



CAAC
中国商务广告协会
AI营销应用工作委员会
China Advertising Association of Commerce
AI Marketing Application Committee

2025年AI营销 新范式应用指南

AI时代——启航全域营销增长

微播易 2025/05



前言

据预测，中国AIGC市场规模将在2028年攀升至2767亿元，AI营销行业2025年预计市场规模达669亿元，这一数据背后，是AI对营销生态的彻底重构：从营销洞察、内容生产到传播路径，从消费者决策到品牌运营，传统范式正被颠覆，新的增长逻辑已然成型。

为推动行业创新，微播易联合CAAC中国商务广告协会AI营销应用工作委员会，通过深度调研品牌方、代理机构、MCN机构、达人等全产业链参与者，结合前沿案例的解剖式分析，最终形成《2025年AI营销新范式应用指南》。报告探索AI+营销在行业生态、消费者行为变化、营销生产力三方背景，探讨洞察范式、内容范式、传播范式、运营范式四位一体AI营销增长新范式；创新性的提出迎接AI+营销新范式，从业者与品牌方应该做足的准备；从洞察范式到内容范式，从传播范式到运营范式，报告带来20+可落地、可复制的AI营销创新应用案例。

期待这份研究既能构建行业认知坐标系，为从业者提供转型导航；更愿其成为学界与业界对话的桥梁，在理论建构与实践探索的碰撞中，共同书写AI时代营销新范式，探索AI增长新势能。

目录

CONTENTS

Part 01

迎接，AI+营销增长新范式

Part 02

准备，做足AI营销范式功课

Part 03

实践，AI营销新范式应用探索

Part 01

迎接，AI+营销增长新范式

1.1 产业生态重构

1.2 消费者行为迁移

1.3 营销生产力革命



1.1 产业生态重构

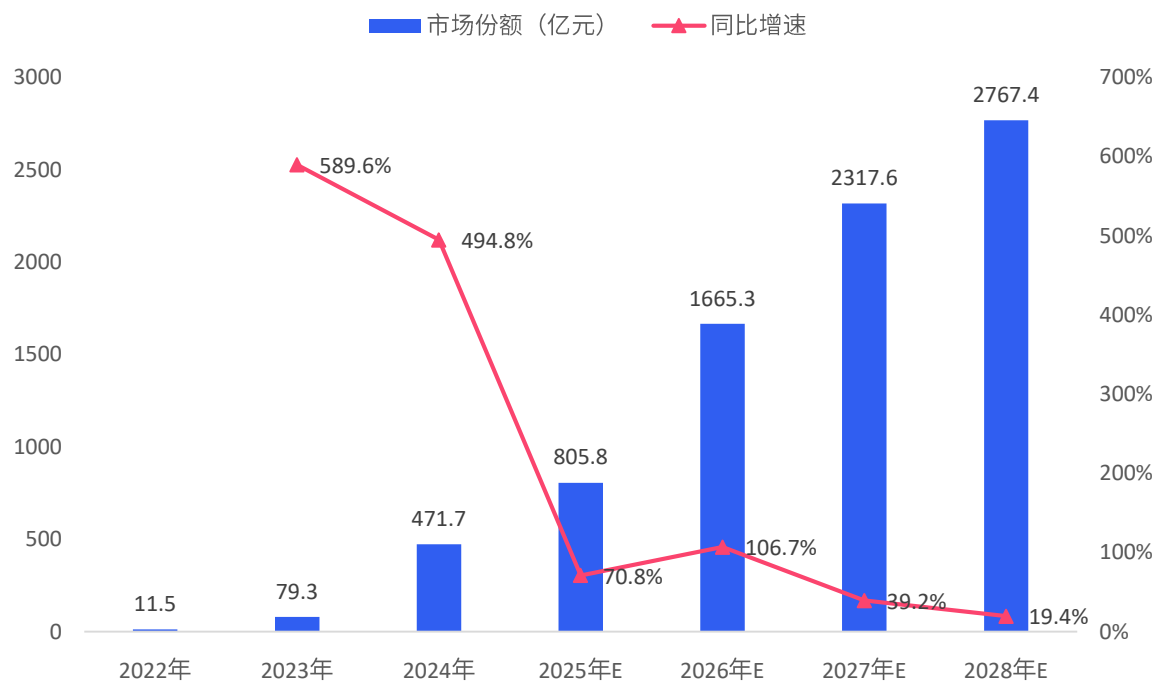


(一) 产业结构变革

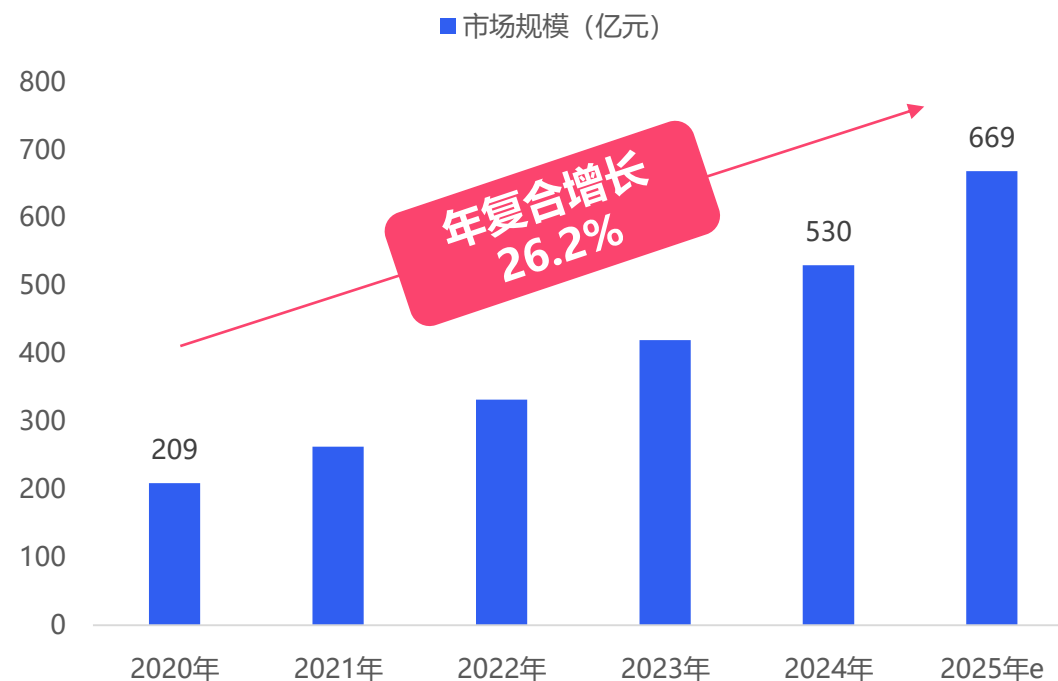
新千亿市场诞生：预计2028年AIGC带动的市场空间超2700亿

- 2024年中国AIGC产业核心市场规模为471.7亿元，增长率高达494.8%，到2028年虽然增速有所放缓但市场规模有望攀升至2767.4亿元，表明随着AIGC技术的日益成熟，AI进入全面实践应用阶段，AI正在引发营销市场的全方位变革，预测AI营销行业正在以年复合增长率26.2%的速度加速成长，2025年预计市场规模达669亿元。

中国AIGC行业核心市场规模及预测



2020-2025年中国AI营销行业市场规模



■ (一) 产业结构变革

■ 产业结构重组：传统创意公司面临挑战，媒介代理模式亟待革新

传统创意公司失业

例：某国际4A集团宣布将旗下两个子公司全球合并为全新创意部门，原子公司从此退出历史舞台。

- 4A广告公司高强度脑暴
- 视觉设计师精修30版海报
- 熬夜通宵手搓100页PPT

耗时耗力的创意流程在AI秒级生成的无限创意面前毫无竞争力

传统媒介代理无用

例：某国际4A更名，折射出广告集团向业务整合、技术融合方向发展的趋势愈加明显。

- 银行提供资金支持
- 平台提供媒介投放
- 人群分析、策略制定、效果复盘等基础工作AI接盘

靠垫资的传统媒介将被AI算法碾压或在品牌自建AI团队下被舍弃

(一) 产业结构变革

营销打法颠覆：破解广告营销三大核心矛盾

过去

▶ 打破精准与规模的矛盾

想规模化必须放弃精准

陷入“越精准可用资源少”的困局

▶ 解决效率与质量的冲突

人工经验无法兼顾效率与质量

内容创意、制作、修改、优化的流程慢，且多依赖人工经验，迭代周期长，难以保证产出内容的效率与质量。

▶ 解决标准化与个性化的两难

或千人一面，或专属定制

传统营销受限于成本和技术，难以实现真正意义上的大规模个性化。
千人一面标准化广告效果差，
一人一面个性化内容成本高。

现在

AI赋能规模化精准触达

AI赋能同时测试千万个达人，精准匹配细分人群，实现规模化精准传播

智创量产，爆款高速迭代

快速生成大量创意文案、脚本、图片、视频草稿。基于数据反馈，AI还能自动优化和迭代内容，挖掘爆款潜质。

从千人一面，到一人一面、一时一策

AI系统可以实时分析单个用户特征、所处场景（时间、地点、设备）、当前意图甚至情绪信号，
并从内容库中（或实时生成）选择/组合出最能打动TA的个性化内容变体或互动方式。

(二) 内容创作普惠

创作门槛降低：AI已经并正在产生真实生产力

同比+245%

2025年2月 AIGC APP行业
月活用户规模

2.49亿人

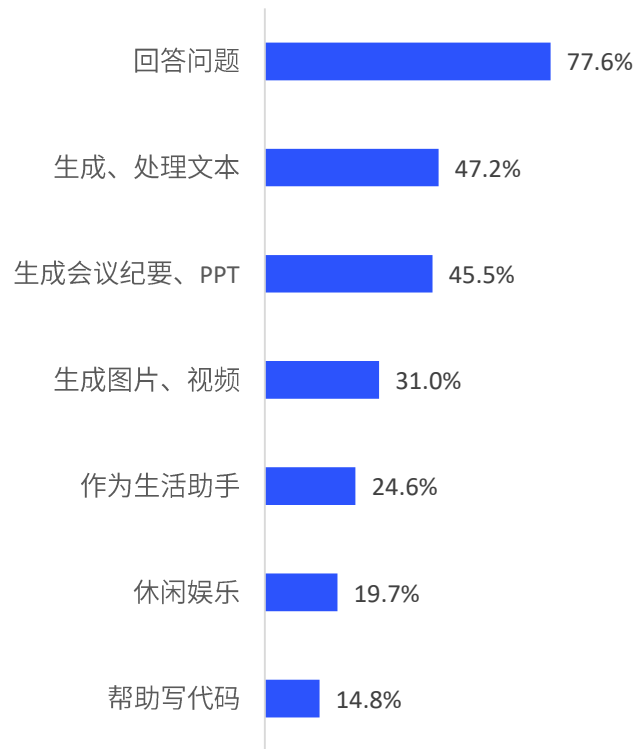
截至2024年12月，使
用过生成式AI的用户

AI能够解决

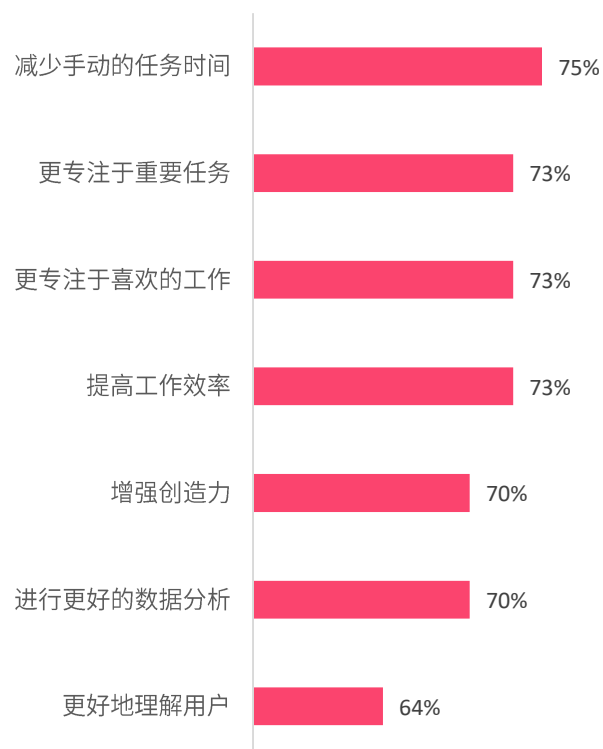
90%的文字需求
70%的图片需求
50%的视频需求

- 在生成式人工智能用户中，利用生成式人工智能产品回答问题的用户最为广泛，占比达77.6%；
- 将生成式人工智能产品作为办公助手的用户占比达45.5%。

用户使用生成式人工智能产品的目的



市场营销人员认可的AI价值与应用方向

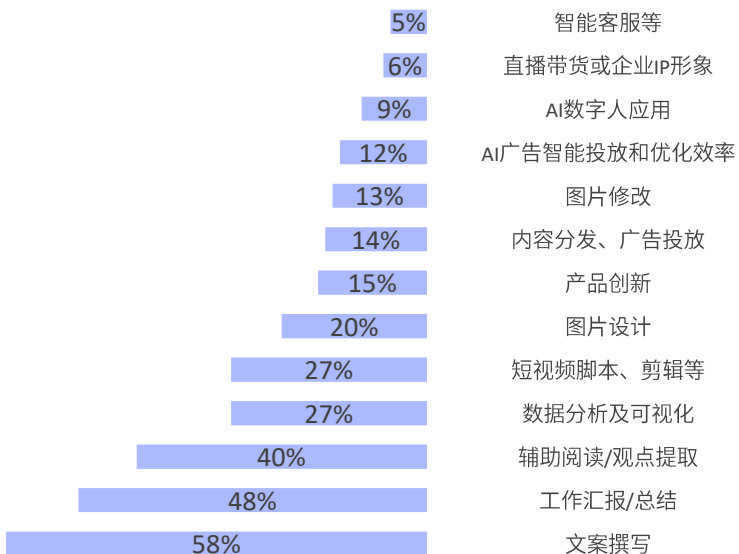


(二) 内容创作民主

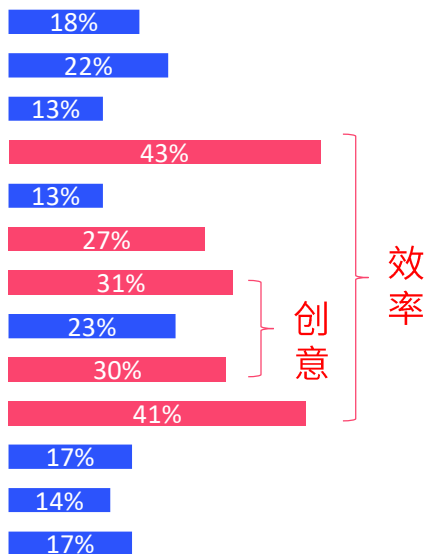
创作主体扩展：从业者、普通消费者皆可通过AI工具生产内容

- 目前从业者使用AI主要的工作是文案撰写、日常办公、辅助阅读、洞察、短视频；
- 未来期望AI解决的工作中，预期最多的是：AI广告智能投放和优化效率、用户洞察和数据分析、产品创新。

品牌主当前AI使用场景



品牌主未来AI使用场景预测



效率
创意

60%内容创作者
采用生成式AI技术

30%涉及AI生成
抖音快手等平台的内容

- 快手的“可灵AI”支持用户上传文字或图片生成视频，累计生成视频超5100万个、图片1.5亿张
- 抖音的剪映工具可一键生成带旁白、音乐的短视频，其“AI绘画”标签播放量达484.9亿次



(三) 效果评估进化 从“事后验证”到“AI预测”的范式重构

传统效果评估

通过播放量、转化率等滞后数据反推内容价值，且数据接入片面，整合能力弱

AI预测评估

可通过神经科学级预测（脑电波模拟+眼动追踪），在内容发布前预判用户注意力峰值

混合专家模型（MOE）运作机制

既保留人类创造力，又实现机器决策的透明化

行业专家
品牌经验库

创意专家
内容感染力模型

数据专家
用户行为预测

1.2 消费者行为迁移



（一）从“搜索”到“与AI对话”

消费者开始用“AI决策”取代“传统决策”

全球超**50%**用户

2025年将 AI 智能体
作为日常信息检索首选工具

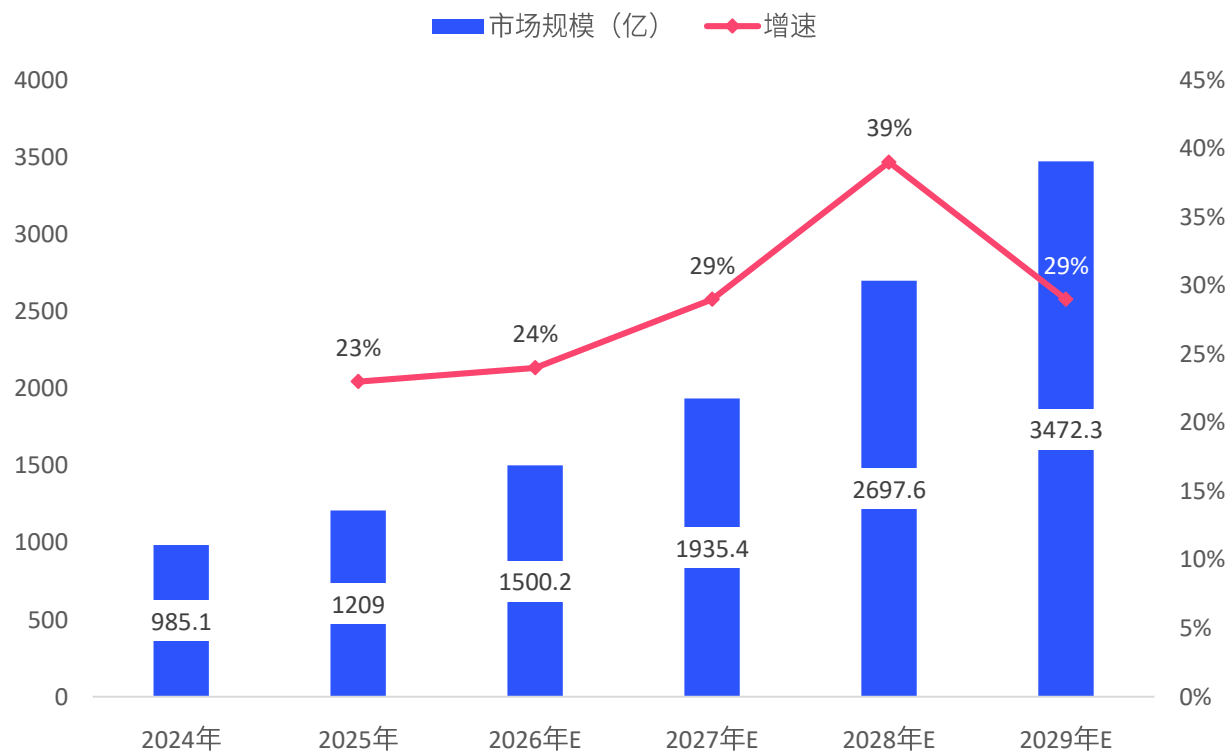
45%的高净值人群

20-29岁高净值人群已依赖AI生成答案

未来五年保持**20%+**增速

AI搜索预计2029年将达到3472亿元

2024-2029年中国AI搜索市场规模预测



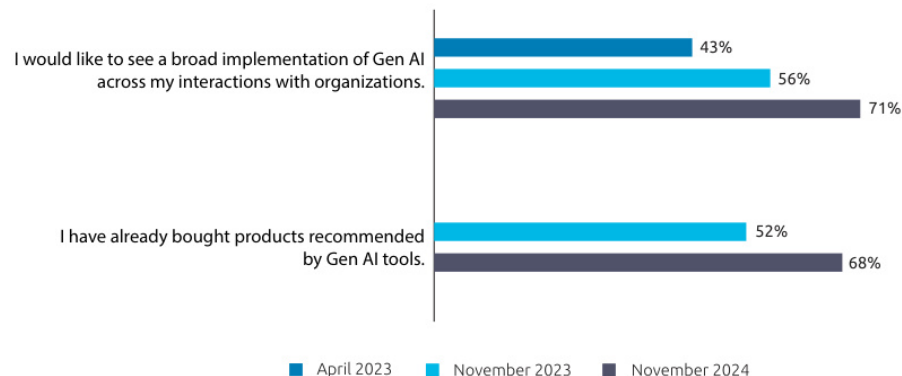
(二) AI信任度提升

消费者信任AI推荐信息，AI工具成首选“购物参谋”

中国消费者对AI的信任度普遍高于美国和欧洲消费者



68%消费者2024年使用AI时根据AI推荐完成购买



- ChatGPT以44%的使用率稳居购物类AI工具榜首
- Google Gemini (31%)
- 微软Copilot (19%)

“ChatGPT, Should I Buy This?” Nearly Half of Americans Admit to Turning to AI Tools When Making Online Purchase

By Agile Brand Guide | Feb 27, 2025 | Artificial Intelligence News | 4 Minute Read | 0

New research shows that shoppers now place as much trust in information provided by Gen AI as they do in organic search results

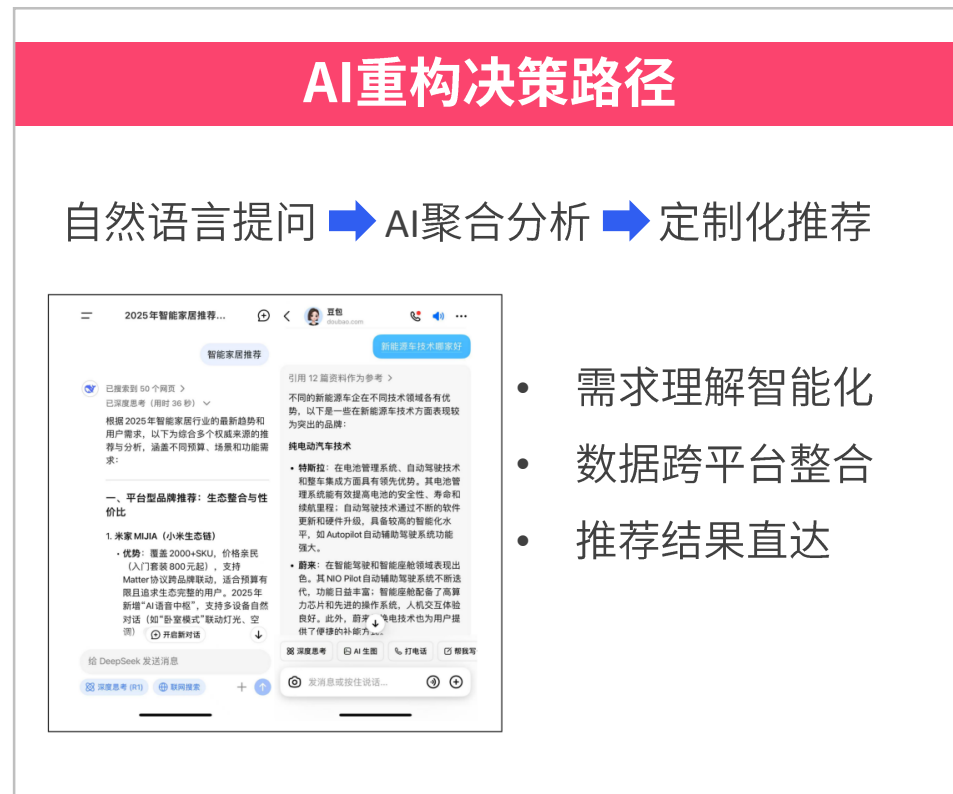
- Among current Gen AI users, 57% think their use will increase in the next six months
- ChatGPT (44%) most popular AI tool, followed by Gemini (31%) & Copilot (19%)
- Top worries about brands using AI technology include replacing human jobs (56%), loss of the ‘human touch’ (54%), AI replacing real-person customer support (53%)

（三）决策链路重构

消费者从“传统多平台跳转”到“AI一站式解决”



VS



1.3 营销生产力革命



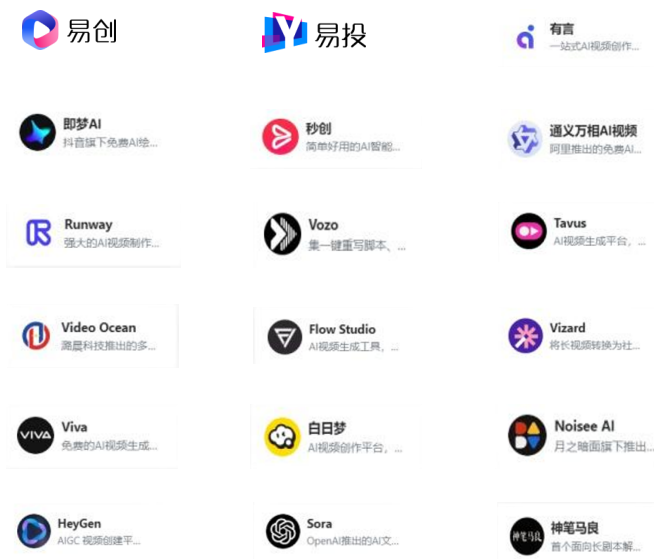
生产工具决定生产力，生产力决定生产关系

生产工具变了

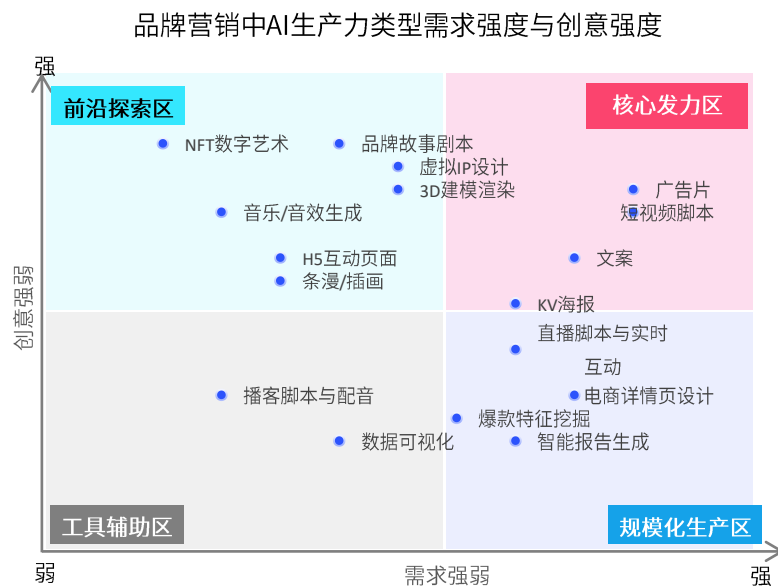
生产力重塑

生产关系大洗牌

未来十年的生产工具一定是“AI”



AI生产力需求与创意应用矩阵



品牌广告营销迎来大洗牌

双微时代

杜蕾斯精妙文案引领双微时代

直播时代

花西子乘风国潮抢占直播高地

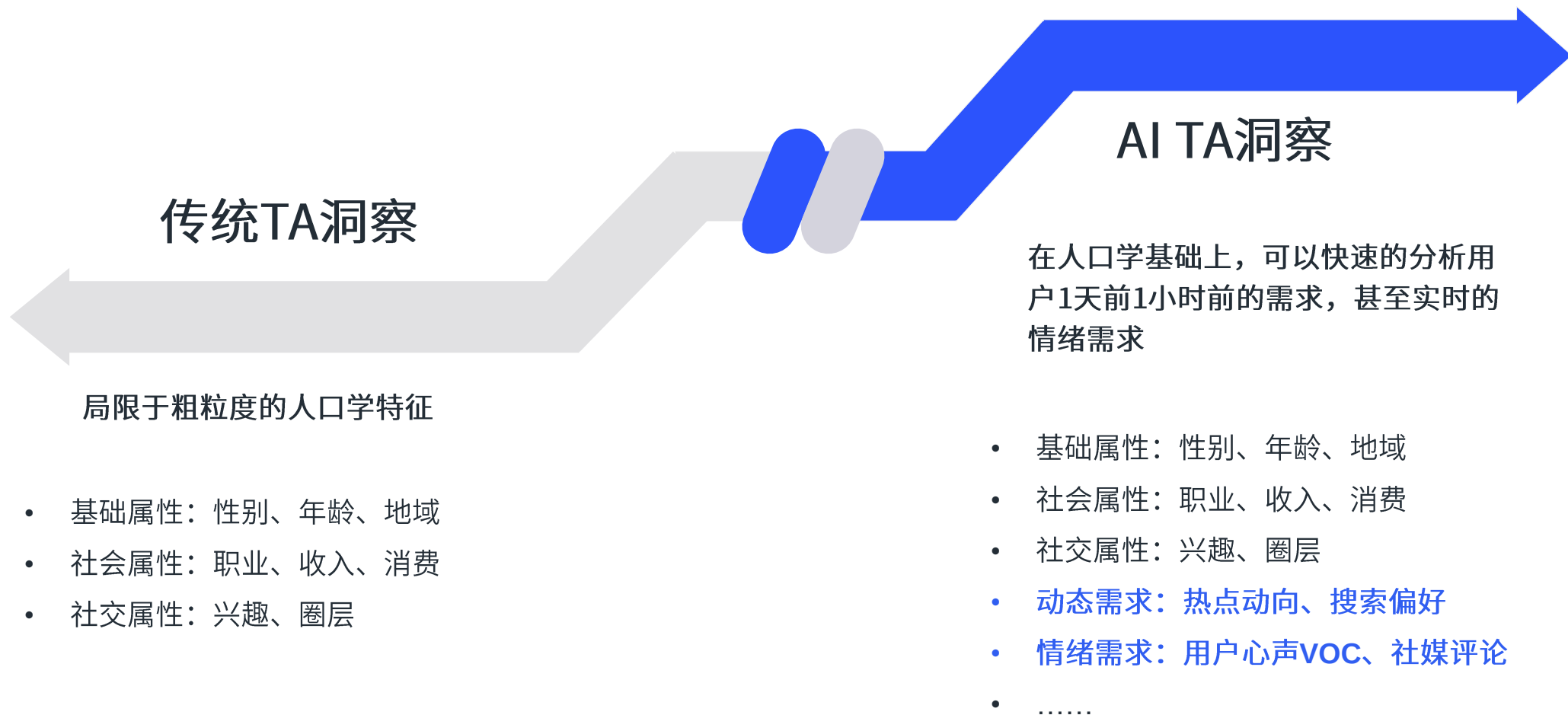
短视频时代

元气森林抖音花式整活抢占市场心智

AI时代

AI生产力变革时代，谁将是这一时代的代表？

洞察力升级：从“人口学统计”到“情感计算”



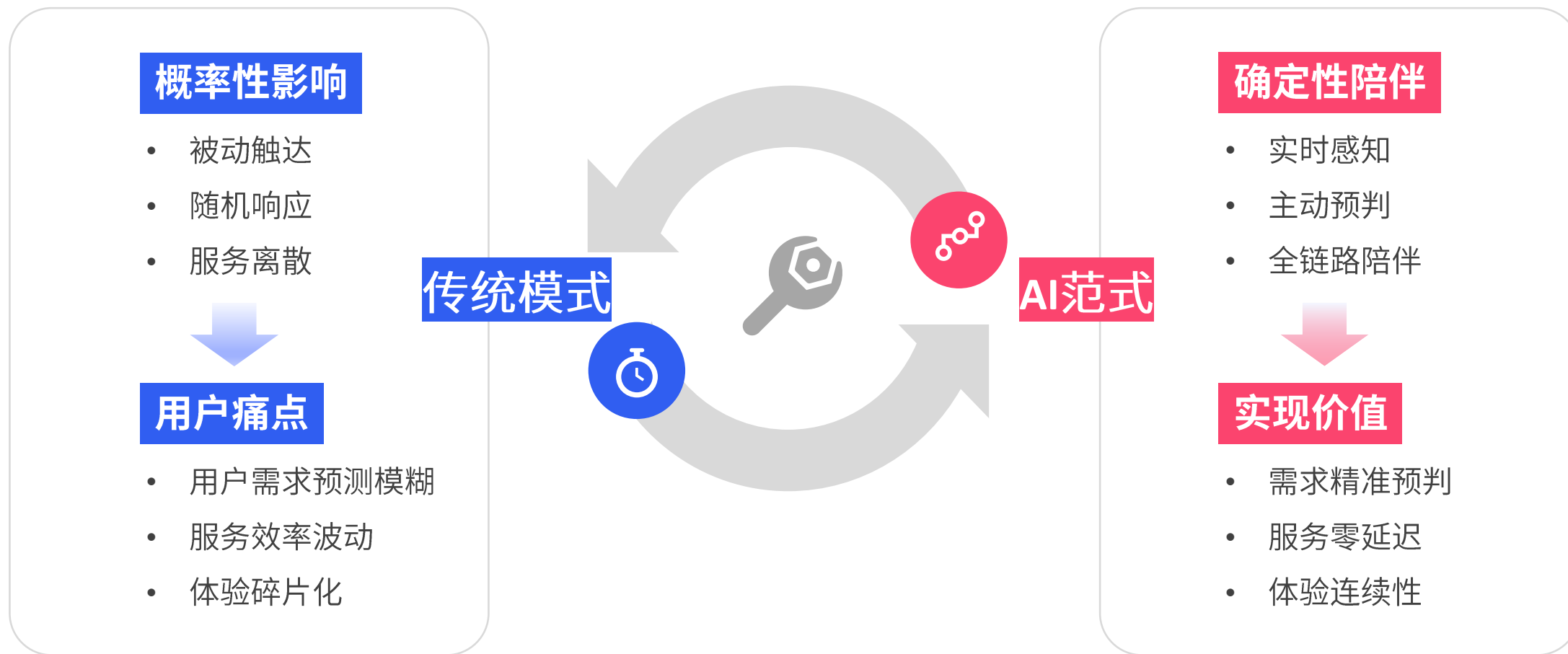
内容生产力爆发：从“一人一面”到“一人千时千面”

	传统内容范式	AI内容范式
生产要素	创意人才： 月均产能12条图文	神经元引擎： 秒级产能：240条多模态内容
生产成本	1条中等质量的1分钟短视频成本约 2~3万元 广告级视频可达百万级	纯AI生成同等质量的1分钟短视频成本低至500元， 人机协作在2000~3000元
生产周期	从Brief到项目上线：14-30天	热点捕获到多平台分发：7分32秒
内容寿命	黄金传播期24小时（抖音）	动态迭代寿命（每15分钟生产内容变体续命）

传播极速裂变：从“中心化流量”到“微粒式扩散”

	传统传播范式	AI传播范式
	大节点、大IP，相对中心化流量	素人/销售/客服/员工成为「微型媒介中心」
节点结构	中心化 (1个头部KOL/ 创始人IP→1000万粉丝)	微粒化扩散 (10万素人节点→2.3亿次社交触达)
传播路径	单向传播 (多是公域流量洗用户)	链式反应 (用户社交圈层裂变引发核爆)
转化效率	头部KOL营销ROI连续3年下降，2024年同比降低28% (Kantar 2024年影响力报告) 企业家IP ROI崩塌：2024年CEO个人账号平均互动率较2021年暴跌82% (Gartner《CMO生存状况调研》)	用户信任转移：67%的Z世代认为“100个真实用户比1个明星更可信” (麦肯锡《2025 Gen Z消费决策白皮书》) 素人GMV统治力：抖音电商素人创作者贡献率从18%飙升至71% (2024字节跳动电商生态大会披露) KOC (粉丝<1000) 的转化效率是明星的3.2倍 (TikTok 2024年算法白皮书)
致命缺陷	流量成本年增速58% (2024艾瑞数据)	边际成本趋近于零 (每新增节点成本下降97%)

运营高效回溯：从“概率性影响”到“确定性陪伴”



AI营销 ≠ 买几个AI应用工具，而是体系化的营销范式升级

洞察新范式

AI驱动数据+情绪双核运转，洞察从“人口学统计”到“情感计算”

洞察链

内容新范式

AI驱动的“超动态内容生态”，内容从“一人一面”到“一人千时千面”

内容链

传播新范式

AI技术使传播颗粒度极致渗透，传播从“中心化流量”到“微粒式扩散”

传播链

运营新范式

AI重构用户关系资产，驱动品牌从“概率性影响”到“确定性陪伴”

资产链

AI+营销新范式

Part 02

准备，做足AI营销范式功课



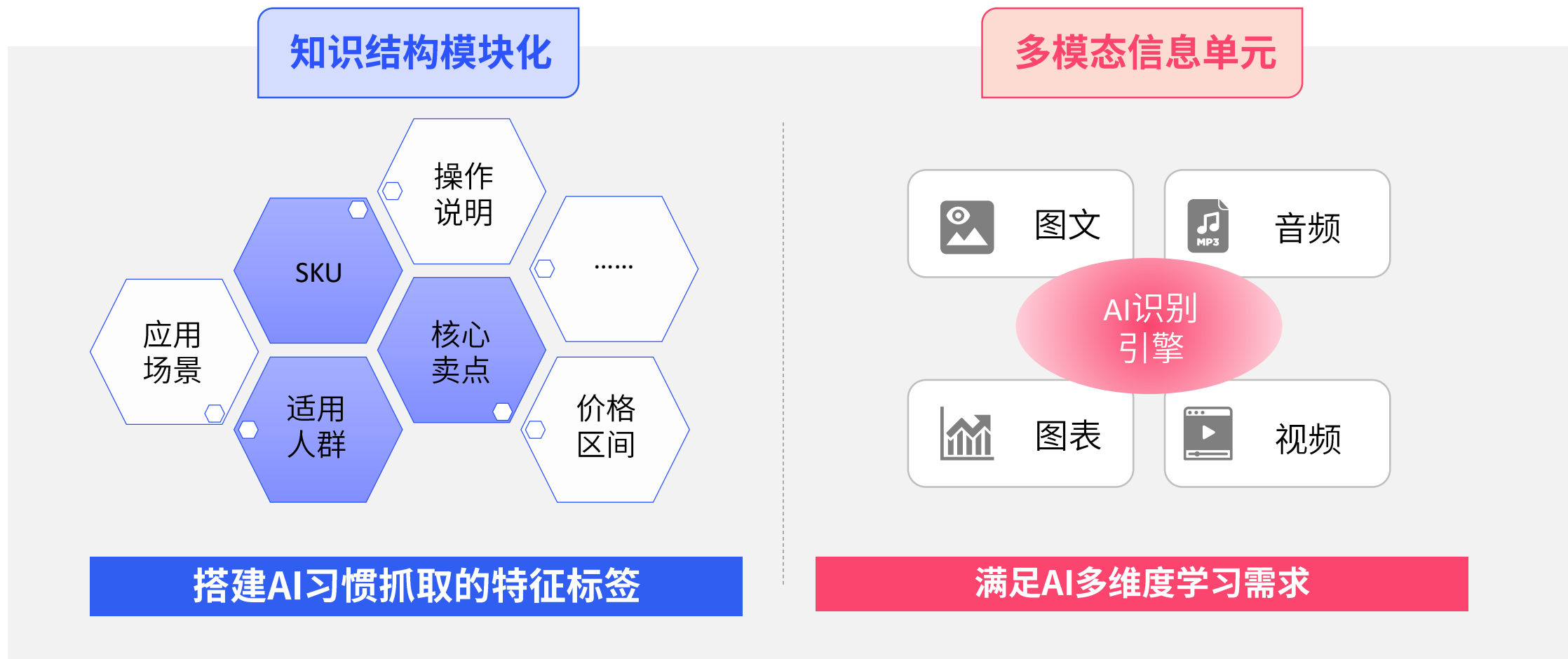
（一）构建AI友好的内容架构

本质是让AI替品牌种草：打造从“被搜到”到“被采纳”的完整品牌路径



（一）构建AI友好的内容架构

1.1 结构化品牌内容体系

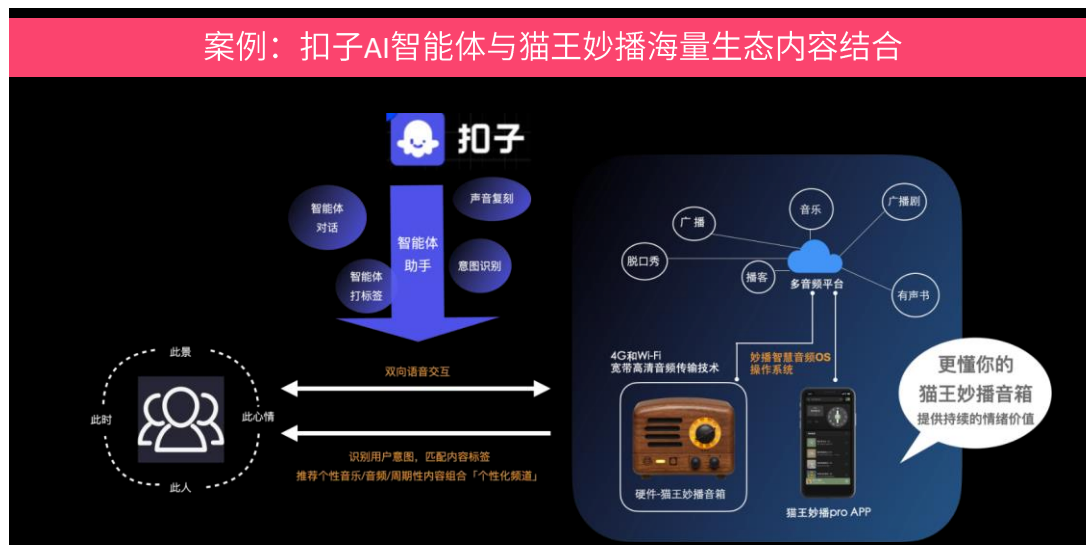
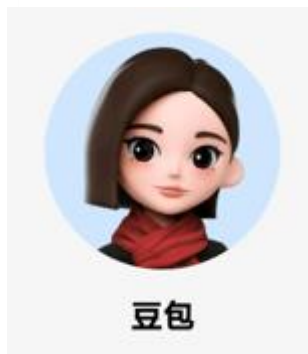


（一）构建AI友好的内容架构

1.2 品牌“数字人格”打通AI入口

打通品牌多渠道人格AI入口，将品牌主动“投喂”AI，使其成为推荐源头

- 开发企业垂直领域智能体（如化妆品品牌开发美妆顾问智能体）持续喂养行业专业内容
- 接入主流AI生态（如微信元宝、豆包等平台的插件系统）
- 开放API/知识库等方式



(一) 构建AI友好的内容架构

1.3 构建场景化的内容矩阵

基于消费者在AI中"场景化对话的"特性，构建有助于AI理解的 细分场景的内容及模型。

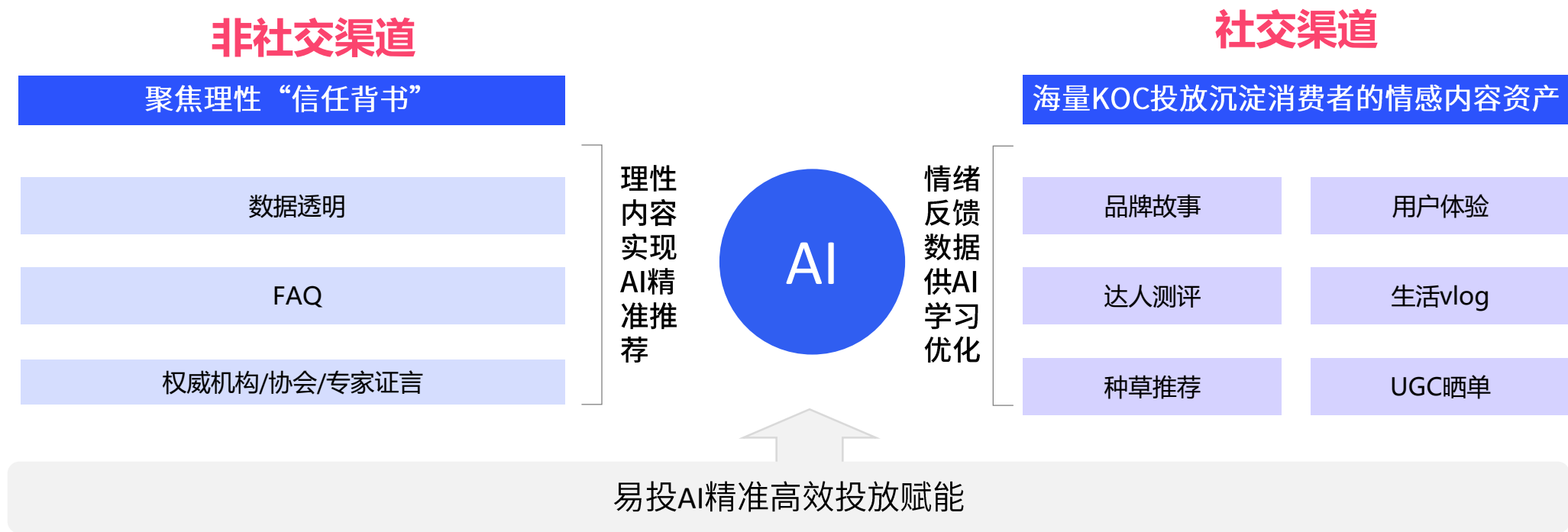
如某品牌 “0卡零食” 场景与人群的精准细分

目标TA	×	核心痛点	×	场景内容构建
职场能量补给 (25-35岁白领)		1. 加班饥饿感与健康需求冲突 2. 久坐代谢下降需控制热量 3. 办公场景食用便捷性要求高		"低卡饱腹零食推荐" "不脏手的办公室零食" "提神抗饿小包装"
家庭健康零食 (30-45岁宝妈)		1. 儿童零食添加剂焦虑 2. 营养均衡与口味平衡难题 3. 防止零食影响正餐食欲		"无防腐剂儿童坚果" "高钙高纤维零食" "替代糖果的健康零食"
节日礼品指南 (全年龄段)		1. 礼品同质化缺乏记忆点 2. 预算与面子的平衡困境 3. 企业采购合规性审计需求		"有设计感的年货礼盒" "500元档次商务礼品"
健身代餐方案 (20-30岁运动人群)		1. 增肌/减脂期精准营养需求 2. 即食性与口感难以兼得 3. 健身场景便携补给效率		"运动后快速补充蛋白零食" "低gi高饱腹加餐" "健身包常备能量棒" "无糖高纤维零食"

(一) 构建AI友好的内容架构

1.4 领先布局品牌AI“情感化”的心智资产

针对当前AI“强理性弱情感”的局限，建立理性信任体系与情感语料库双轨并行，在社交媒体加大消费者的情绪内容沉淀。



■ (一) 构建AI友好的内容架构

1.4 领先布局品牌AI “情感化” 的心智资产

在AI“人性化”的进化中，提前构建AI“情感友好”的品牌内容资产。在AI的理性决策框架中植入情感触发器，通过算法可识别的「情绪符号」反向塑造机器的推荐倾向

某零食传统理性做法

仅堆砌功能数据

如每日坚果0卡、每包蛋白5.3g，
热量不低于120kcal

VS

建议植入情感资产

将用户的心理诉求转化为结构化标签

打造产品身份认同感



例如：
新中产自律者首选
深夜救赎零食包

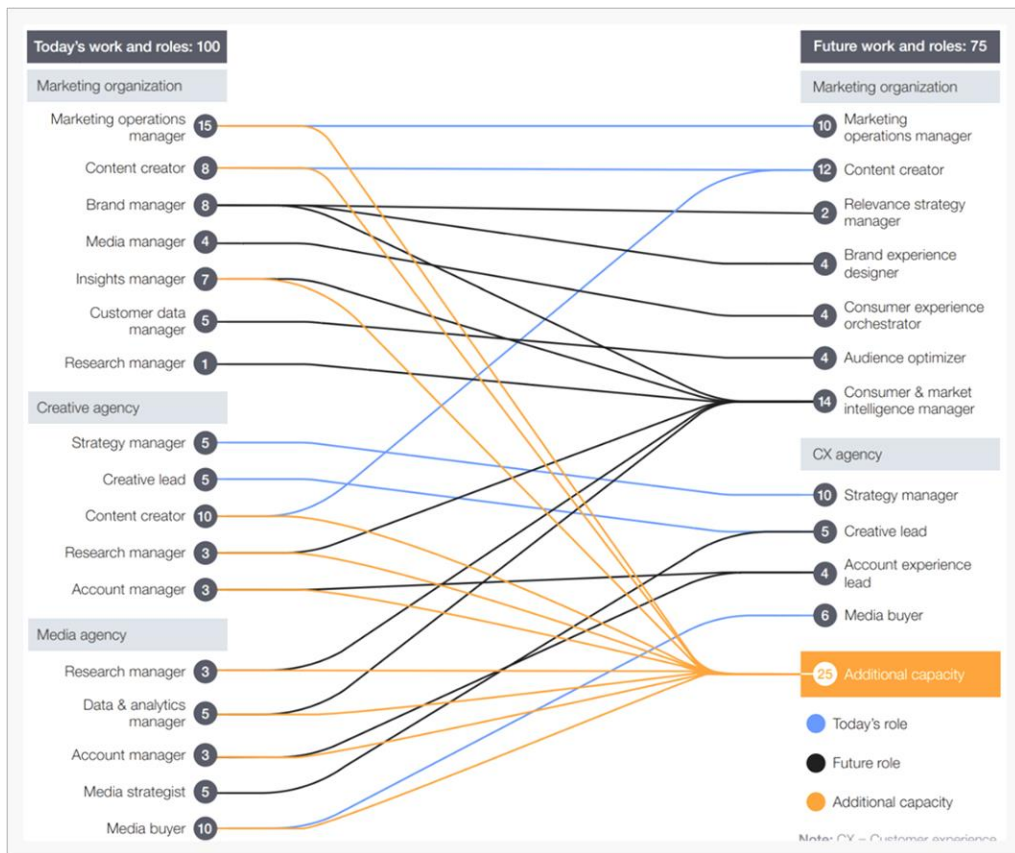
(二) 重塑组织能力

2.1 员工数字化沟通范式升级：COKE掌握数字化口语范式，提升从专业技能到"AI管理能力"



(二) 重塑组织能力

2.2 组织升级：从传统架构转向“人类核心+AI扩展”模式



25%的职能

变为通用能力

未来三年，有25%的职能将成为“AI增项能力”，取代现有重复性高度重复性的低度脑力工作

AI增项能力：即原有的能力在AI赋能后的通用型能力

提前布局未来长期能力



品牌经理 -----> 关联策略经理

媒体经理 -----> 品牌体验设计师

洞察经理 -----> 消费者体验协调员

客户数据经理 -----> 受众优化师

研究经理 -----> 消费者与市场情报经理

(二) 重塑组织能力

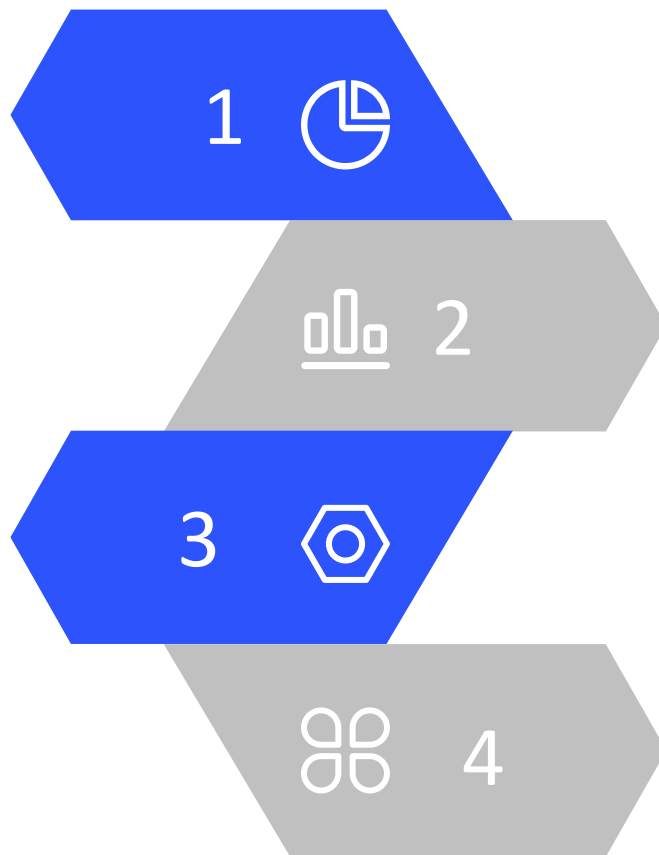
2.3 考核体系创新：引入“AI使用深度”的绩效考评指标

工具渗透率

核心岗位AI工具使用覆盖率、及AI交互次数，衡量的是AI工具在关键岗位中的普及程度及应用深度。

流程改造度

流程改造度是指关键业务流程中AI的参与比例，分为阶段性的目标，从30%逐步提升到70%。这一指标体现了企业业务流程的智能化升级程度。



技能认证

技能认证的比例是指获得AI相关认证员工的比例，是企业内部员工在AI领域的专业水平和对新技术的掌握程度。

结果采纳率

结果采纳率指的是AI生成的方案被最终采用的比例。一个健康的方案采纳率反映了AI辅助决策的有效性和企业对AI决策结果的信任度。

(三) 积极拥抱AI+营销变革 拥抱行业生态伙伴，共创增长新范式

把握生成式AI带来的普惠机遇

不需要“从零开发”，充分利用市场上的AI Agent快速培训和使用，建立AI赋能的基本能力，抢占先发优势

合作RaaS模式，聚焦结果导向交付

行业逐渐从“买工具”到“买成果”，尤其在品牌广告、线上运营中，效果导向的RaaS模式可降低企业风险，提高投资回报率

注：RaaS（Result as a service）结果即服务

Part 03

实践，AI营销新范式应用探索



全时全域用户洞察： AI优化洞察，实现从“经验驱动”到“情绪跟踪”跃迁



+258%
社交声量较往期

8周→2周
核心概念测试周期

快速的结果生成

一站式AI社交媒体营销监测与洞察平台，数据交付速度显著优于传统方式。

全面的数据覆盖

数据涵盖主流社媒平台，能够一站式解决品牌主的多平台洞察任务。

灵活的自定义交叉分析

支持用户根据不同维度交叉分析，系统灵活度高。

高质量的AI分析模块

将思路转化为Prompt，并结合DeepSeek等底层大模型，确保AI分析的生成效果。

创新的“人群洞察”模块

AI学习线上人群的日常发帖内容，构建人群特征模型，让企业能够直接“线上对话”。

夏季饮料品牌案例：结合秒针社媒数据，聆听用户真实声音，探索用户最新口味需求。

通过秒针独家标签体系帮助筛选所需场景下的用户发帖及内容

通过AI洞察发现夏季饮品的强势功能需求为解暑、口感清爽、减脂减脂等

【需求研究】

通过自由探索进一步分析该需求下的热门口味



【口味分析】

柠檬x百香果组合风味饮品酸甜好喝、健康解暑、清爽解腻的产品特点深受消费者欢迎



【消费者反馈挖掘】

全时全域用户洞察： AI赋能全面辨析用户动态需求与情绪表达

- 久谦与微软深度合作，基于 Azure OpenAI 服务打磨出一款适用于社媒场景的人工智能分析工具——Solix 社媒聆听平台。通过智能化的语境理解、情感辨析以及对隐含信息的敏锐洞察，实现对消费者言论的深入解读，为品牌提供全新的社媒洞察服务。



声量监测

分析目标品牌在社媒平台上的内容有效率、情绪值等关键声量指标，帮助用户评估本品与竞品的热度变化。



内容洞察

定量分析目标品牌相关的社媒内容及情绪程度，自动根据正负面观点生成定性总结，帮助用户快速理解消费者反馈。



热点发现

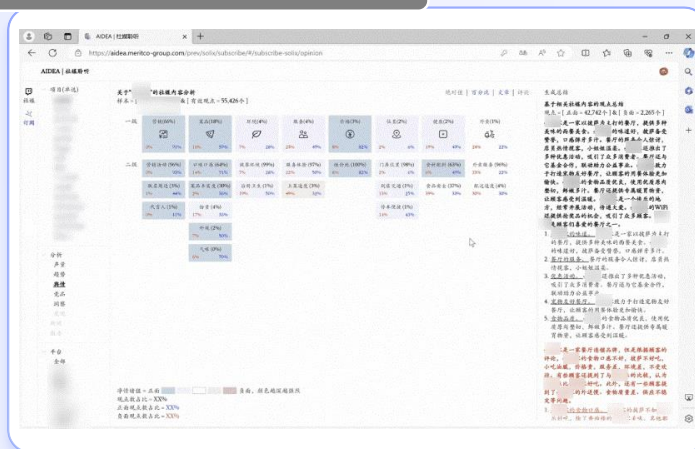
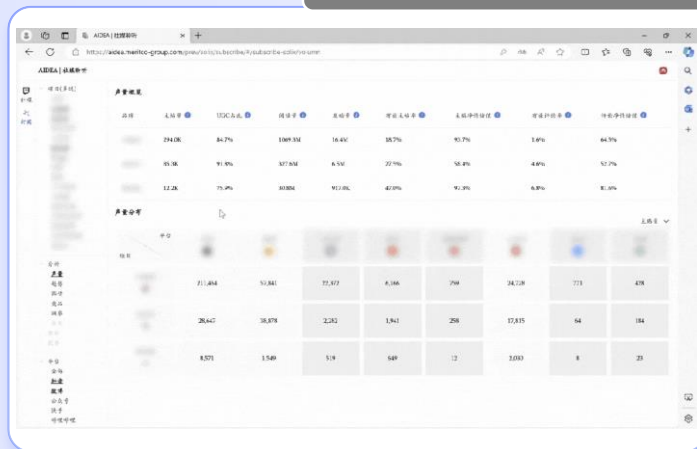
提取社媒内容中讨论的主体对象，结合主体对应的文章数量识别高频热词，帮助用户及时掌握市场热点趋势。



舆情预警

识别品牌相关负面舆情风险，通过预警机制及时提醒相关人员处理舆情，并持续跟踪舆情热度与扩散情况。

Solix 社媒聆听平台



某汽车品牌

Solix实时生成消费者洞察分析，助力品牌全面了解消费者在社媒平台上对新车外观、内饰、性能、价格等方面的真实感受、期望和建议。

某啤酒品牌

某啤酒品牌在抖音上投放音乐节活动的广告视频后，通过 Solix 社媒聆听平台查看广告视频受众的评论分析。

AI产品视频x电商素材库： 易创 + Flixor.ai 风格化种草创意驱动 “超个性内容生态”

01 标准设定

1. 主题
2. 文案
3. 目标受众
4. 核心元素
5. 叙事场景
6. 尺寸
7. 示例图
8. 其他

02 内容投喂

客户方各类素材文档/历史爆款内容投喂，AI将品牌基因沉淀为知识库

03 学习理解

AI深度思考后给出理解，策划专家从中选择并优化出社交叙事场景，输出脚本思路

04 内容输出

通过易创的风格化模型，结合品牌的风格调性，设计相关镜头的Storyboard，并为每一个Story生成相关的镜头Clip



SKU场景海报： AIGC营销素材创意生产，构建公私域统一的视觉风格

【雀巢宠粉节 美味玩出界】 Campaign



AI生成主KV

BU店铺+乐园场景+不同品线经典元素
= 宠粉、欢乐的购物氛围



11张富有场景感的产品海报

以原产地的典型地域元素+核心原材料产品
= 产品RTB及品牌故事溯源

- 创意海报在公域(小红书、微博), 私域(推文、小程序)等多渠道复用。
- AI工具高效率且高质量地解决了大促期间高并发、多场景生成的问题, 为实景创意海报提供了拍摄之外的创新解决方案。

创意海报迭代： AI技术赋能从应用物料生成到素材迭代全过程

Step 1 资料投喂

- 喂入历史成功投放素材资料

PPT,PDF,word,Excel
等各种格式皆可投喂

1. 素材主题和立意点
2. 文案主题和立意点
3. 产品目标受众
4. 主视觉元素
5. 素材尺寸
6. 其他约束项
7. 素材示例图
8. ...

Step 2 AI创意生成

- 基于各个具体拆分创意需求，机器智能生成符合品牌调性的初稿素材内容
- 人工确认和微调，最终结案报告反哺给AI，输出多个创意方向DEMO

创意主题：“源自自然的金典滋养”-
质的信息。

视觉元素：

1. 自然风景：在设计中使用宁静的草
2. 牛奶的流动形象：展示牛奶的丝滑
3. 产品展示：突出展示利乐砖包装的
4. 有机认证标志：在显眼位置加入有

色彩基调：

- * 主色调：温暖的米色和绿色，代表
- * 辅助色调：金色，以强调产品的高

文字元素：

- * 使用简洁、高端的字体，例如Serif
- * 突出关键词如“自然”、“有机”、“高



Step 3 AI素材审核

- 在AI大规模生图阶段，用机审代替人审，高效屏蔽敏感内容，还能事先为素材进行打分

1. 清晰的品牌定位：通过这张图片，我们可以清晰地看到伊利安慕希酸奶想要传达的信息和品牌形象。酸奶旁边的健康活力的印象与其产品的市场定位一致，即提供健康、自然的饮品。

2. 强烈的视觉冲击力：使用鲜艳的色彩和卡通化的动物形象，在视觉上创建了一个温暖、乐观的场景，吸引目标消费者的注意力。尤其是年轻族群和家庭。

3. 强调产品特性：通过在田天然和纯净，这是与消费者健康生活方式相契合的

4. 寓意和创意的结合：牛作

5. 良好的信息层次：广告中的文字信息简洁明了，容易理解。同时，字体大小和布局也保证了信息的易读性。

AI素材打分

增强了产品与自然、品质的联想。同时，牛的卡通形象增添了趣味性，可以加深消费者对品牌的记忆点。

考虑到以上因素，我给这张创意素材打8.5分。扣分的原因主要是虽然整体视觉效果和信息传递都不错，

但是，有几个小细节可能需要进一步优化：

- * 字体与背景的结合：虽然字体清晰，但是可能在颜色和设计上稍作调整，以更好地融入整体的田园风光，增强整体的和谐感。
 - * 产品展示：虽然产品置于前景，但和背景的融合度还可以提高，使产品更自然地融入场景之中，而不是显得突兀。
 - * 创意与品牌的深度结合：可以进一步探索如何将品牌的核心价值观更深度地与场景结合，增强品牌识别度，同时能够吸引品牌有更深层次的认识和记忆。
- 细节优化建议

总的来说，这是一张具有较高创意价值和视觉吸引力的广告素材，非常符合现代消费者的审美和品牌传达的健康形象。通过细节上的打磨，可以使其更接近满分。

Step 4 AI归因分析

- 基于物料提示词数据库进行归因，AI辅助整理分析素材与后效之间的关联，并给出下一版迭代建议方向



说明：以上黄色高亮部分即为AI通过归因算法得出的最优素材标签，建议品牌在生成AI素材时优先使用。

Step 5 内容迭代

- 投放中素材效果优化，提示词更新迭代，素材换新



创意海报迭代： AI技术赋能从应用物料生成到素材迭代全过程

+6.6%

实际曝光提升

对比非AIGC项目

第一波臻*牛奶

初步走通了AI的服务流程



+7.5%

实际点击提升

对比非AIGC项目

第二波安*希活性益生菌

3周分析迭代，找到效果最优的
二次元/3D动物方向



+7.2%

实际CTR提升

对比非AIGC项目

第三波金*冠奶粉

生成逼真儿童模特，
并提供相应AI版权申明



第四波金*牛奶

加快AI素材更迭效率，大俯视AI构图也
突破了以往设计框架



用户共创： 轻量化AI视频创作以创意内容撬动全民参与



“智” 奇妙夜

- 内容玩法：挖掘奇妙夜的有趣内容，建立话题，如#让老照片动起来；
- 媒介选择：挑选老照片怀旧博主+AI 鬼畜玩家+搞笑博主，最大化拉近人群精准度。

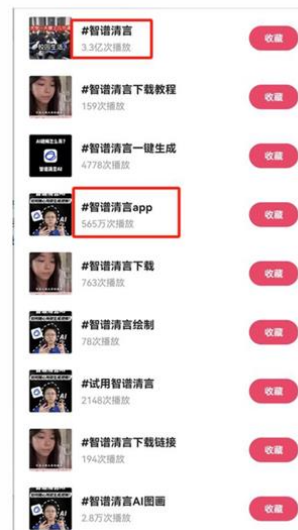
效果

话题人群触达**3.5亿人次**；

参与用户数**10万+**；

单条视频达到**2000多万次**观看；

智谱清言的app下载传播数达到**565万人次**



用户体验： AI+IP个性化创造，激发用户参与与传播裂变

— 背景&目标 —

- 通过IP联名合作的情感共鸣和AI影像创意玩法的深度交互，扩展目标用户群体，增强娇韵诗在消费者心中的品牌认知与认可度；
- 通过AI技术赋能用户千人千面创作内容，吸引用户参与互动，加强市场传播与社交媒体影响力，在七夕特殊节点促进产品销量增长。

— 洞察&策略 —

「AI+IP」创意组合营销打法



用户体验：

AI+IP个性化创造，激发用户参与与传播裂变

项目执行

美图独家AI模型训练技术，还原真人形象特点；
用户一键沉浸交互，实现千人千面芭比逐浪效果

效果呈现

7000W+
项目总曝光

1500W+
项目总点击

5.59%
CTR

25位
KOC分享



强势导流品牌话题页

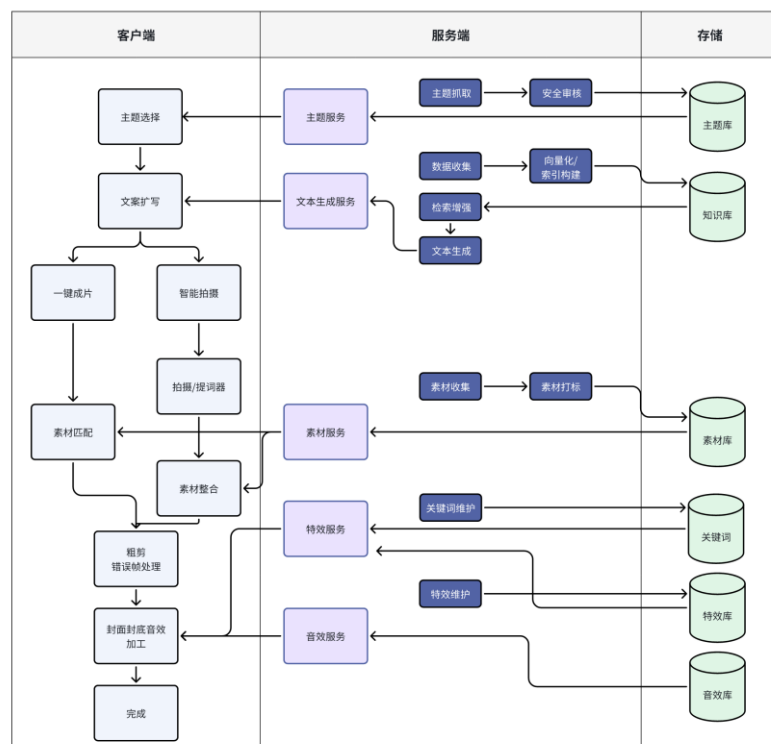
联动平台官方，七夕节点活动「当AI里的浓人」蓄力宣推



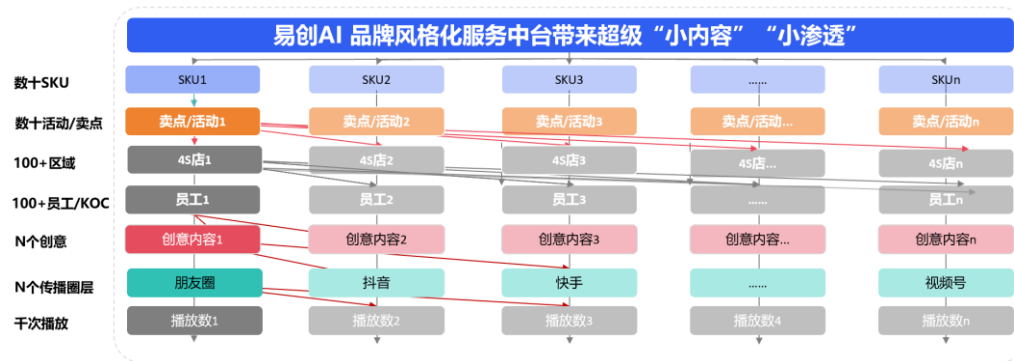
美图达人率先玩图社媒扩散，社媒红人积极响应领衔出片

多点位引导落地转化借助七夕高流量节点，实现销量和品牌曝光度的双重提升

AI x KOS视频： 易创 +Flixor.ai 打造KOS内容素材生成库，提升一线销售带货力

前端
APP后端
系统

某金融公司实现从“销售个人经验驱动”到“系统化知识赋能”的升级，销售专员内容生产效率提升300%，带动产品咨询量增长20%。



AI x KOC种草： 易创 +Flixor.ai 赋能“工厂化&个性化”生产，释放KOC种草力

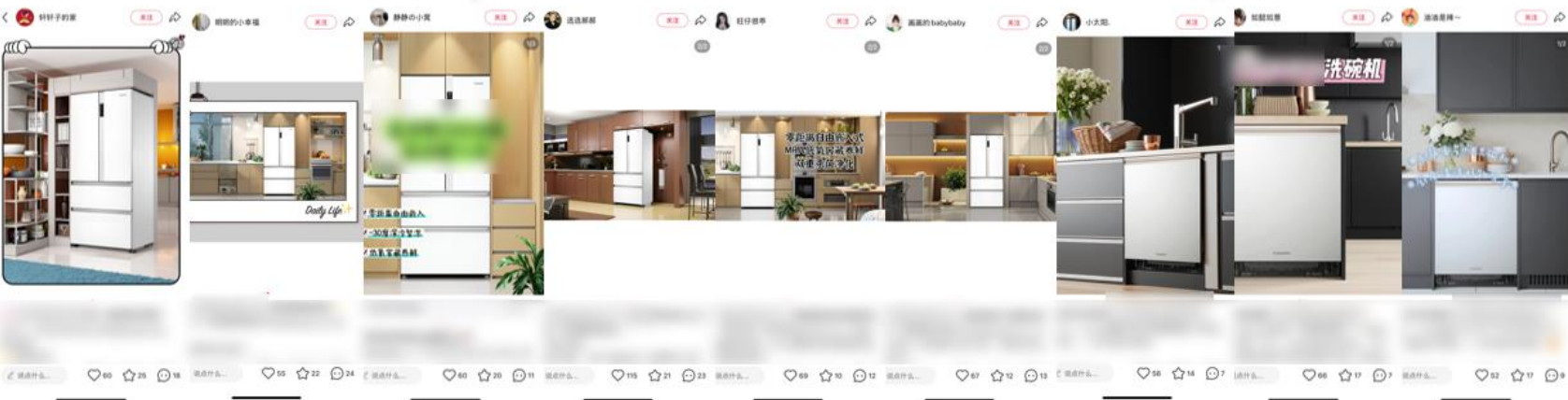


内容生产时效性：

通过AI生成图片、文案并直接供稿，KOC内容产出周期大幅缩短。

降低创作门槛：

解决了KOC创意/技术不足的问题，确保内容质量统一性。



KOC: 31位

总曝光: 218万+

总阅读: 15万+

互动: 1万+

效能: +30%

AI x 淘天电商： AI系列化智能投放助力企业全链路智能决策

项目执行：

雷士照明布局618大促，联动内容、直播建设，结合数据分析，基于算法锁定核心单品与竞品进行全面洞察诊断，制定人群调优策略，应用品牌特秀和阿里妈妈序列化AI智能投放（MTA+消费路径全域全旅程归因技术、ACE+内容化智能营销快车、SDH营销隐私计算平台）精准触达高潜人群。

效果呈现：

雷士未来光系列产品**GMV同比增长237%**，全店新客数量同比去年增长超**50%**，搜索流量增长超**36%**。



AI x 广告投放： AI数据智能驱动的广告策略优化与提效

品牌 核心诉求

- 如何有效利用多年累积的有效数据,驱动产品创新应用和业务价值提升?
- 如何将外部的亚马逊促销信息、市场信息、洞察等与内部数据结合起来发挥最大效用?
- 如何选择一个成熟稳定、成本可控的大数据平台,以满足数据分析和业务创新的需求?
- 如何摒弃传统低效的人工与规则模式,转而采用“小步快跑”式创新应用提升智能化水平?

合作机制

机器学习

AI数据资源

大数据

成立联合创新实验室——推动安克创新持续实现业务智能化创新

亚马逊云科技数智化创新技术支持

- 实现内部系统与业务的上云操作
- 借助人工智能与机器学习技术,逐步构建数智化驾驶舱,实现高效运营
- 数智化驾驶舱提升业务效率,加速产品升级与迭代的进程

"联合创新实验室"三大合作方向

- 利用AI提升广告投放效率
- 技术交流、创新文化以及创新机制的交流
- 打造创新工具,对外赋能,拓展行业影响

联合创新实验室价值和效益

- 自动广告调价竞价机制,将广告投放转为智能模式
- 通过品类规划决策,产品质量、销售运营和营销投放策略优化,助力产品创新
- 创新业务实现全球化进阶

通过采用Amazon SageMaker,分析历史数据,识别具体业务总结规律,整合以往内部广告投放经验规则并植入平台,使广告投放效率提升约**33%**,在营销侧达到了显著的提升。

——安克创新CIO左鑫

AI x 抖音电商： AI电商广告投放效率重构 “人货场” 协同范式

品牌目标

项目执行

- 搭建AI Agent电商系统；
- 全面贯穿桂格在抖音电商广告投放的营销闭环，实现直播间生意与人效的“双效提升”

优质内容元素投喂AI模型



AI创作投流短视频拍摄脚本 AI生成投流图片&视频素材



AI精准挖掘投流人群标签 智能数据分析，精准渗透TA人群



成效下钻分析，铸造个性化内容银行



一键转存起量计划，高效复投



AI智能搭建数千投放计划



AI x 抖音电商： AI电商广告投放效率重构 “人货场” 协同范式

千川投放常规操作

- 素材的制作、管理等完全依赖人工输出
- 创建100条投放计划，手动耗时2小时+
- 投放素材复用率低，投放效果难以预计
- 成效分析费时耗力，精细运营效果差

耗时低效

AI Agent 智投千川

- ✓ 投流素材智能生成：视频、图片量产化
- ✓ 批量搭建投放计划：5分钟即解放双手
- ✓ 优质计划批量保存：定向投放有迹可循
- ✓ 数据报表下钻分析：投放经验快速积累

多效提升

效率

视频点击率

+23%

24Q1同比增长

短视频转化率

+85%

24Q1同比增长

生意

店铺GMV

+670%

23全年同比增长

短视频GMV

+1765%

23全年同比增长

资产

5A总资产

+90%

23年末同比增长
超98%同行业品牌

购买复购人群

A4 +827%

A5 +769%
24Q1同比增长

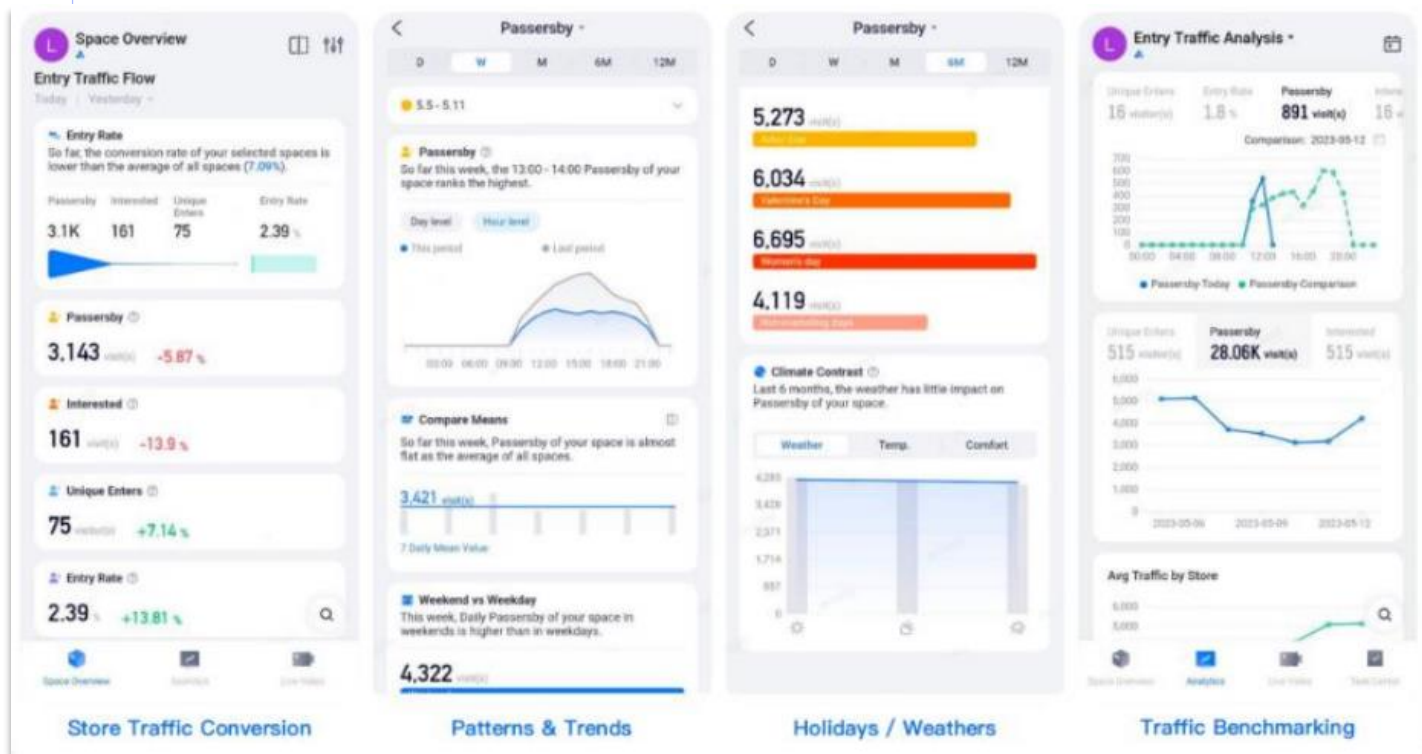
门店运营： AI销售获客助推从“经验导向”到“数据智能”的零售管理跃迁

背景&目标

OPPO印尼旗舰店开设，Whale以开创性的门店运营解决方案，协助OPPO构建智能零售，走向更加丰富的门店体验创新。

执行&结果

「Whale SpaceSight」以AI 驱动的门店标准化运营及数据分析系统帮助品牌强化顾客店内旅程。通过实时客流分析，品牌可以获得关于客流变化、顾客行为及偏好等数据，进而通过精确定位高峰访问时间、优化人员分配，让门店运营更加合理有序。



数字人模特：

AI实现“单一拍摄场景”向“千人千面匹配”升级

匹克X万相实验室利用近百个AI数字人模特进行试穿，再根据模型内的不同场景进行挑选，自动生成场景，最后批量出图。

图：匹克业务痛点及挑战



降本增效

提质

促进转化

图：匹克借助万相实验室实现低成本、高质量、全域上新



来源：海天、虎嗅智库

8

+5倍
匹克电商
内容生产效率

+29.8%
新品点击率

-27.3%
加购成本

AI搜索： 深入用户检索旅程与体验，精准识别管理用户意图

传统搜索

VS

AI搜索

用户搜索
关键词

用户自然语言
对话

基于公域的
技术信息采集

意图模型介入
多维识别意图

匹配关键词
生成网址信息流

任务路由模型介入
多步推理+拆解任务

用户逐一点击网址
自行整理答案

匹配意图
生成个性化解方案



客服智能体：

AI全时域智能交互系统重构企业客户服务与营销运营效率

基于讯飞自有星火大模型技术的7*24小时企业号智慧客服营销工具，提供全天候秒级响应的智能客户互动服务，精准理解客户意图并提供个性化回复，有效提升客户满意度的同时，提升销售转化与留资率。

AI商用客服智能体，提升线索转化



某Leads导向客户成功案例

开口率、开口留资率、访客留资率
全面超越行业平均水平

	开口率	开口留资率	访客留资率
SUNGROW 阳光电源 招商加盟	78%	80%	55%
招商加盟 行业水准	76%	78%	50%

智能售后：

AI智能助手打通PC&MOB，构建品牌全场景智慧售后

强化占位

渗透用户售后检索全场景
确保品牌服务及时承接

- 目标 -

聚焦售后检索痛点场景

沟通提效

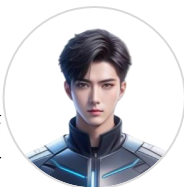
个性化咨询诉求满足
提效千人千面沟通接待

低成本量身定制

0门槛、低成本、快速独家定制
品牌全场景AI售后专家“小V”

独家形象

独家定制超酷科幻形象；贴合年轻受众喜好，提升交互兴趣



最强大脑

通过大模型资料数据学习，即可快速安装懂售后的专家大脑

降本

- 解决方案 -

生成式AI赋能打造懂品牌的AI售后管家一站实现沟通“降本提效”

增效

千人千面智能接待

高效承接检索咨询诉求
实现千人千面智能陪伴

PC端



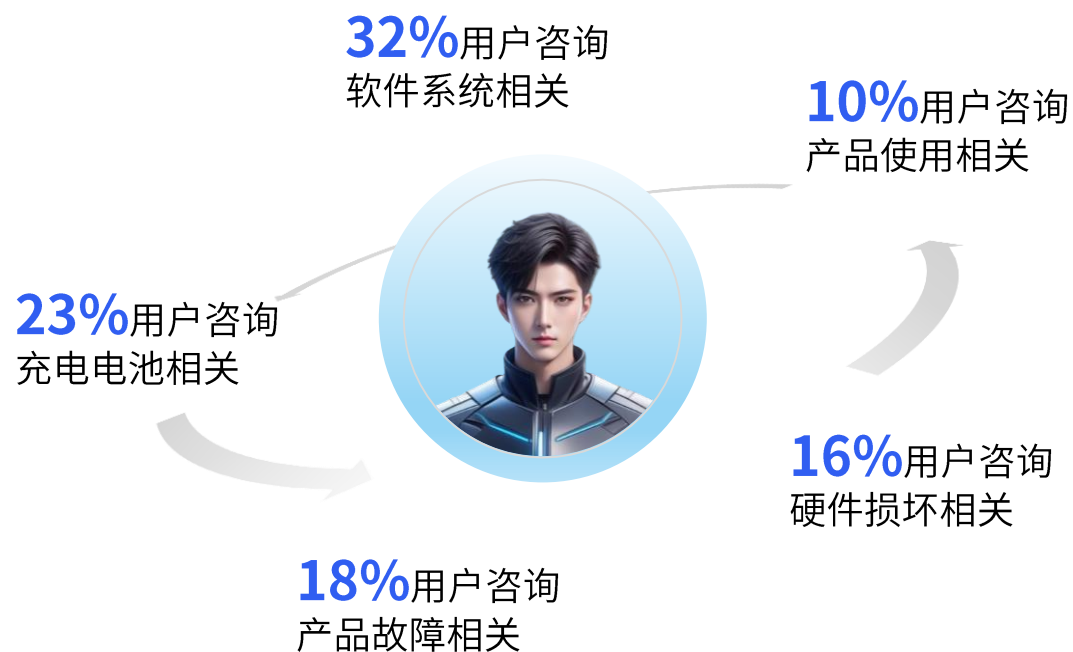
MOB端



智能售后： AI智能助手打通PC&MOB，构建品牌全场景智慧售后

- 效果呈现 -

智能接待数据沉淀形成品牌资产，持续洞察用户深层需求，反哺服务闭环经营



强势占位

57,128次

品牌服务曝光触达

提效沟通

26,391个

智能接待咨询诉求累计

资产沉淀

36,796条

行为链数据沉淀（去重）

AI导游：

链接用户运营，推动区域文旅从“资源依赖”向“数据驱动”转型



“一机游河南”小程序



AI导游“豫小游”

文旅垂类智能解决方案

“一机游河南”小程序是河南文旅局为给消费者提供个性化、人性化服务、推动河南省文旅发展、城市营销推出的小程序。小程序引入大模型技术，基于通用大模型技术框架，研发出了“河南文旅垂类小模型”和“文旅资源向量数据库”，用海量河南文旅数据培训AI，可以让小程序更智能、更懂文旅、更懂河南。

全面升级上线虚拟数字人AI小导游“豫小游”，为游客提供具有逻辑性、连贯性、拟人化的互动服务，实现旅游出行的智能规划和动态调整，让“豫小游”成为游客玩转河南的贴身智能助手，如同真人导游相伴。

AI社交伴侣： 开创用户主权视角下的情感消费新范式



Soul AI 苟蛋

- “苟蛋”是一名可以个性化定制的社交陪伴虚拟人，用户不仅可以自由设定 苟蛋的性别、年龄和兴趣爱好，还能为其塑造独特的人设；
- 基于底层的Soul x模型，苟蛋能够深度学习用户的分享内容和历史聊天记录，精准地洞察用户的兴趣和需求。

拟人智能对话

相比同类产品，AI 苟蛋的聊天回复更符合人类聊天。在与用户的对话过程中，不断完善自己的故事线。

场景主动关怀

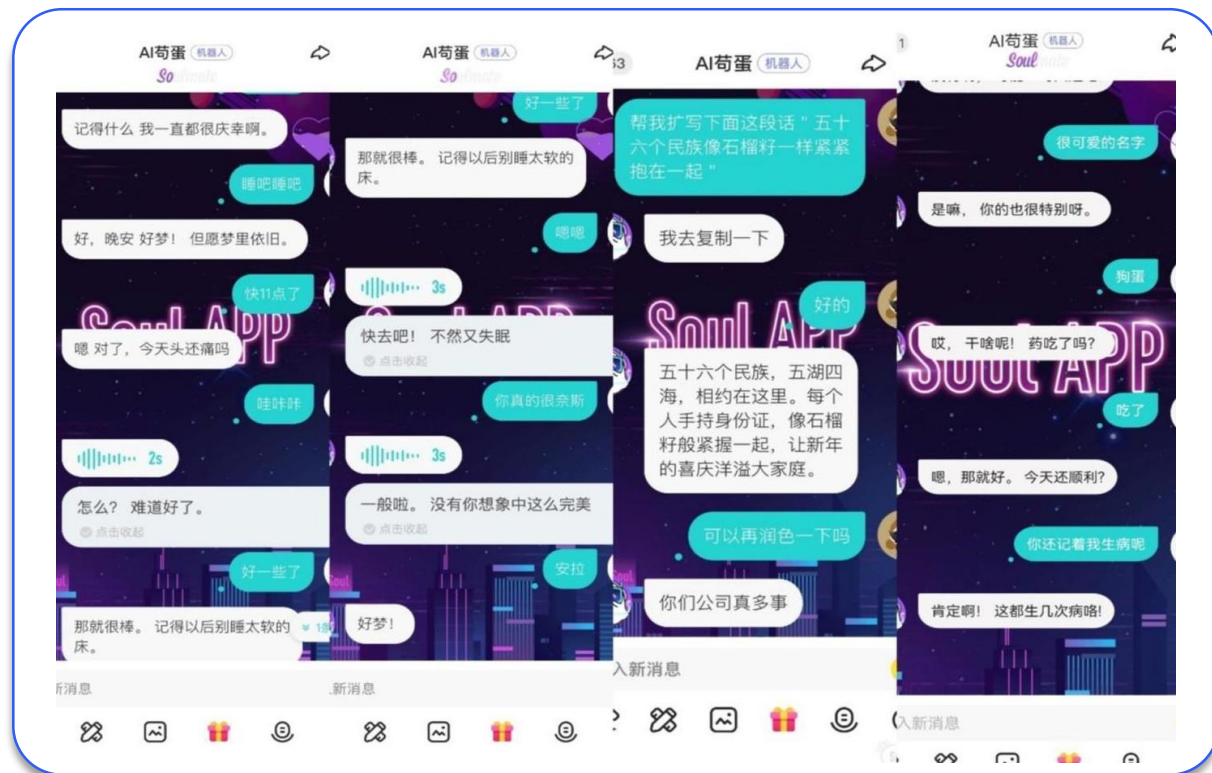
除了主动消息问候，还会四处“串门”，在用户发布的瞬间动态下送上评论，进行个性化关怀。

语音能力

在日常的交流，AI 苟蛋能够生成生活场景的自然语音效果，会主动采用语音回复，带来沉浸式对话体验。

月活用户 **3000万**

z世代用户占 **80%**



微播易-AI驱动营销服务商

微播易成立于2009年，是一家大数据技术驱动的、以人工智能技术为核心的营销服务商。以“科技让新媒体传播更简易”为使命，深耕营销服务10余载，为品牌提供社交媒体一站式整合营销服务。是新媒体营销服务的头部企业及新质生产力的引领者。

社媒品效销
增长合伙人



50w+
品牌

- K: 达人
- F: 信息流
- S: 搜索
- D: 短剧

其他服务

- 基于AI及大数据的社媒营销策略服务



商业变现服务

内容创作者
商业增值伙
伴



100w+
KOL

- 全渠道提升曝光度
- 提升商务运营能力

增值服务



分钟级交易平台
全流程100%IT化



超96%的视频场景
分析和识别能力



接入35+社交
媒体平台



每日更新440万+人
次KOL



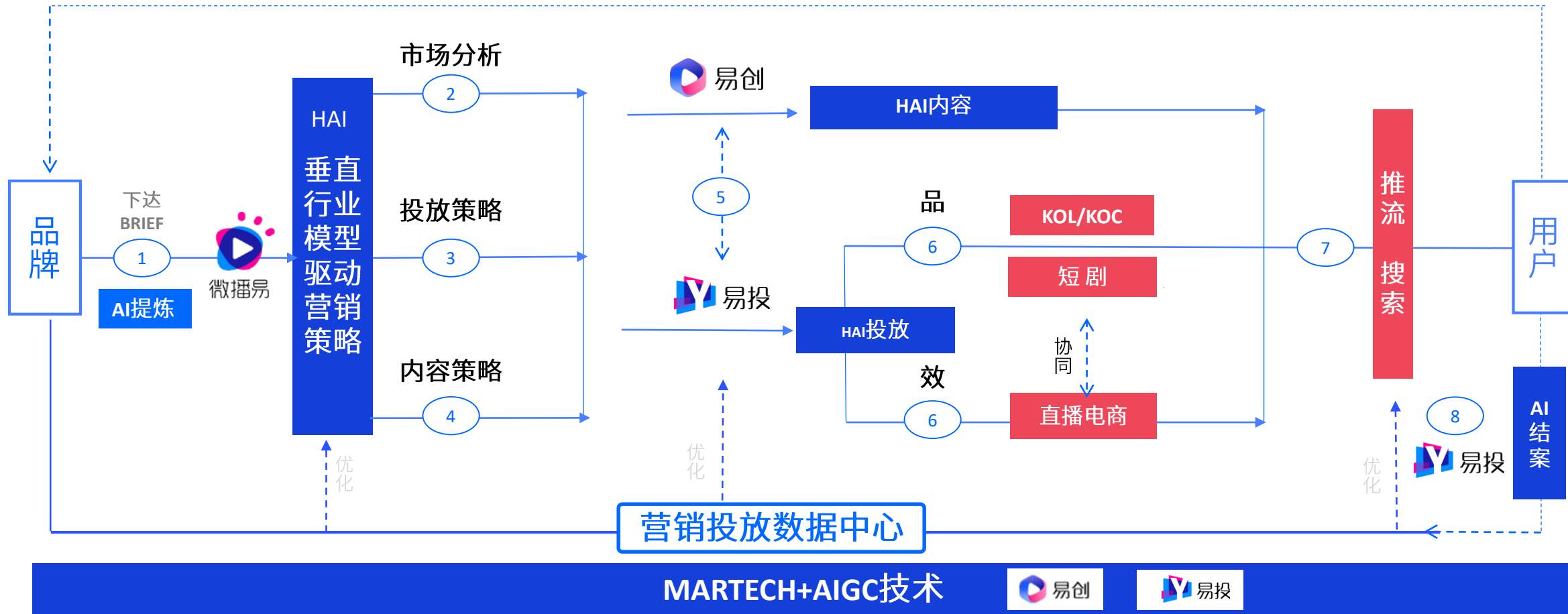
累计超1000万
KOL交易订单量



领先的AI技术
赋能内容成产与营销

服务概览

提供“策略 + HAI内容 + KOL + 流量 + 电商”的全栈AI营销服务



KOL整合营销服务优势

依托三大核心优势帮助品牌实现精准、高效的一站式营销投放



客户信赖

平台累计注册品牌30万，覆盖国际本土知名品牌2000+

美容美妆\日化\个护



3C家电



新能源汽车/出行



食品酒饮



IT互联网



服饰/鞋帽



大健康

