力—Copilot



### 应用逻辑

- 基于大量的行业通识、沟通技巧、客户服务经验、工作流程、案例等内容，AI深度学习训练，在项目跟进中自然地回复和表达，实现与人类员工的高效配合
- 数字人员工甚至具备人物性格特征，可实现更贴近人类的回答方式，从而提供更加个性化和专业的回复

### 应用价值

- 节省人力成本：解放人工反复性高、标准执行性的工作内容
- 高效执行：科学执行对接，标准化作业避免人工可能出现的遗忘与遗漏

### 适用对象

- Agency、MCN机构、平台等项目执行、媒介、质检部门



案例：微播易AI数字员工

## 场景三十二：再营销——投放数据实时监测，即时调整策略，提升ROI

痛点：广告制作成本较高，热点具有时效性，需要根据投放数据反馈来分析广告投放效果，调整广告投放各项策略

应用逻辑

Step01

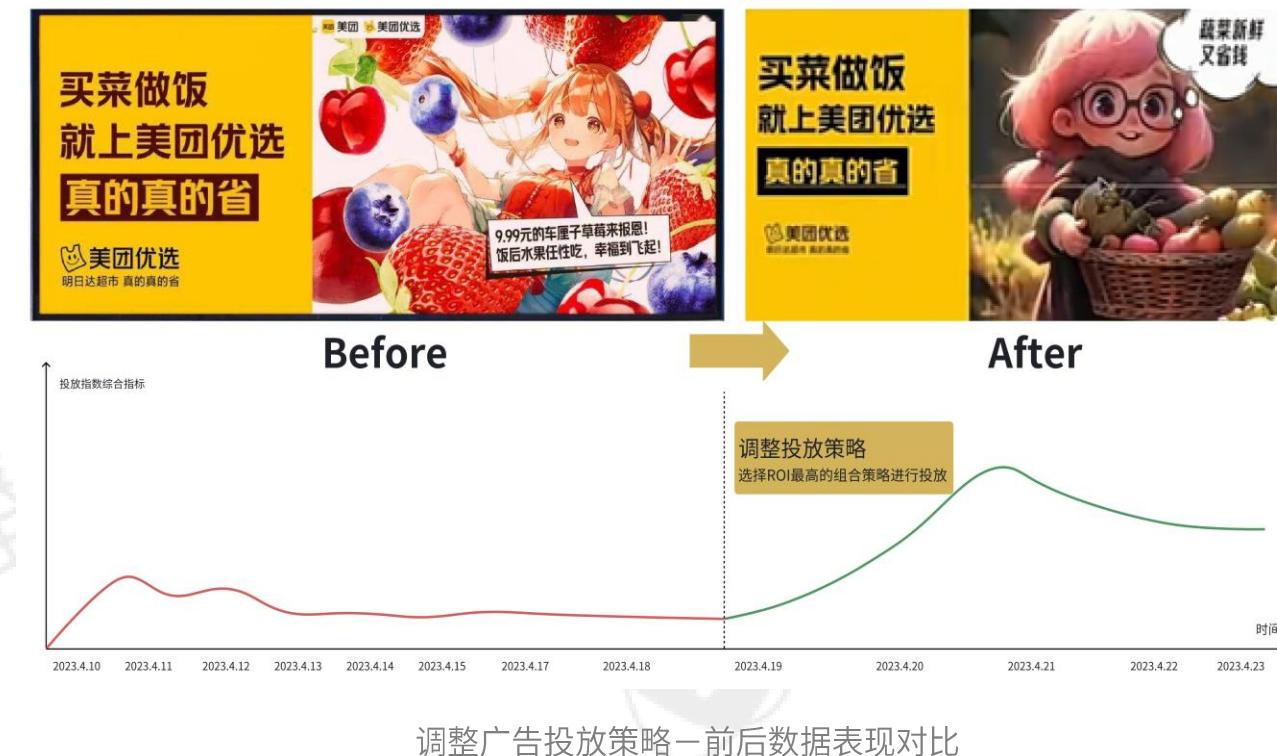
AI通过实时数据回流、多维数据自动化分析、人群漏斗报表、投放报表等，智慧分析不同广告策略的转化率、点击率等关键指标

Step02

根据投放效果，自动调整投放参数，实现ROI最大化；如自动化素材调用、自动调整投放时间、自动调整出价等

应用价值

构建科学营销体系，以项目完整投放链路，追溯每一环节问题，结果导向，科学赋能营销投放



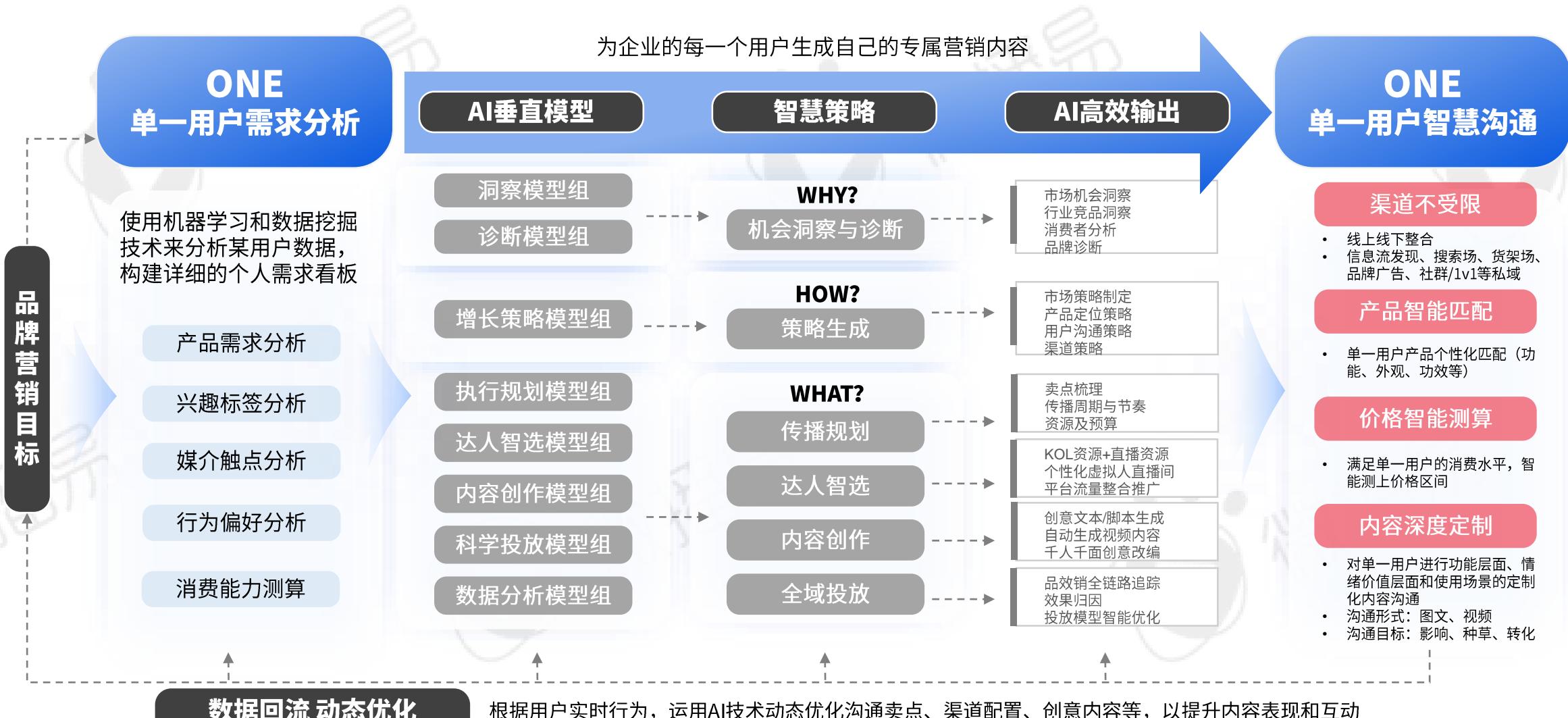
# Part 03

## 企业AI营销 发展趋势

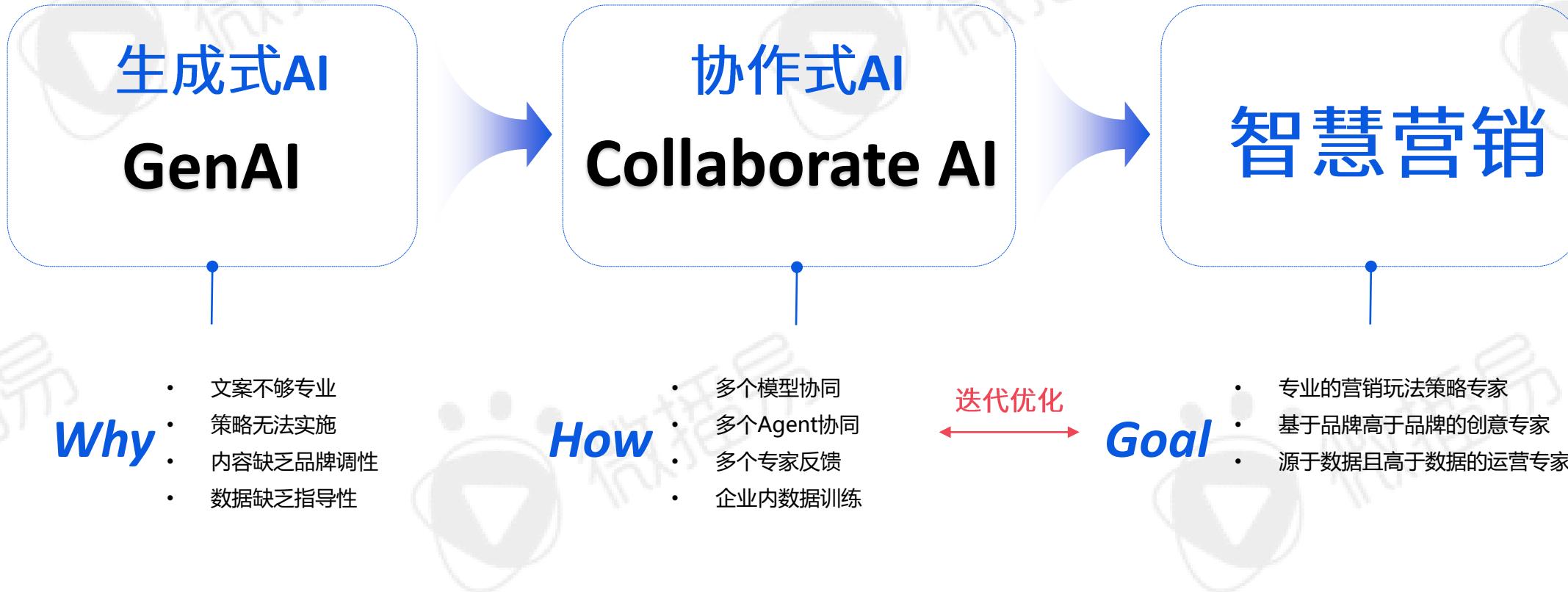


TECHNOLOGY ENABLES SOCIAL MEDIA MARKETING MORE EASILY

# 风向趋势一：AI真正实现“一人多面”的“一对一”营销

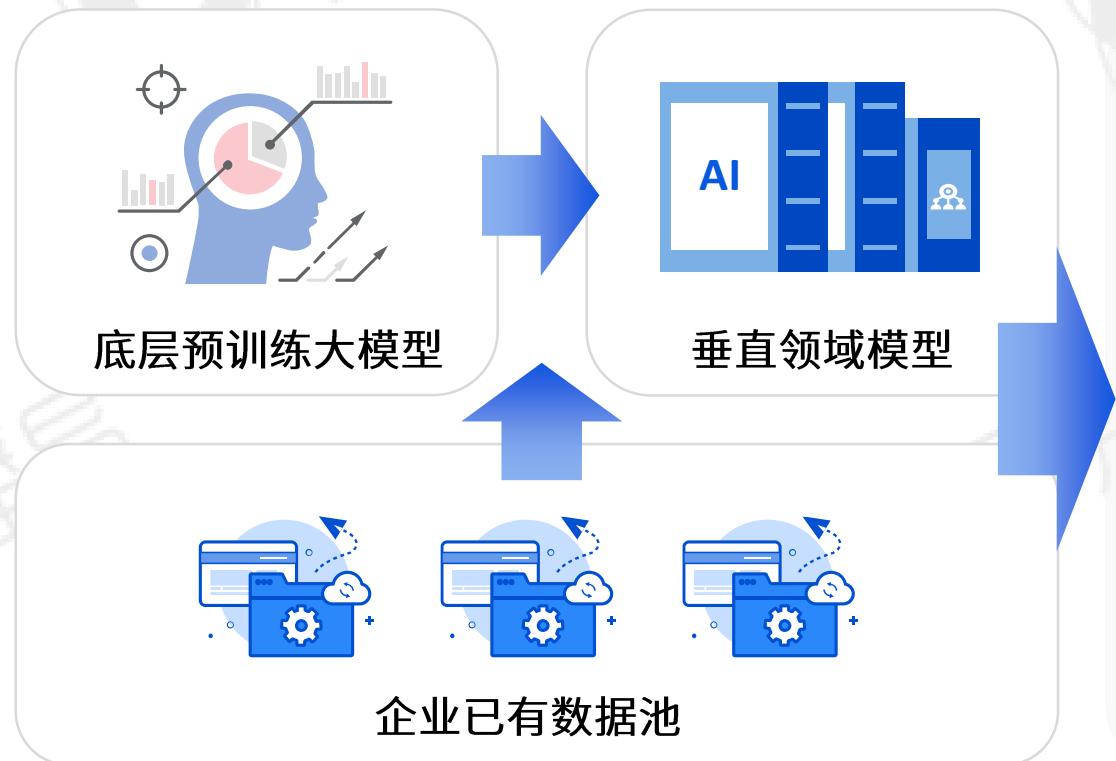


## 风向趋势二：生成式AI演进为协作式AI，帮助企业实现营销自动化的持续增长



## 风向趋势三：每个企业都将拥有自己各个场景的营销大模型

随着不同领域企业客户对AI技术在实践中的需要愈发强烈，未来，结合营销方法论的数据处理与分析方式，品牌将进行私有大模型的定制和微调，以深度化、垂直化、私有化、产业化的特点打造差异化的企业专属模型。



### 小微企业 (API调用)

通过直接调用或调教第三方 API，同时采用Prompt提示词做查询优化。

### 中小企业 (高效微调)

一般采用高质量训练集，配合LangChain等技术栈进行私有化部署。

### 中大企业 (预训练)

一般通过RLHF训练策略进行垂直化训练，增强模型泛化能力。

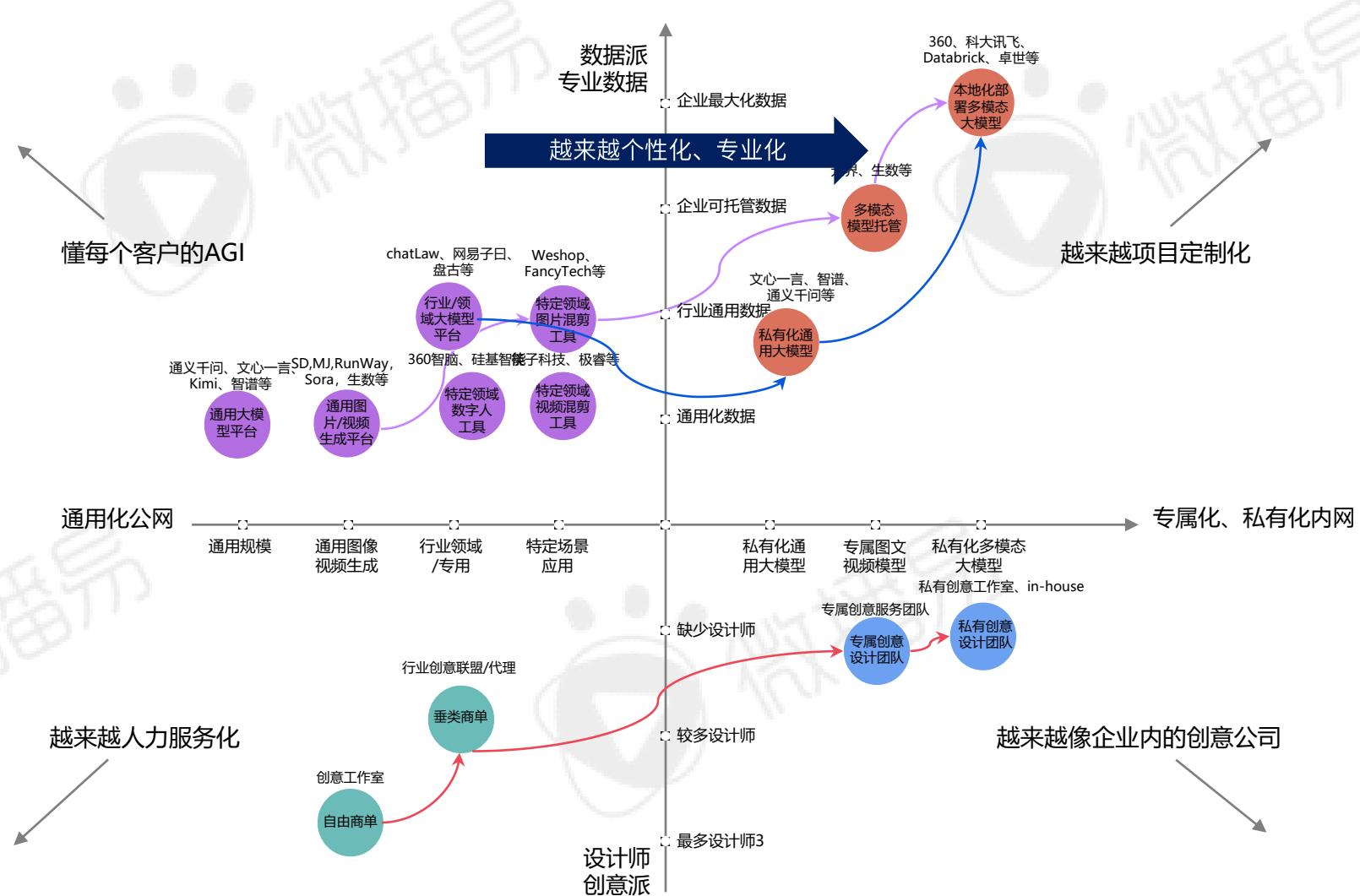
深度化

垂直化

私有化

产业化

# 风向趋势四：营销大模型应用越来越专业化、个性化、私有化



## 营销领域大模型趋势

越来越专业化、私有化

## 营销图文视频大模型趋势

越来越智能化、个性化

## 品牌营销AI生成内容趋势

越来越有创意高度、品牌调性

# 风向趋势五：AI 增加从业者的升级及淘汰



## 人才结构的转移

从基础执行者到更高决策者



## 工作重点的转移

从基本技能向提出prompt

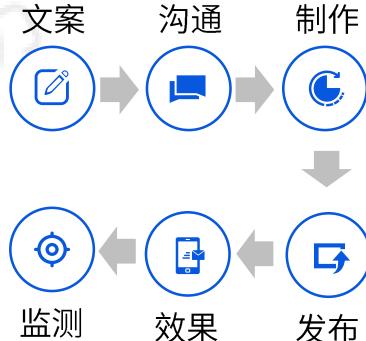


## 工作内容的转移

基础内容生产向高附加值环节

### - PAST -

每个环节要等专业的人员完成内容，反应慢，信息传递流失多，费用高，灵敏性低

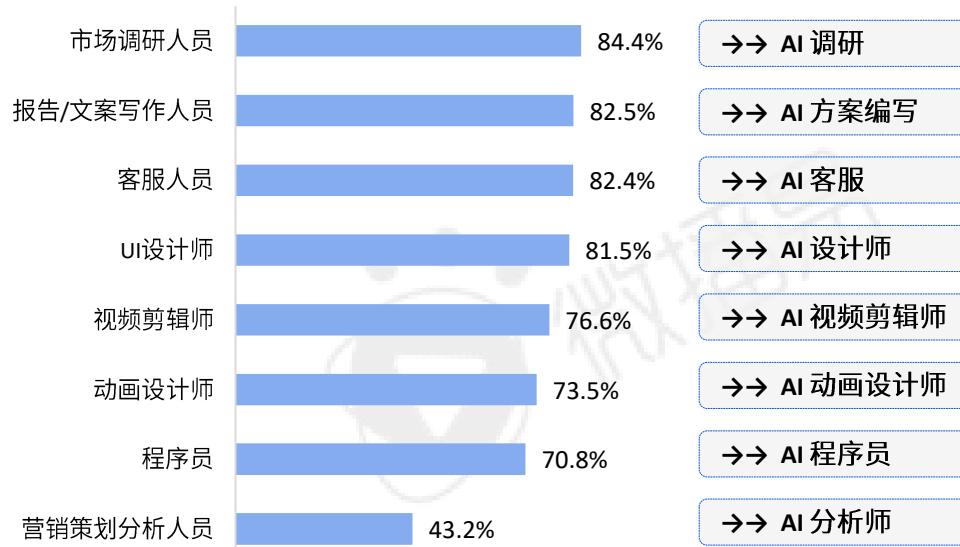


### - NOW -

通过AIGC工具，每个员工自己就可以是设计、文案、编程，员工有比较全面的综合能力，是项目多面手



### AI技术对岗位/角色的替代率

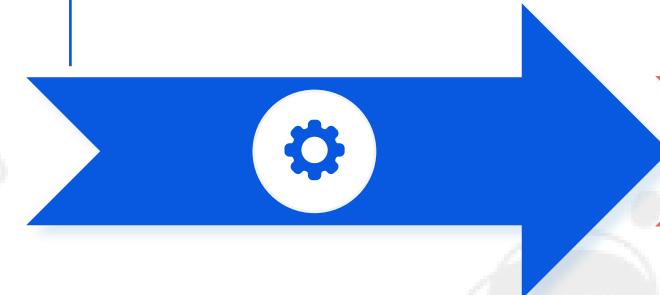


## 风向趋势六：企业将迎来观念、技术、架构升级潮，打造系统性的AI营销基建

- 品牌主拥抱AI营销的关键，在于从观念上由AdTech时代的用户流量思维向MarTech时代的用户经营思维转变，进而通过数据、技术和组织架构的优化，提高自身的MarTech程度，实现企业数据资产化和用户资产化，发挥AI营销更深层次的价值和作用。

### 思维转变

由AdTech用户流量思维转变为MarTech用户经营思维，在AdTech应用深化的基础上加速驱动MarTech的发展深化。



### 组织架构升级

提高营销团队的技术素养，打通营销体系多部门，协同整合服务



### 数据与技术优化

通过数据与数据的优化，提高企业自身MarTech程度，提高广告营销效率和效果。



# 微播易——AI驱动的营销服务商

微播易成立于2009年，是一家大数据技术驱动的、以AI技术为核心的独立B2B新媒体AI营销平台型企业，深耕核心业务10余载，已成长为业内龙头企业。公司自主研发的B2B产业互联网AI营销服务系统，以微播易Martech+AI为核心驱动，为广告主提供一站式的智慧社交媒体营销方案。

## AI 驱 动 的 营 销 服 务 商

社媒品效销  
增长合伙人



30w+  
品牌

- K: 达人
- F: 信息流
- S: 搜索
- 其他广告

- 基于AI及大数据的  
社媒营销策略服务

提质增效



内容创作者  
商业增值伙伴



35+社交媒体  
100w+KOL

商业变现

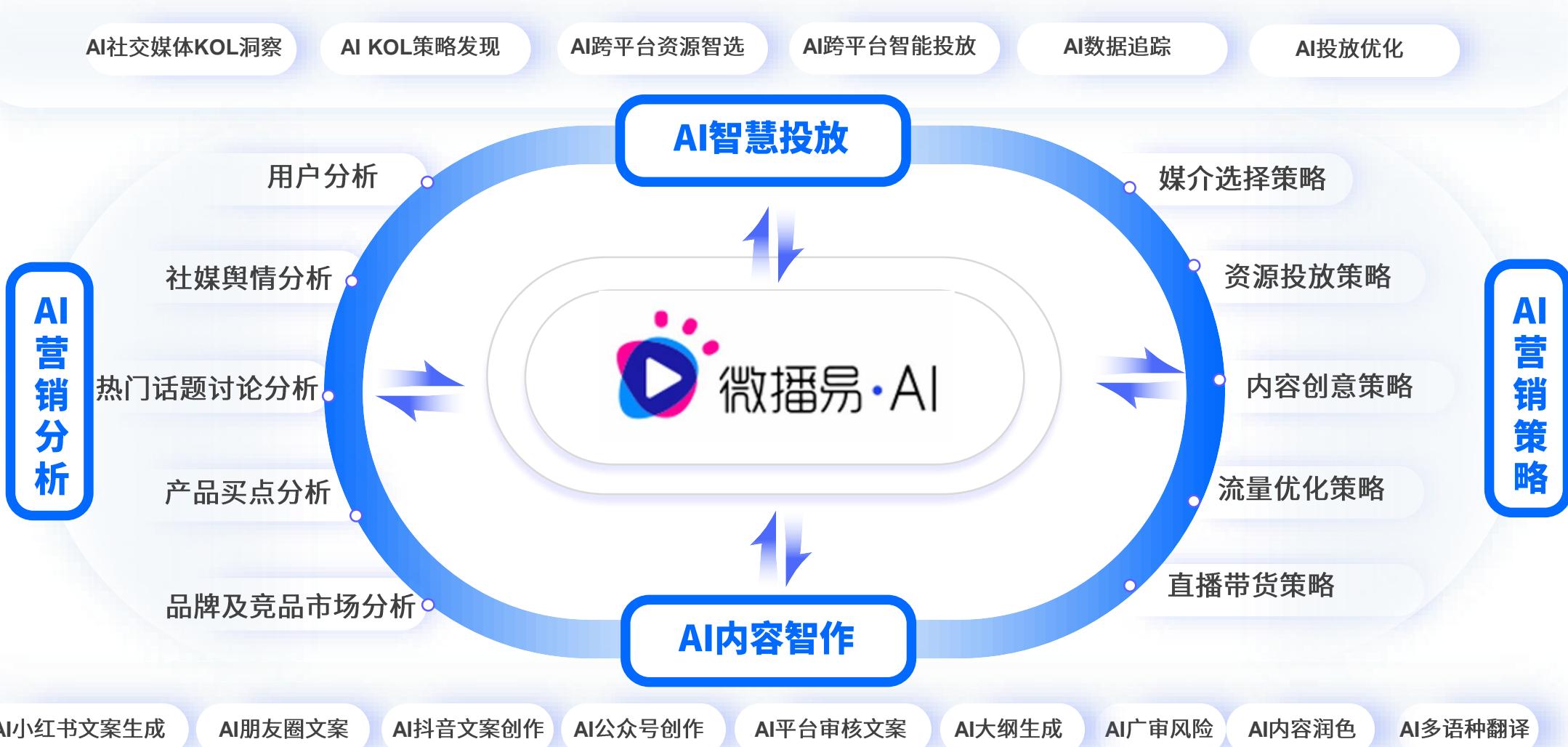
商业变现服务

- 全渠道提升曝光度
- 提升商务运营能力

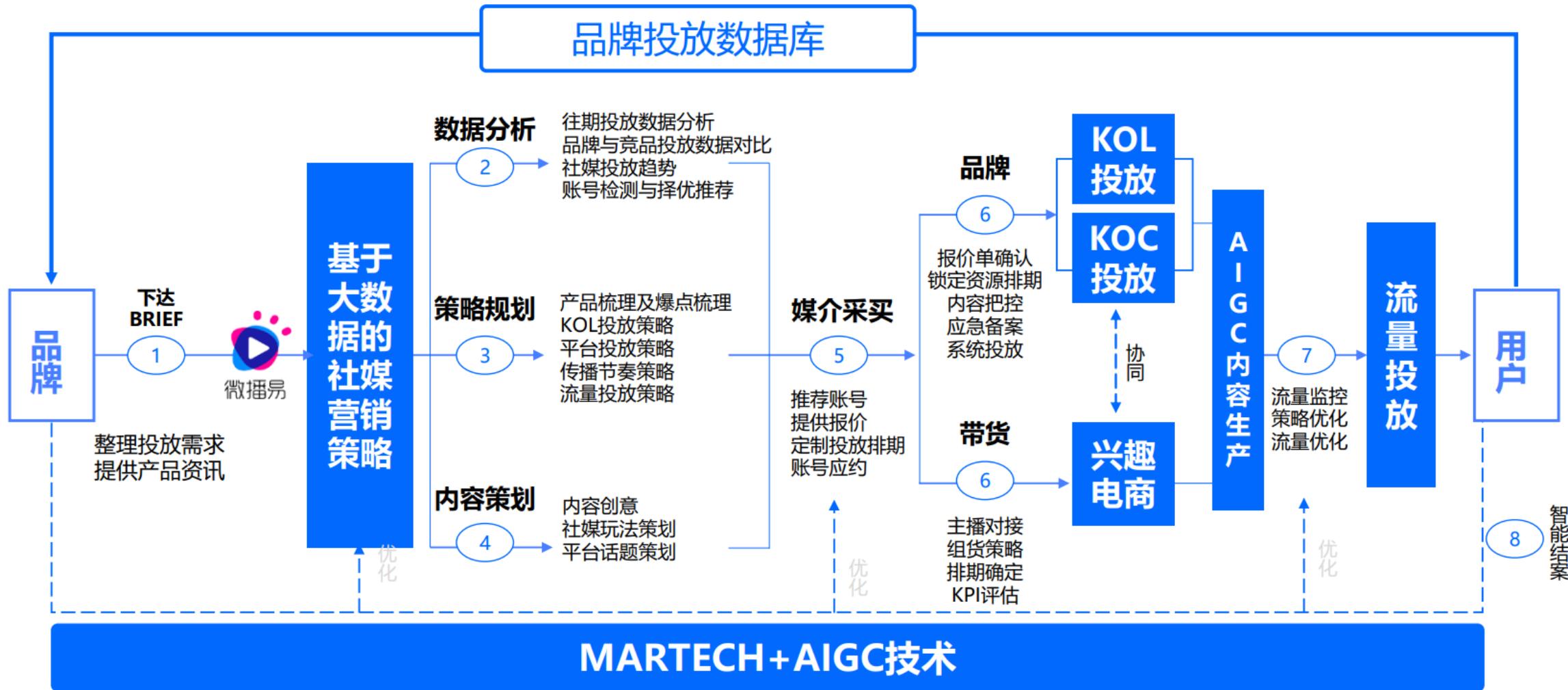


...

# 依托AI全面提升营销服务体系



# 为企业提供全链路整合营销服务



北京



010-64813450



北京市朝阳区北四环小营北路53号院中源科技大厦3号楼9层

上海



021-64183127



上海市黄浦区南昌路45号城汇大厦11楼

广州



020-38289315



广州市天河区冼村街道珠江东路12号高德置地冬广场H座2906室

深圳



0755-83012811



深圳市南山区深圳湾科技生态园10栋A座1008

郑州



010-64813450



河南省郑州市惠济区迎宾路睿谷创新中心2区2号楼10层

杭州



010-64813450



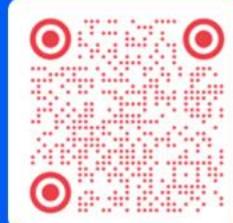
浙江省杭州市钱塘区白杨街道科技园路20号9幢209室



微微播易  
微信公众账号



微微播易  
视频号



微微播易  
红书易

# 附录：法律声明

## 版权声明

本报告由微播易制作，未经本公司书面同意，任何单位及个人不得以任何方式及理由对该内容进行抄录、或其他产品捆绑使用、销售。凡有上述侵权行为之单位及个人必须立即停止侵权并对其侵权造成的一切不良后果承担全部责任。否则本公司将依据《著作权法》等相关法律、法规追究其经济责任和法律责任。**如引用或转载，请注明来源“微播易”**违者将追究其违法责任。

## 免责声明

本报告所涉之统计数据，主要由微播易平台自有数据、公开资料数据整理，基于微播易AI分析及推及计算获得。由于数据样本及计算模型的影响与限制，统计数据仅反映当下样本的情况反映，未必能够完全还原市场客观情况。鉴于上述情形，本报告仅作为市场参考资料，微播易不因本报告承担任何法律责任。