

以 AI + 数据 寻求AGI时代下的 出海营销增量新范式

2024 AI营销白皮书

序言

从传统媒体时代到互联网时代，从智媒时代到AGI时代，每一次技术的革新都在重新定义着企业与用户的连接方式，也在不断拓展着企业为用户创造价值的空间与可能。于是，我们看到了营销作为企业增长引擎的常变常新。

尤其是自2023年以来，ChatGPT的横空出世、Dall-E的惊艳表现、Sora的震撼发布...人工智能正以前所未有的速度改变着企业创新发展的尺度与维度，而在我们所熟知的出海营销领域，一场超出传统MarTech范畴的营销科技革命也正在发生。

在这场营销革命中，越来越多出海企业不再仅仅依赖于传统的营销工具和技术手段，而是开始积极探索AI与数据在营销中的深度应用。借助AI技术，企业可以更精准地洞察用户需求，制定个性化的营销策略，实现精准营销；通过海量的数据挖掘与分析，企业则可以更高效地了解当地市场趋势、竞争态势和用户需求，为营销策略的制定提供有力支持，从而获得全球商业增长。

然而机遇与挑战并存，面对全球市场日益激烈的竞争与数据安全和隐私保护问题的威胁，出海企业如何更好地运用好迅猛发展的人工智能技术，寻求存量与增量双增长？作为一家率先在出海营销领域布局AIGC战略的营销科技公司，易点天下期望以AI为桨、数据为帆，与全球合作伙伴一起共探AGI时代下的出海营销增量新范式。

目录

序言	01
目录	02
01 易点洞察	03
02 AI技术引领营销领域范式性变革	06
03 AI营销出海产业链结构分析	10
04 易点天下在AGI时代的营销战略转型	13
05 ec出海营销增量范式未来应用场景	23
06 AI营销产业发展面临的问题	29
07 打造健康高品质的AI营销产业生态	32

01 易点洞察

1.1 2023 年全球 AI 领域融资规模达 425 亿美元,资本市场长期看好 AI 营销市场潜力

当下,随着大数据和人工智能技术的发展,AI营销已成为企业提升市场竞争力的关键手段。2022年,全球AI营销市场价值约为126.4亿美元,2023年,全球AI领域融资活动持续繁荣,融资规模高达425亿美元。资本市场认为,随着技术的不断进步和应用场景的不断拓展,全球AI营销市场有望在2023-2030年期间将以超过26.6%的健康增长率增长。

1.2 AI 技术已渗透到营销从素材创意、投放管理、预算分配到效果数据的各个环节

AI技术的全面渗透,将为营销活动的高效开展和营销效果的提升,带来无限可能。在素材创意环节,AI能够根据市场趋势和消费者喜好,生成独具特色的内容,让广告更具吸引力;在投放管理方面,AI技术能够智能匹配广告与目标受众,实现精准投放,提高广告效果;在预算分配上,AI通过分析历史数据和预测未来趋势,为营销人员提供科学的预算分配建议;而在效果数据环节,AI能够实时收集和分析数据,为营销策略的优化提供有力支持。

1.3 73% 的出海企业尝试采用 AI 进行营销提效,构建以 ROI 为导向的AI 营销体系

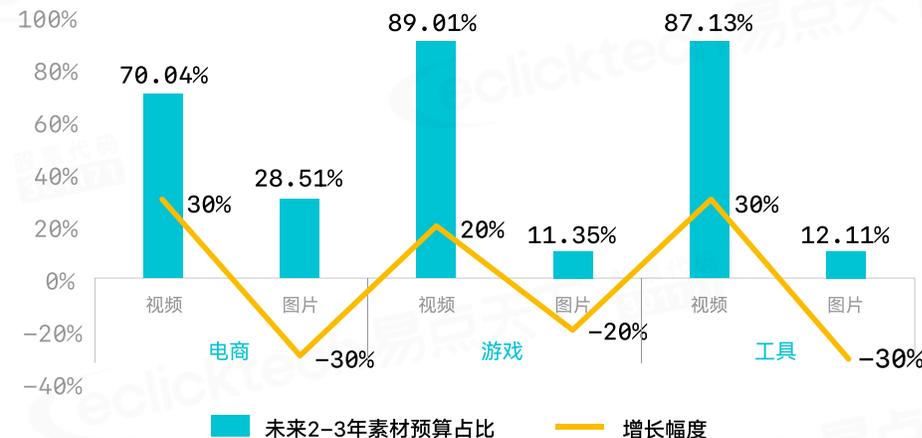
受全球市场竞争加剧和隐私政策收紧影响,海外广告投放成本在波动中持续上升。易点天下发现,73%的出海企业积极拥抱变革,尝试采用先进的AI技术优化营销策略、提升营销效果。他们开始缩减单纯追求品牌知名度的广告预算,转而加码对实际转化影响较大的效果广告,期望通过构建以ROI为导向的AI营销体系,在激烈的市场竞争中脱颖而出,实现可持续的商业增长。

1.4 随着AI技术的日益成熟及用户触媒习惯的变化,用户流量将向视频媒体发生转移

随着AI技术的日益成熟和用户触媒习惯的不断变化,易点天下观察到,用户流量正逐步向视频媒体发生转移。这一趋势的推动力量不仅在于AI技术的精准推荐和个性化服务,使得视频媒体能够更好地满足用户的需求,吸引他们的注意力,更在于用户对于更加直观、生动的视频内容的偏好。因此,随着AI技术的进一步发展,视频广告将因其更具吸引力和更高的转化率,成为广告主们青睐的选择,从而驱使广告预算逐步向视频广告迁移和调整。

未来2-3年广告素材预算占比

数据来源:易点天下X中国信通院西部院人工智能创新应用联合实验室

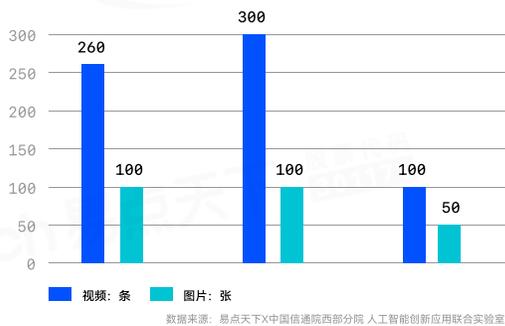


1.5 AI 技术在营销创意素材环节降本效果显著，可将电商产品视觉设计成本降低50%

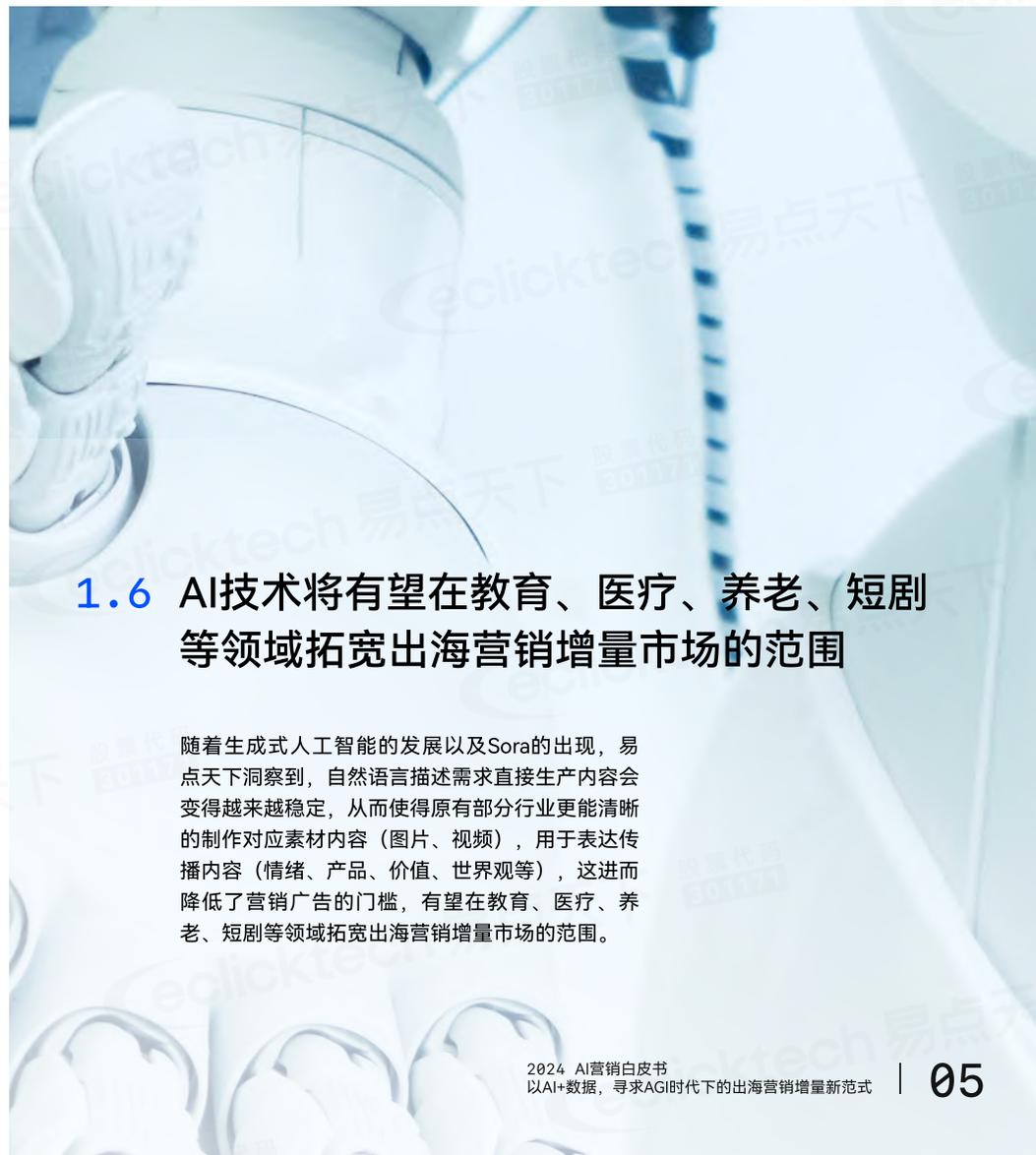
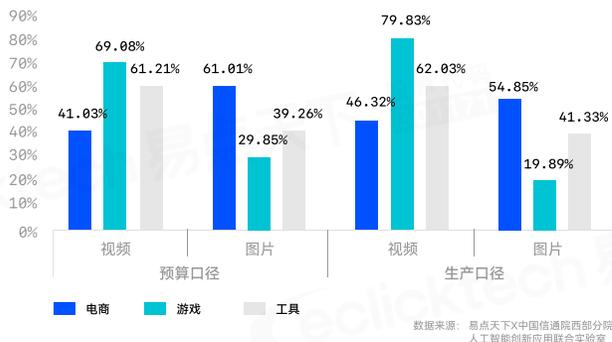
在易点天下AIGC数字营销创作平台的应用实践中发现，AI技术可以将部分电商产品的视觉设计成本降低50%、点击到达率提升35%、每次点击成本降低45%，这些成果不仅彰显了AI技术在数字营销领域的巨大潜力，更显著提升了广告和营销内容的制作节奏、速度和质量，为营销全链路的降本增效，注入了新的活力与动能。



行业结构&广告形态单素材成本对比



行业结构&广告形态素材数量占比对比



1.6 AI技术将有望在教育、医疗、养老、短剧等领域拓宽出海营销增量市场的范围

随着生成式人工智能的发展以及Sora的出现，易点天下洞察到，自然语言描述需求直接生产内容会变得越来越稳定，从而使得原有部分行业更能清晰的制作对应素材内容（图片、视频），用于表达传播内容（情绪、产品、价值、世界观等），这进而降低了营销广告的门槛，有望在教育、医疗、养老、短剧等领域拓宽出海营销增量市场的范围。

02

AI技术 引领营销领域 范式性变革， 重塑市场策略 与格局



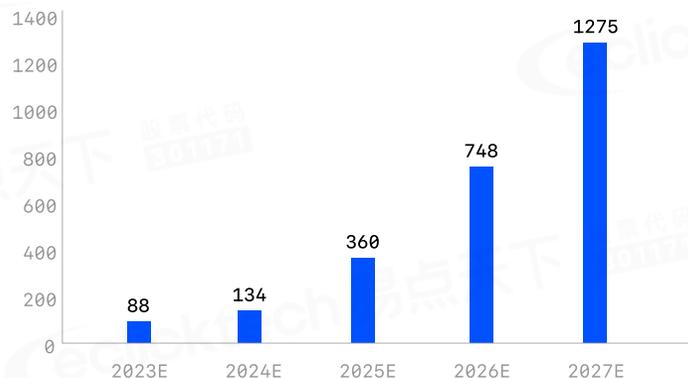
2.1 2023-2030年全球人工智能（AI）营销市场规模将突破160亿美元

营销领域作为生成式AI能够较快实现应用落地的领域之一，也逐年受到越来越多资方的青睐

近年来，生成式人工智能投资增长加速，预计到2027年全球生成式AI市场规模有望接近1500亿美元。其中，营销领域作为生成式AI能够较快实现应用落地的领域之一，也逐年受到越来越多资方的青睐。随着技术的不断进步和市场的持续拓展，全球人工智能（AI）营销将为各行各业带来更为精准、智能、高效的营销解决方案。预计2023-2030年期间，全球人工智能（AI）营销市场将以超过 26.6% 的健康增长率增长且有望突破160亿美元。



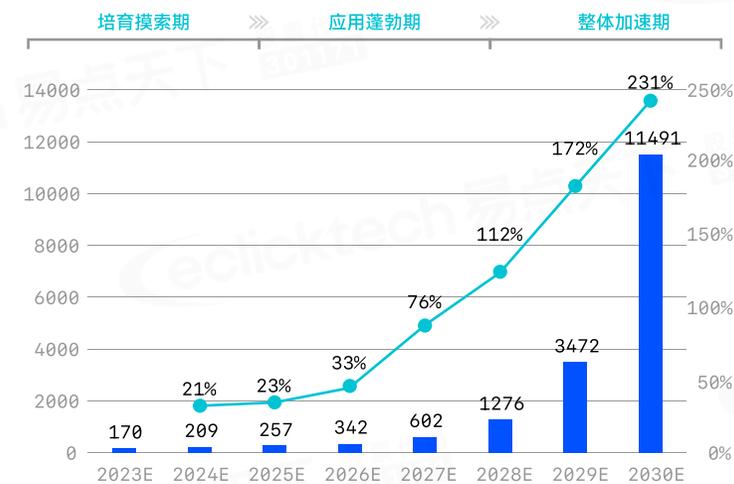
2020-2027年全球AIGC市场规模预测趋势图



■ 市场规模: 亿元

数据来源: 中商情报网 易点天下X中国信通院西部分院 人工智能创新应用联合实验室

2023-2030年中国AIGC产业市场规模及增速预测



■ 中国 ● 中国增速

(单位: 亿元, %)

数据来源: 中商情报网 易点天下X中国信通院西部分院 人工智能创新应用联合实验室

2.2 人工智能政策支持力度持续加大，强化拓宽应用场景发展新质生产力

各大国家机关纷纷加大政策支持力度

加快人工智能在营销等关键领域的应用落地

在算法、算力与数据的深度集成创新引领下，生成式人工智能正迈向更为成熟的新阶段，为生产力的提质增效提供了强劲且持续的动力。

近年来，为加速人工智能在核心领域的深度融合与广泛应用，国务院、科技部、工信部和民政部等国家机关纷纷加大政策支持力度，密集出台了一系列旨在推动人工智能创新发展的政策措施。这些政策不仅聚焦于加快人工智能在营销等关键领域的应用落地，更致力于强化拓宽应用场景，发展新质生产力。



中国人工智能技术落地相关主要政策

数据来源：易点天下X中国信通院西部分院 人工智能创新应用联合实验室

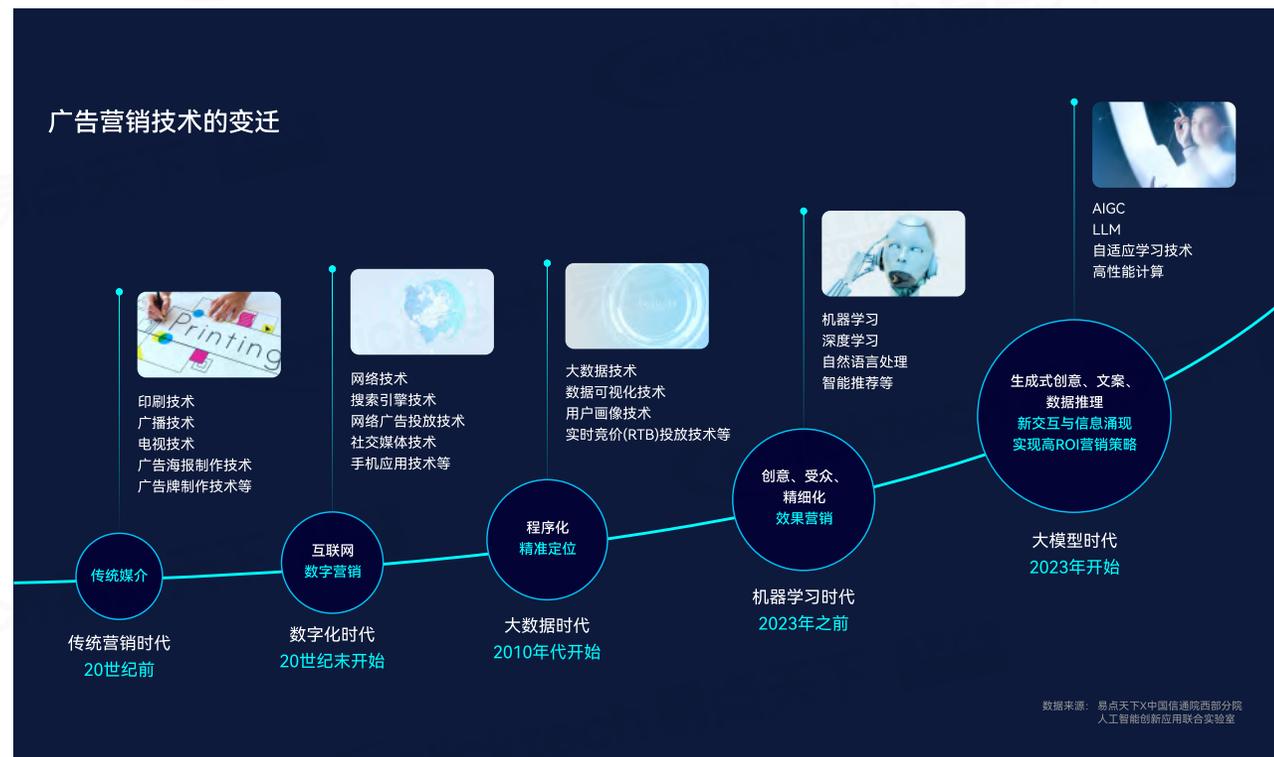
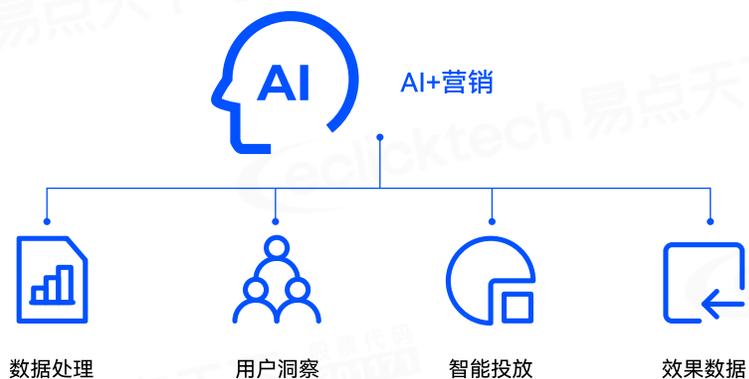
时间	政策名称	政策内容
2017年7月	《新一代人工智能发展规划》	通过系统布局和政策支持，促进人工智能技术的研发、应用和产业化，同时确保其安全、可靠和可控的发展
2019年06月	《新一代人工智能治理原则——发展负责任的人工智能》	协调人工智能的发展与治理，确保其安全可靠可控
2020年07月	《国家新一代人工智能标准体系建设指南》	明确了到2021年和2023年的阶段性目标，提出了一个包含八个主要部分的人工智能标准体系结构，涵盖了从基础共性标准到行业应用的全方位内容
2021年09月	《新一代人工智能伦理规范》	伦理道德融入人工智能的全生命周期，为从事人工智能相关活动的自然人、法人和其他相关机构提供伦理指引
2021年12月	《互联网信息服务算法推荐管理规定》	要求算法推荐服务提供者坚持主流价值导向，建立相关管理制度和技术措施，定期审核算法机制，加强信息安全管理
2022年07月	《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的指导意见》	加速人工智能技术攻关、产品开发和产业培育，探索人工智能发展新模式新路径，以人工智能高水平应用促进经济高质量发展
2022年11月	《互联网信息服务深度合成管理规定》	要求深度合成服务提供者加强训练数据管理，对其服务生成的信息内容进行技术标识
2023年07月	《生成式人工智能服务管理暂行办法》	鼓励生成式人工智能技术的创新应用，支持基础技术自主创新，推动基础设施和公共训练数据资源平台建设

全面推动人工智能在营销等相关领域落地应用

2.3 AI 技术已渗透到营销从素材创意、投放管理、预算分配到效果数据的各个环节

从传统媒体时代到互联网时代，从智媒时代到AGI时代，每一次技术的革新都在重新定义着企业与用户的连接方式，也在不断拓展着企业为用户创造价值的空间与可能。随着大数据、云计算、机器学习、人工智能等关键技术的突破和应用，AI技术已渗透到营销从素材创意、投放管理、预算分配到效果数据的各个环节。

在素材创意环节，AI能够根据市场趋势和消费者喜好，生成独具特色的内容，让广告更具吸引力；在投放管理方面，AI技术能够智能匹配广告与目标受众，实现精准投放，提高广告效果；在预算分配上，AI通过分析历史数据和预测未来趋势，为营销人员提供科学的预算分配建议；而在效果数据环节，AI能够实时收集和分析数据，为营销策略的优化提供有力支持。



03

AI营销 出海产业链 结构分析

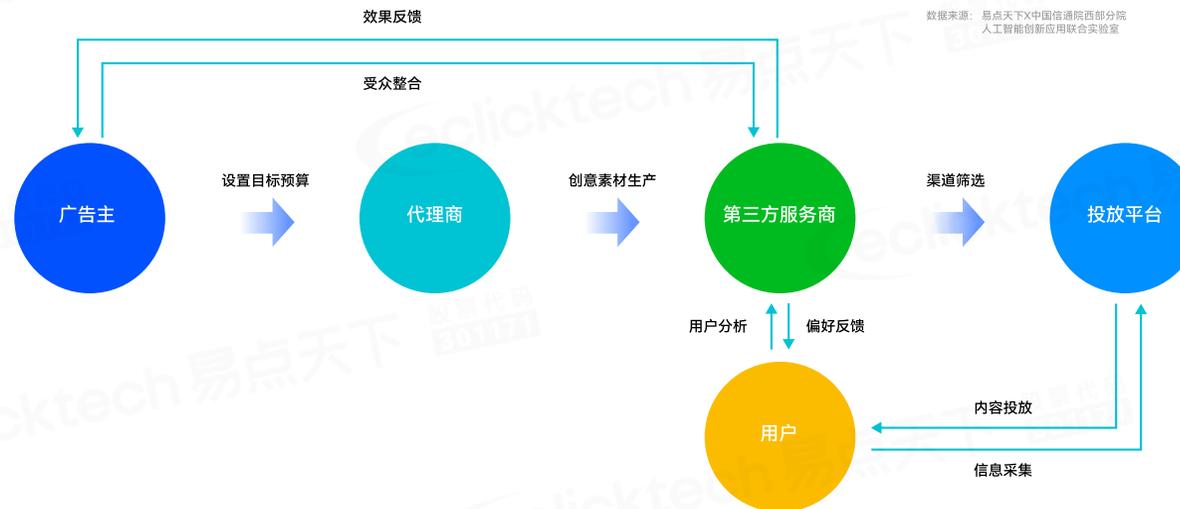


3.1 AI 技术与数据 将成为出海产业寻求增量增长的重要引擎

伴随着新一轮全球化浪潮的席卷而来，中国企业出海逐步迈入“模式出海”阶段，AI技术与数据将成为出海产业不可或缺的增长引擎。

在出海企业产能全球化的布局过程中，AI技术将以其卓越的分析、预测和自动化能力，助力企业精准把握市场趋势，优化运营策略，提升产品竞争力；而数据作为新时代的“石油”，也将为出海企业提供丰富的资源，通过数据挖掘与分析，企业能够洞察用户需求，定制个性化服务，实现精准营销。

AI技术与数据两者的相互结合，不仅提升了出海产业的运营效率，更拓展了其市场边界，帮助企业发现新的增长点。

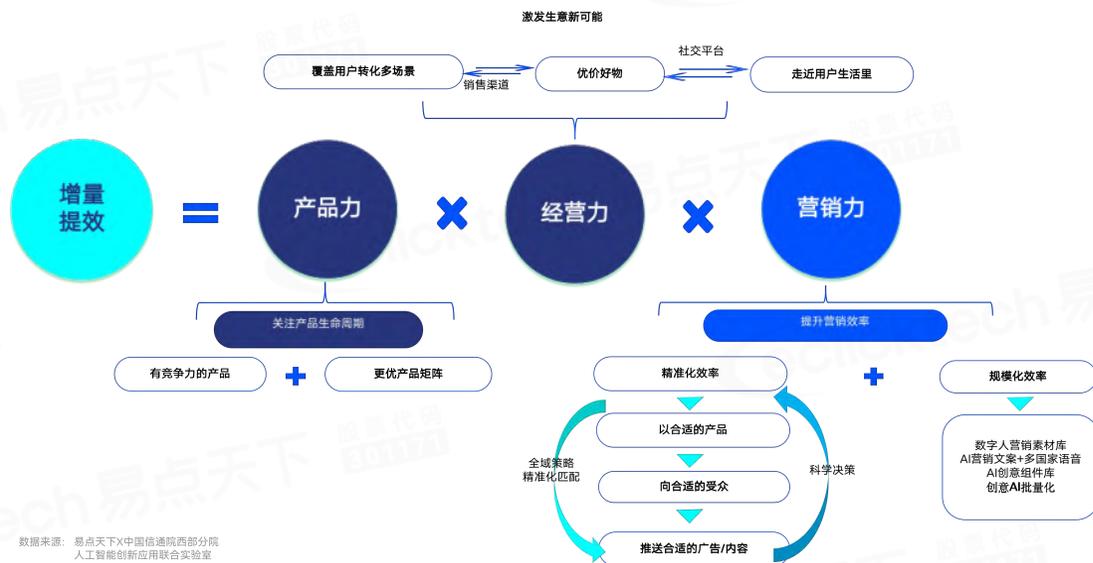


3.2 广告主： 73%的出海企业尝试采用AI进行营销提效

受全球市场竞争加剧和隐私政策收紧影响，海外广告投放成本在波动中持续上升。

易点天下发现，73%的出海企业积极拥抱变革，尝试采用先进的AI技术优化营销策略、提升营销效果。他们开始缩减单纯追求品牌知名度的广告预算，转而加码对实际转化影响较大的效果广告，期望通过构建以ROI为导向的AI营销体系，在激烈的市场竞争中脱颖而出，实现可持续的商业增长。

但对于绝大部分广告主来说，从0到1独立开发包含创意内容生产、数据增长分析等在内的多个AI营销产品矩阵，成本和技术门槛过高，因此向第三方服务商寻求技术及产品支持成为普遍做法。



数据来源：易点天下X中国信通院西部分院
人工智能创新应用联合实验室

3.3 出海营销服务商： 需要构建以 ROI 为导向的 AI 营销体系

伴随着出海营销步入深水区，如何帮助广告主在数字环境中构建新的“人、货、场”，实现供给和需求的精准化匹配，成为了出海营销服务商需要关注的核心问题。短期内，出海营销服务商应持续精进并优化关键技术和服，凭借技术优势在用户洞察、创意激发、内容生产和效果评估等环节为广告主和媒体提供关键支持。长远来看，出海营销服务商则需构建以ROI为导向的AI营销体系，助力出海寻求AGI时代下的出海营销增量新范式。



2024 AI营销白皮书
以AI+数据，寻求AGI时代下的出海营销增量新范式

04

易点天下 在AGI时代 的营销战略 转型

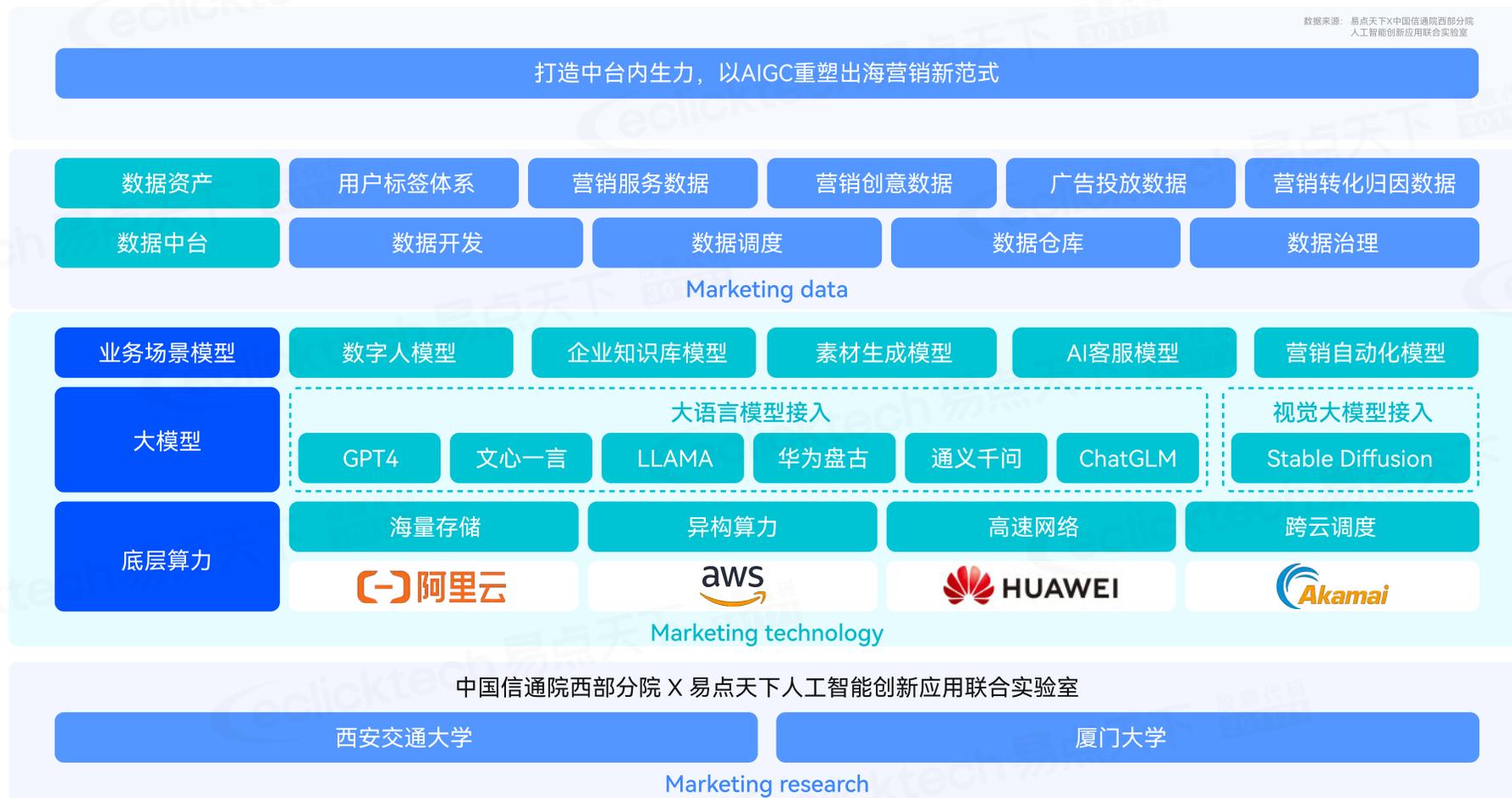
4.1

打造中台内容力 以AIGC 引领品牌全球化新浪潮

从2022年底ChatGPT的上线，到Google、Meta、阿里、华为、百度等大厂纷纷发布大模型产品，再到百川智能、智谱AI、月之暗面等大模型创业公司的兴起以及Sora的发布，AIGC已经从小众专业的概念成为了街头巷尾的热门话题。

易点天下作为一家在过去十余年深耕全球市场的智能营销科技公司，从2020年OpenAI发布1750亿参数量级的GPT3开始，便开始关注AIGC的相关技术、储备人才并开始思考这一波浪潮将对整个广告营销行业带来的范式性变革。

2023年，易点天下发布“以AIGC引领品牌全球化新浪潮”全新战略，通过将AI注入中台的方式，牵引更多内外部服务和产品完成了AI化的升级。



构筑算力竞争新优势，

克服 AI 时代“算力焦虑”

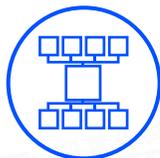
人工智能时代的竞争不仅是算法和应用的竞争，更是算力基础设施的竞争。在万物互联的大背景下，数据量爆炸式增长，对算力的需求达到了空前的高度。作为一家Cloud Native的营销科技公司，易点天下自成立之初，便开始在云上构建业务系统，使用和接入了全球各种各样的云服务平台，积累了大量基于云端的能力。

AI时代，为克服“算力焦虑”，易点天下以自身强大的技术实力屏蔽多云差异，搭建智能化多云管理平台，有效规避单一服务商算力不足的风险，降低单点故障的可能性；通过灵活调配不同云服务商的资源，提升业务的弹性，使得企业可以在不同云服务商之间实现资源的优化配置，降低成本，提高运营效率。

目前易点天下已可在秒级时间尺度上，将自身的数千台服务器及一些合作伙伴的算力需求和网络负载，在全球几十个国家和地区的数据中心之间进行无感迁移，让服务离终端用户更近的同时，优化全球算力和网络资源的成本。

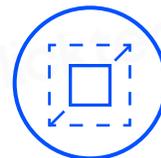
易点AIGC算力基础

适用于深度学习的高性能GPU算力



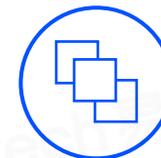
NVIDIA GPU

NVIDIA A10G Tensor Core GPU提供强大算力



ARM CPU

ARM架构CPU，实现效率、能耗、成本的极致优化



Kubernetes 集群

根据负载及时伸缩容量，在保证性能的同时精确控制成本

易点AIGC算力层的核心优势



灵活高效



优化成本



快速交付



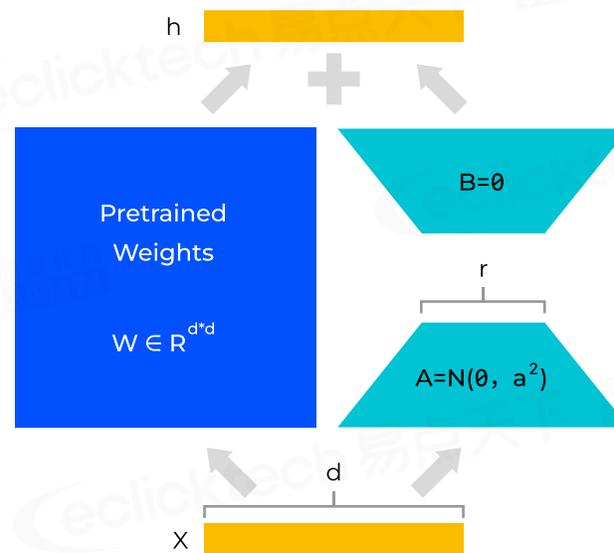
搭建模型微调体系，

以 LoRA 微调方法支撑应用研发

伴随着越来越多基础大模型迭代速度的日益加快，“大模型+”的应用拐点正在到来。但对于绝大多数企业来说，真正的机会并不是从头开始做ChatGPT这样的基础大模型，而是基于通用大语言模型，进行针对性的再训练、微调、评估和部署，从而开发出适合自身业务场景的应用。

相较于模型预训练的高成本和长周期，大模型微调可以在成本可控的前提下，快速实现预期效果。易点天下在大量实践中发现，LoRA可以将各种大模型通过轻量微调变成各个符合垂直领域需求的专业模型。但在数据准备、基座模型选型、微调算法确定、迭代与评估等通用操作流程之下，这些行动要点须关注：

- 高质量大规模的数据对大模型微调的效果至关重要
- 高质量大规模数据前提下，基座模型的参数量越大微调效果越好
- 数据或GPU资源有限的前提下，强通用能力、强专业能力须取舍

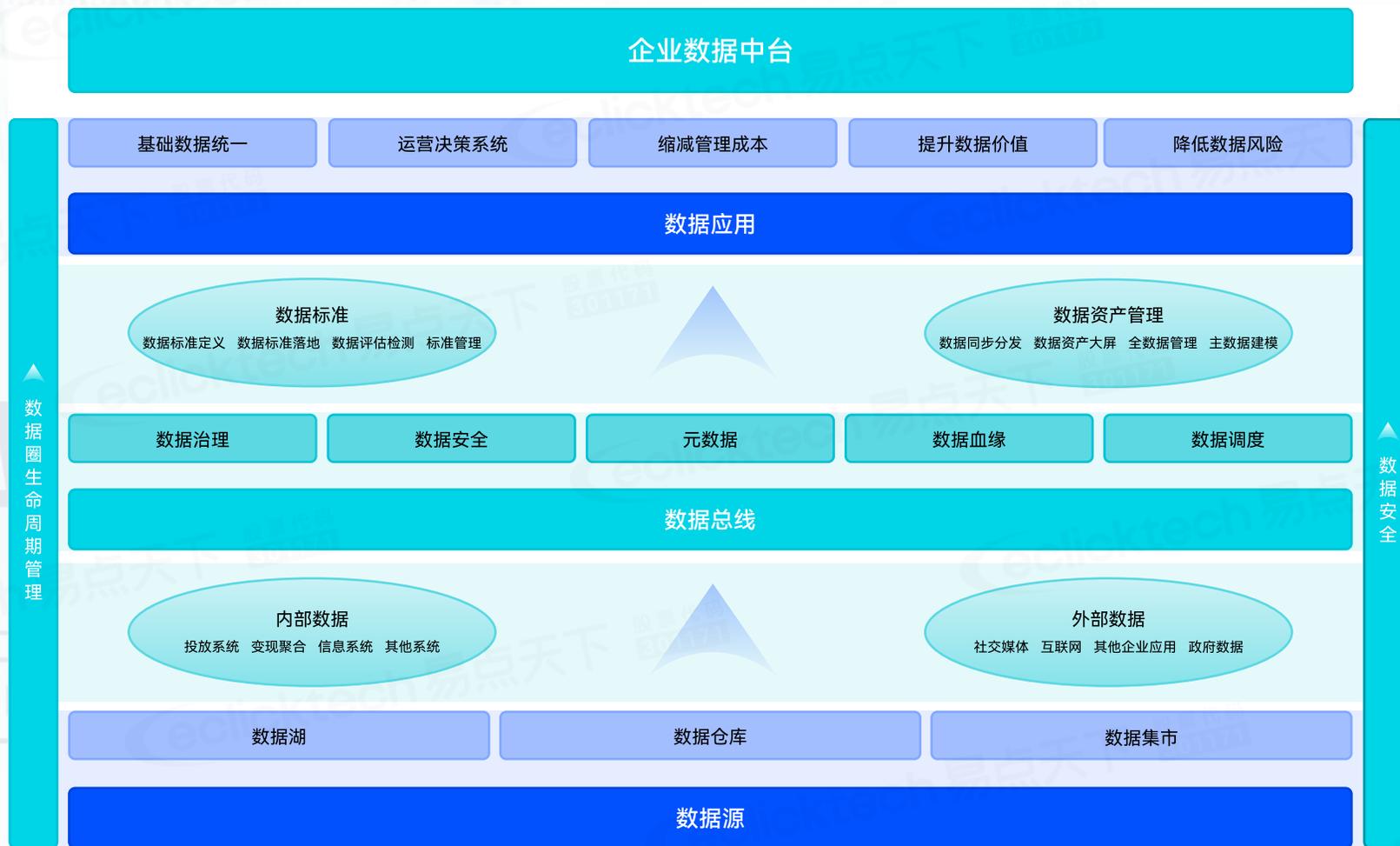


自建数据中台，

深挖数据价值提升数据生产力

面向AI时代，随着新一轮人工智能技术的突破性进展，高质量数据在塑造企业核心竞争力中扮演了至关重要的角色。基于产品的高质量数据不仅能够驱动智能化升级，更是构建持久竞争壁垒、确保企业长期优势的关键所在。

易点天下基于每年超过10亿的广告营销数据积累，结合优秀的方法论和领先产品能力打造的企业级数据中台全链路解决方案，包含数据集成、数据建模、数据开发、数据服务、数据治理相关产品及功能以及标准元数据体系建设方法论，激活数据要素潜能、深挖数据资产价值，赋能业务创新发展。



4.2

构建 AI 营销产品矩阵 助力出海企业高效出海

数智出海All in one

“AI+BI+CI”出海全链路解决方案

推动出海商业化增长飞轮

新一轮全球化浪潮汹涌而至，越来越多中国企业开始选择将业务拓展至全球范围。然而，成功的企业出海不仅仅依赖于产品的优化与创新，如何做好全球化的市场洞察、寻找新的增量空间？制定本地化的营销策略、实现商业的长效增长？搭建数字化的出海基础设施、优化云上资源配置？构建安全的合规体系、确保业务的稳定运行？同样至关重要。

以科技创新为底座，以KreadoAI、数眼智能、Gears三大核心产品为引擎，易点天下“AI+BI+CI”出海全链路解决方案，为出海企业提供从云持续交付、多云财务管理、出海路径规划、产品智能化升级到数字化营销推广的全链路解决方案，帮助出海企业以更低成本，提升全球运营效率、支撑业务高速增长，推动出海商业化增长飞轮。

AI 人工智能



Kreado AI

AIGC 数字营销创作平台

全方位、多场景的「AI+」本地化营销解决方案

在当下激烈的全球市场竞争中，想要从庞大的信息洪流中脱颖而出，高效触达目标用户并非易事，精准决策下的本地化运营不可或缺。

Kreado AI 作为易点天下旗下 AIGC 数字营销创作平台，以“AI 数字人、AI 模特、AI 工具、AI 创意资产”四大解决方案为依托，可轻松解决电商、泛娱乐等企业在出海过程中，面临的跨国营销内容生产成本高昂、效率低下等诸多问题，为出海企业提供全方位、多场景的「AI+」本地化营销解决方案。

凭借多场景、全链路、提效快、易操作的产品优势，Kreado AI 已覆盖全球 67 个国家，注册用户数 100w+、单月用户访问量超过百万，得到来自巴西、中国、印度、欧美等地区的用户认可。

覆盖全球
67 国家

注册用户
百万+

独立访客(UV)
百万+





数据分析 & 增长模型平台

超强数据分析看板助力精准决策

AI 模型让业务增长曲线一目了然

对于出海企业而言，迅速进入新市场并推出符合本地需求的新产品，是出海过程中关键的一步。

数眼智能作为易点天下旗下数据分析&增长模型平台，基于易点天下过往每年超过10亿的行业服务数据积累，以“IAA-IAP数据模型、自助分析模型、AI预估模型、AI预算分配模型”4大功能模型为依托，深度挖掘和分析海量数据，激活营销全链路数据潜能，帮助出海企业迅速捕捉全球最新市场趋势，辅助选品决策并制定出更加科学、合理的营销增长与广告投放策略。



Gears

智能化多云管理平台

以更低成本提升全球运营效率

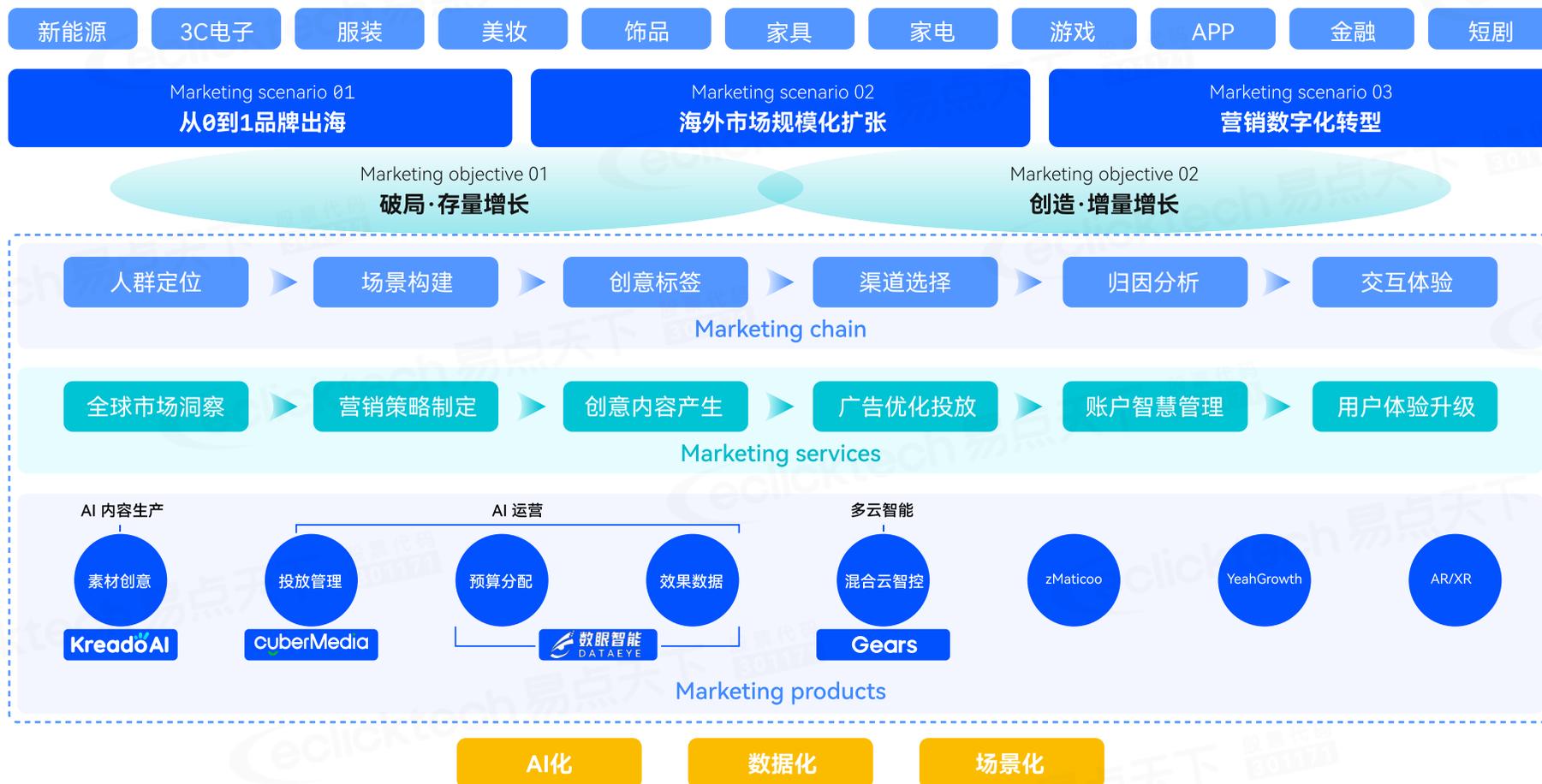
随着全球业务量的快速上升和用户群体的扩张，基础设施的数字化升级和云资源的优化配置与降本，则会成为出海企业不得不面临的新挑战。

Gears作为易点天下旗下智能化多云管理平台，以DevOps、FinOps 两大系统解决方案为依托，可为出海企业提供多云持续交付、多云财务管理等多项服务与资源工具，帮助出海企业以更低成本，提升全球运营效率、支撑业务高速增长。



4.3

以AI为桨、数据为帆 打造AGI时代下的 ec出海增量新范式



UP AGI时代下的 ec出海营销增量新范式

05

ec

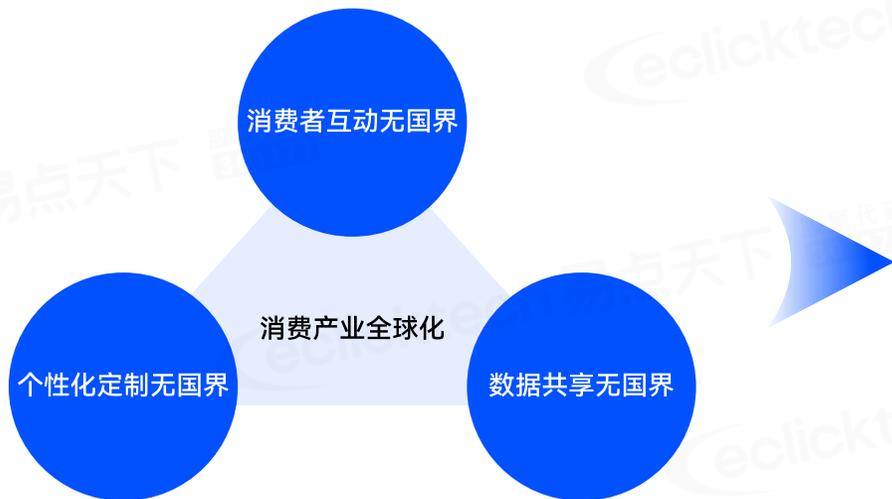
出海营销增量范式 未来应用场景

5.1

ec出海营销增量范式·电商出海

AI 重塑千行百业

出海从“可选项”变为企业的“必选项”



精准低成本的品牌推广与产品促销

基于数据的更科学准确的经营决策

跨境电商零售“化零为整”

SHEIN, TikTok, Temu, 阿里通过寻求渠道或自建渠道实现持续增长

1

垂直细分品类不断涌现

垂直细分品类不断涌现, 宠物用品、定制家居、POD出海等前景广阔

2

智能硬件出海浪潮, AI/芯片+应用场景+终端

垂直细分品类不断涌现, 宠物用品、定制家居、POD出海等前景广阔

3

中国制造业出海势在必行

91%的中国制造企业预测海外业务增长速度将超过10%

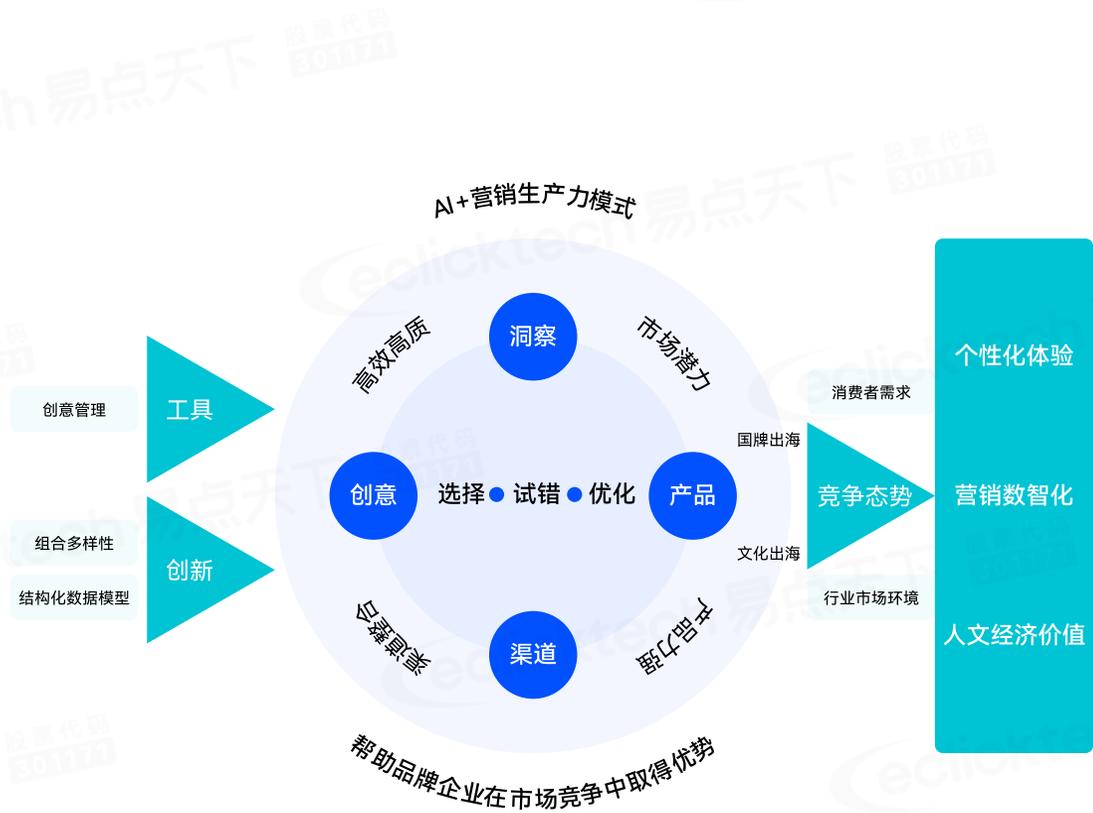
4

中国模式走向海外

如库迪咖啡、直播电商等

5

ec出海营销增量范式·电商出海



国牌出海行业新实践

洞察	国牌出海	跨境电商行业在一带一路、RCEP等政策红利释放下实现集中度提升，国货头部品牌的全球新业务布局开始放量，足迹从欧美等传统区域扩展到东南亚、北美洲、非洲等新兴区域。 在竞争日益激烈的国际市场中，传统的业务及盈利模式带来的收入增长有限，国产品牌也在探索应用数字经济的东风，开展更为广泛的创新活动。随着AI在应用层面对跨境电商公司形成赋能，助力国牌实现较高涨幅。	美妆产品	2022年美国、中国、日本、德国、英国五大市场占全球约50%的市场份额。 用户多关注产品价格，对场景化的产品诉求增加；不同兴趣偏好或年龄段消费者个性化特征明显；对品质、效果和个性化均有追求。 百搭、颜色丰富、功效多样品牌和价格选择多样、使用方便等产品更受欢迎。	服装产品	欧美主要国家包括美国、英国、加拿大、德国是服装广告主营销花费占比最多的地区。2020年至今，服装品牌在美国地区的广告营销费用占比过半，美国始终是中国服装品牌商的必争之地。 女装始终是最大品类，衣着与配饰的多场景搭配可为卖家提供新思路，服装作为主营产品类+饰品/配饰的穿搭型内容展示/组合销售或可为卖家带来新收入增长点。
	AI效率取胜	创意是一门科学，掌握理性的&可总结的规律，并通过技术手段实现生产效率提升、新思考方向辅助、让创意更有意义和价值，为自动化经济新的增长点提供技术支持。 AR/VR互动创意成为品牌营销新标配，未来创意从二维转向三维，并逐渐向五感一体化转变。	降本增效	彩妆场景中用户痛点多集中在彩妆产品选择、化妆技巧学习、妆容呈现效果等方面，创意结合这些痛点使用更简单直接的方式、丰富场景更容易解决他们此类痛点。 精美的商品图是影响消费者“发现商品一感兴趣一下单购物”这条营销路径能否跑通的关键起点。智能化的“AI商品图”提供围绕“商品”的内容生成方案，真正实现降本增效。	高效转化	关键广告创意的选择可帮助服装品牌提高转化率，如通过最大化体现促销信息或通过风格搭配的呈现促进消费者购买，根据不同人群和地域特点分层制定不同风格的创意更能吸睛。
	多元化布局	品牌布局趋向“多元增长、多元转化、多元互动”，唯有在转化平台上找到适合目标用户的商业链路，内容为核的营销打法和科学整合投放，才能助力品牌增长之道。 数字化时代加快“渠道和触点”融为一体的速度，二者不再有明确界限，有效推进全渠道的数字化转型需结合AIGC从技术维度思考，制定更全面的策略和规划。	科技赋能全链路	布局“独立站+电商平台+社交电商小店”等全渠道营销矩阵及聚焦具备“强搜索+强展示+强互动”等多个流量用户池，建立多维度的消费者触点，从流量思维转向用户思维，关注私域运营及社交电商。 在社交电商上尝试直播+VR/AR创新玩法。通过虚拟主播实现全天候直播，带有IP属性的虚拟主播可以随时为消费者解答产品疑惑，引导消费者在线试妆，带来沉浸式的消费体验。	定制个性化体验服务	通过给独立站接入AIGC的API接口，实现AI智能客服、虚拟试衣等功能的接入，提高消费者的个性化购物体验。 供应链数字化带动服装设计、面料管理、生产制造、仓储物流、营销运营等全流程高效协同，数字化、智能化升级，整个供应链系统的柔性供应和快速反应机制明显提升。
创意	渠道					

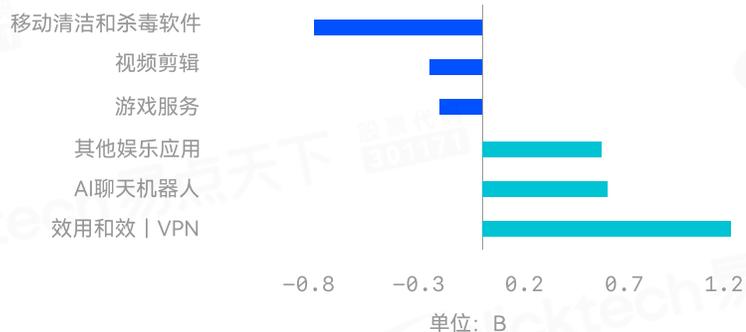
5.2

ec出海营销增量范式·泛娱乐出海

2024泛娱乐出海全球市场变化趋势

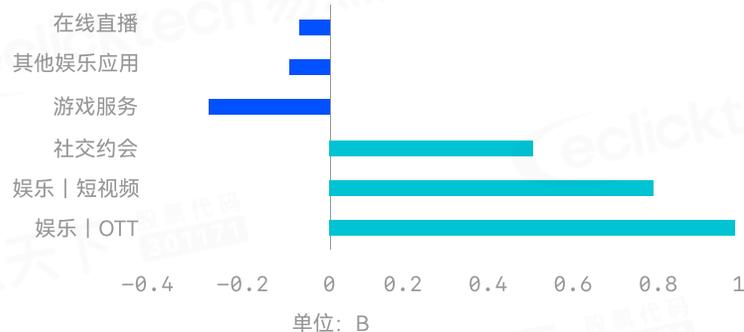
下载量：2023年应用同比增长

数据来源：易点天下X中国信通院西部院
人工智能创新应用联合实验室



用户支出：2023年应用同比增长

数据来源：易点天下X中国信通院西部院
人工智能创新应用联合实验室



使用时长：2023年应用同比增长

数据来源：易点天下X中国信通院西部院
人工智能创新应用联合实验室



生成式人工智能加入竞争

娱乐和社交应用增长强劲

移动端视频流媒体用户支出持续增加

首先是抢占时间，然后才是变现



产品开发

AIGC可全面辅助软件产品开发生的全流程，进行智能化的需求评审并给出设计建议，从而提炼需求关键信息并优化系统设计，减少设计缺陷，让软件研发更专注于产品本身。

运营支持

结合实际业务场景进行知识库导入，业务逻辑和知识精度的调校，AIGC可在运营场景中呈现主动、预测、规律的分析理解运营现状，并用不同的身份视角为用户解答问题。

AIGC促进泛娱乐行业提效

内容创作

生成式AI能够运用于应用产品内容的填充阶段，完成内容生成（场景、人物和资产的模型素材，游戏音乐），文本生成（剧本编写，智能对话NPC等），游戏智能体（对战机器人及虚拟玩家）等。

智能营销

生成式AI具备极强的创造能力，在需要大量创意的营销行业，AIGC可以快速产出包含场景、平台、内容的大量文本策划或图文设计方案，优化内容生产速度，提高数据分析效率，为营销服务提高能力上限。

旧模式

- 依赖人力与经验生成传统营销解决方案
- 广告创意生产端脚本产出周期长、脚本同质化严重，可复用性低
- 营销涉及真人演员、版权肖像等元素成本费用高
- 依靠经验的运营决策 AI赋能数字智能型决策，解决预算最优分配、数据预期问题

AIGC新模式

- 依托AIGC实现广告营销的降本增效
- 利用生成式AI打造虚拟IP，赋能产品品牌营销，降低角色成本，提升广告内容可复用性
- 利用AIGC提供关键信息完成广告脚本产出及广告内容制作，提升产出效率

5.3

ec出海营销增量范式·文化出海



文化出海 AI + 营销生产力模式实践

文化出海

2022年8月中共中央办公厅、国务院办公厅发布《“十四五”文化发展规划》提出，提升文化贸易国际竞争力，大力发展数字文化贸易，国家在政策上支持“中国文化出海”。中国文化启动国际化时，普遍会从人口众多且对在线娱乐消费需求旺盛的亚洲&东南亚市场着手，后再从北美市场转战其他海外新兴市场。

文化出海多搭载社交媒体实现快速传播。据Frost&Sullivan预测，到2024年全球社交媒体市场整体规模将达3000亿美元，其中音视频社交市场规模为1813亿美元，视频社交为1287亿美元，占比为42.8%；音频社交为526亿美元，占比为17.5%。

情感传递

创造中国文化与世界的连接点，创意、情感、创新与合作将是大势所趋，接纳全新的现代创意工具，在充满挑战的时代，给富有勇气与想象力的品牌带来无限机遇。

文化出海借助AIGC的文生文、文生图、文生视频等快速生成有基础水准或特定要求的传播内容，设计师根据出海文化载体的具体特征自动生成系列精美海报及搜索配图素材，文案专家根据传播需要AI生成适合本土语言特征的专题内容文章。

社交媒体话语权构建

社交平台正在将他们的编辑功能和滤镜演变为构建世界的的能力，文化出海的主要渠道即为各个不同市场的社交媒体。消费者正沉浸社交网络中不同文化和语言之中，寻找新鲜、崭新的东西。

随着这一代建设主义者和共创主义家长大成人，他们希望拥有话语权，与陪伴他们成长的品牌一起建立和塑造未来。当然，这并不意味着品牌要弱化自身主张，事实上，消费者寻求与那些拥有强烈鲜明底蕴的品牌一起共创。

潮玩盲盒产品

全球潮玩产业仍处于快速增长期。2022年达到312亿美元，在全球玩具市场中的占比约为29%。近年来中国潮玩企业开始走出国门入驻海外市场，潮玩企业海外影响力持续上升，推动潮玩企业和全产业链国际化。文化赋予潮玩温度，潮玩助力文化传承。

Z世代是潮玩的主要消费群体，线上电商平台、线下门店、无人贩售机、展会等都是Z世代购买潮玩的重要渠道。潮玩产品更吸引女性用户，悦己消费和情感消费是女性群体购买潮玩时的主要动机。

精神消费

潮玩产品充满着创意，注重个性化设计，能够为消费者提供与众不同的消费体验，激发着人们的创造力和想象力。潮玩产品或服务的文化附加值、创意附加值、情感附加值受到了Z世代的青睐，让他们在消费过程中体现自己独特的价值。

潮玩产业正积极融合中国传统文化，借助时尚创意的潮流元素，将中国故事宣传到国际社会，让文化超越国界，实现跨文化交流。中国深厚的文化底蕴和丰富的文化资源也为潮玩企业的文化挖掘提供了源源不断的素材。

多渠道共建圈子文化

年轻人消费具有高活跃、高分享传播的特点，通过互联网等渠道，年轻人分享潮玩体验、开展社交互动，进一步培育了潮玩圈子文化，启发潮玩盲盒出海的企业在各个社交媒体上需保持高度活跃属性。

潮玩产品销售渠道主要分为线上销售和线下销售两类，出海企业线上销售需与线下实体店、二手零售店整合布局，分销、代销和海外代理等多种渠道结合的方式扩展海外业务。

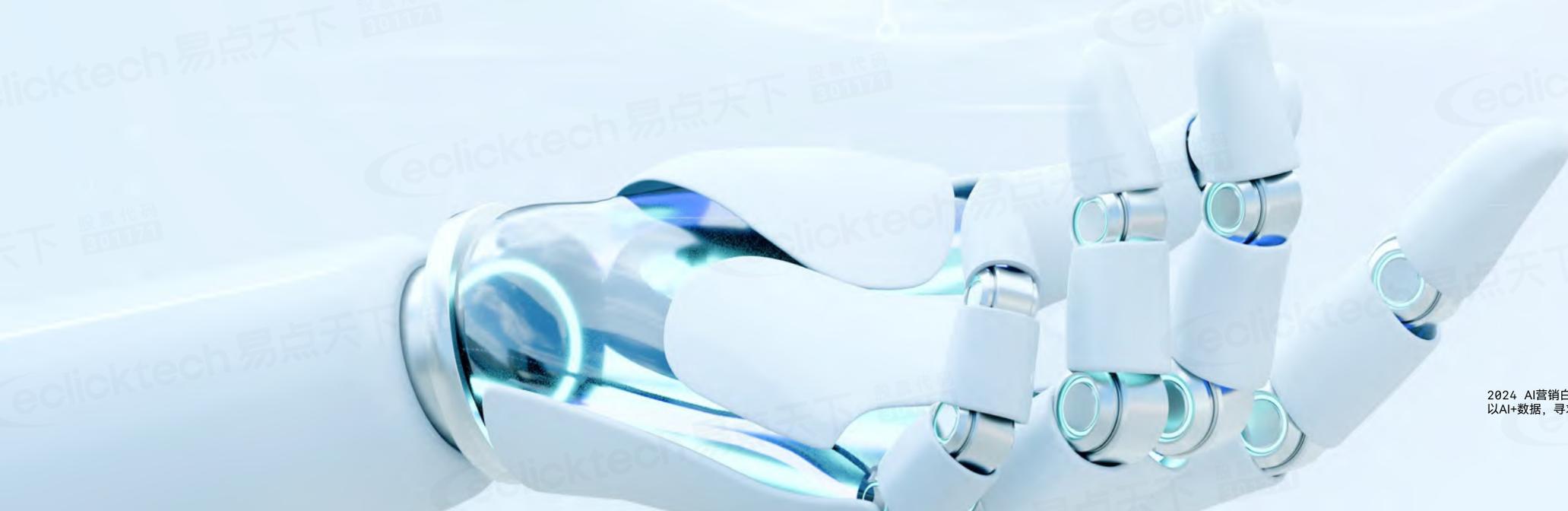
洞察

创意

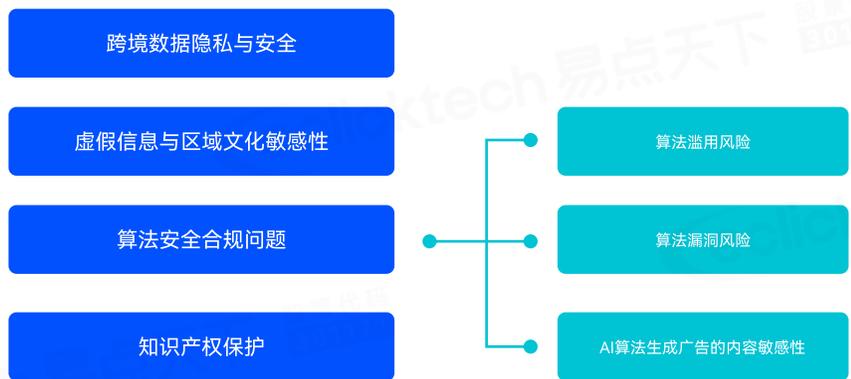
渠道

06

AI 营销 产业发展面临的 问题



6.1 安全合规



6.2

未来治理思路

建立全球化的数据隐私与安全标准

出海企业应主动倡导并积极参与建立全球范围内的数据隐私与安全标准，确保公司在不同国家和地区的业务操作都符合最高的安全合规要求。通过投入科技力量，采用先进的加密技术和隐私保护手段，确保用户数据在传输和存储过程中的安全性。

打造跨文化智能审核体系

在AIGC生成的内容审核中，建立跨文化智能审核体系，结合区域文化特点，确保广告内容的准确性和文化敏感性。引入人工智能和本地专业团队相结合的审核机制，有效识别并修正可能存在的文化差异问题。

安全合规的治理方案

建立声纹合成使用准则：制定明确的声纹合成使用准则，确保声纹技术仅用于合法用途。在广告内容中，设立审核机制，通过人工智能与专业审核团队的协同，确保广告内容不涉及敏感信息，预防广告中可能存在的法律风险。

加强欺诈检测与身份验证：引入先进的欺诈检测技术，确保声纹合成技术不被用于欺诈行为。同时，在广告中引入强化的身份验证机制，防范冒充和虚假广告，维护企业品牌声誉。

全面数据保护：加强对个人数据的隐私保护，通过匿名化、加密等手段，降低用户数据泄露的风险。严格遵循全球数据隐私法规，确保数据处理合规，保障用户权益。

建立安全事件应急处理机制：通过危机响应、信息收集、威胁分析、漏洞修复和业务恢复等关键环节，减轻潜在威胁对企业的影响，并帮助公司快速从安全事件中恢复。应急处理机制的建立有助于及时识别、隔离和消除安全漏洞，进一步提高了企业的整体安全韧性。



透明化广告生成过程

对产品算法进行备案，确保算法的合规性；同时建立透明的广告生成过程，向用户说明AI算法生成的内容背后的原理和数据源。通过公开透明，提高用户对广告内容生成过程的信任，减轻潜在的法规风险。

加强全球知识产权战略

制定全球知识产权战略，包括明确的版权政策、合法授权的数据源使用以及与权利方的合作。通过建立全球版权保护团队，积极参与国际知识产权组织，推动全球范围内知识产权的合作与共赢。

AI 算法生成广告技术为数字广告行业带来前所未有的创新机遇，然而，与之伴随的安全合规问题也需要得到充分重视。通过制定明确的使用准则、强化欺诈检测、全面数据隐私保护和透明化广告生成过程，企业能够在安全合规的基础上实现可持续发展。未来治理思路则包括不断更新技术与法规、开展行业合作与标准制定，确保企业在数字广告的创新道路上走得更远、更稳。



07

打造健康高品质的 AI 营销 产业生态

7.1 多方携手生态共建

易点天下X中国信通院西部分院 人工智能创新应用联合实验室

当下，由AIGC引领的又一股全球科技创新浪潮席卷而来，科技创新竞争已成为国家竞争的战略重点，创新全球化和多极化趋势日益凸显。2023年，8月22日，中国信通院西部分院x易点天下联合共建人工智能实验室正式成立。

以人工智能创新应用联合实验室为依托，双方将围绕垂直模型的关键技术研究、数字人营销的算法安全、数据安全与隐私保护等多个维度，与更多监管机构、科研单位、大模型厂商等一起，加强科技成果产业化开发及应用，共同推进人工智能在营销领域的全面高效合规落地及应用，并通过探讨AIGC内容安全、算法规范、隐私保护等规则标准，来推进AI风险管理落到实处，携手打造真正健康智能且高效的AIGC产业生态。



edclicktech 易点天下 股票代码 801171 × CAICT 中国信通院 西部分院

人工智能创新应用 联合实验室



7.2 治理政策建言

加强 AIGC 技术监管

为了确保AIGC技术的合理应用，建议政府部门完善创新与发展相适应的科学监管方式，在《生成式人工智能服务管理暂行办法》的基础上建立健全AIGC技术的监管体系，网信、广播电视和新闻出版等各部门协同推出覆盖技术的研发、应用和推广等全流程的监管规则和行业标准，确保AIGC技术在广告领域的合理应用和健康发展。

引导 AIGC 技术发展

为了促进AIGC行业的健康发展，建议政府部门尽快推出AIGC技术在广告领域的发展规划和指南，明确发展目标、重点任务和保障措施，也为企业提供政策指引和决策参考。同时，通过提供资金奖补等扶持措施鼓励企业加大在AIGC技术研发方面的投入，设立专项基金支持企业在AIGC技术领域的创新项目。

推动 AIGC 场景落地

为了发挥AIGC技术在广告领域的潜力，建议政府部门加强构建应用生态体系，结合地域特色探索优化AIGC应用场景，在文旅宣传、电子商务、广告传媒等相关行业鼓励企事业单位与AIGC技术企业加强合作，并选取具有代表性的企业和项目进行奖励，鼓励AIGC技术与传统行业协同探索新的商业模式和应用场景。



微信扫码

关注eclicktech易点天下

 **eclicktech 易点天下** 股票代码 **301171**