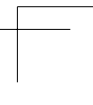
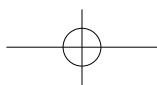
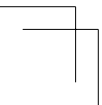
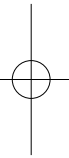
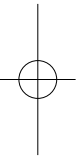
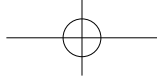
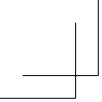


一起AI一路向前
王新宇



新时代·营销新理念

ChatGPT 营销实践

唐新军 著

清华大学出版社

北 京

内 容 提 要

ChatGPT 的问世引发了生成式 AI（人工智能）的浪潮，也带来了一场生产力革命，AIGC（人工智能生成内容）即将赋能千行百业，而营销正是其中最先被赋能的行业之一，“AI+营销”时代呼之欲出！

这是一本带你快速进入“AI+营销”时代的实战秘籍，旨在帮助你掌握以 ChatGPT 为代表的 AI 工具，全面提升自己的营销技能。本书共分 11 章，从揭秘 ChatGPT 的技术原理，到驾驭 ChatGPT 的系统方法，再到深入营销工作中的八大场景，配以具体案例详细讲解 ChatGPT 的具体应用和实操细节，让你迅速掌握各种技巧，一跃成为“AI+营销”高手。最后展望“AI+营销”的趋势与挑战，助你建立一个在 AI 时代立于不败之地的思维框架。

作者基于深厚的专业经验，采用通俗易懂的语言，由浅入深、层层递进构建了完整的“AI+营销”系统方法论，前沿不失系统，实用不乏深度。无论是营销从业者、内容创作者、技术开发者，还是企业家、创业者，抑或 AI 爱好者和研究者，本书都值得一读。

本书封面贴有清华大学出版社防伪标签，无标签者不得销售。

版权所有，侵权必究。举报：010-62782989，beiqinquan@tup.tsinghua.edu.cn。

图书在版编目（CIP）数据

ChatGPT 营销实践 / 唐新军著. —北京：清华大学出版社，2024.6

（新时代·营销新理念）

ISBN 978-7-302-66460-4

I. ①C… II. ①唐… III. ①网络营销 IV. ①F713.365.2

中国国家版本馆 CIP 数据核字（2024）第 109731 号

责任编辑：刘 洋

封面设计：徐 超

版式设计：张 姿

责任校对：宋玉莲

责任印制：宋 林

出版发行：清华大学出版社

网 址：<https://www.tup.com.cn>, <https://www.wqxuetang.com>

地 址：北京清华大学学研大厦 A 座 邮 编：100084

社 总 机：010-83470000 邮 购：010-62786544

投稿与读者服务：010-62776969, c-service@tup.tsinghua.edu.cn

质 量 反 馈：010-62772015, zhiliang@tup.tsinghua.edu.cn

印 装 者：大厂回族自治县彩虹印刷有限公司

经 销：全国新华书店

开 本：170mm×240mm

印 张：18.75

字 数：293 千字

版 次：2024 年 7 月第 1 版

印 次：2024 年 7 月第 1 次印刷

定 价：88.00 元

产品编号：104040-01

推荐语

AI 在当下显得十分强大，但真正要敬畏的是成熟运用 AI 的人。随着智能时代的到来，我们的逻辑基础训练逐渐发生颠覆性的转变，无论是个人还是企业，要决胜未来就必须具备非常强的 AI 应用能力。本书的实践技能正是当下不可或缺的，理论和操作都深入浅出，实属十分值得推荐的佳作。

陈迎 | 阿海德整合营销机构创始人 | 《直播营销实战指南》作者

AI 时代已来，每个人都有机会借助 AI 赋能，实现自我升级，成为超级个体。《ChatGPT 营销实践》是一本教你如何 AI 赋能营销的实践手册，书中不仅系统讲解了 ChatGPT 的通用提示方法，还把它应用到营销工作流的各个环节。如果你想在 AI 时代脱颖而出，那这本书将是一个必备利器！

私域肖厂长 | 星辰教育创始人兼 CEO | 《私域资产》《AI 超级个体：AI 时代，内容创富的实战方法论》作者

AI 技术正引领营销进入一个全新时代，无论个人品牌还是企业品牌，都需要考虑如何借助 AI 进行精准定位，并提升营销效率。相信《ChatGPT 营销实践》可以助你更好地驾驭 AI，在赋能个人品牌和营销上为你提供参考与指引。

刘 Sir | 合生载物创始人 | “书香学舍”主理人 | 《定位高手》作者

AI 技术正在改变千行百业，营销无疑是先被深刻改变的行业之一。这本《ChatGPT 营销实践》是让每一位营销人，在 AI 时代不确定性的改变中保持内心定力，拥有实践本领的佳作，更是技术革命浪潮下，每一位躬身入局者

的认知工具，值得人手一本。

栾春晖 | 财经作家 | 资深媒体人 | 《向上攀登》作者

《ChatGPT 营销实践》是一本将 AI 与营销相结合的操作手册。本书用通俗易懂的语言、实用的方法论和丰富的案例，帮助你快速学会用 AI 来进行营销实践，你也可以成为 AI 营销行家！

弘丹 | 当当影响力作家 | 《AI 写作宝典：如何成为 AI 写作高手》作者

作为一名深耕私域 11 年的创业老兵，无论是操盘亿级平台，还是代运营“爱奇艺知识”，我都深刻地感受到了“营销杠杆”的威力。如果营销+ChatGPT 呢？是不是可以发挥出“杠杆 × 杠杆”的巨大威力？怀着这样的好奇，我打开了新哥的《ChatGPT 营销实践》，感受到营销被赋予了更深的内涵与更广的边界。它不再是单一的策略或手段，而是融合了先进技术与创新思维的综合性实践，让我们能够更加高效地与消费者建立感性链接，激发他们的购买欲望，让他们成为品牌的忠实用户。

张婷 | 北京赋能智慧董事长 | 《感性的力量》作者

未来已来，唐老师的新书从理论到方法，从案例到实操，详细拆解了 ChatGpt 在营销中的应用，如果你对营销感兴趣，如果你想深入了解 ChatGpt，如果你不想被 AI 大时代拍打在岸边，这是一本值得阅读的好书。

雷文涛 | 有书创始人兼 CEO

工具的发明与迭代是人类文明发展的核心，而掌握工具的能力，直接决定了一个人的工作效率与社会综合竞争力。ChatGPT 的出现必将改变人类的命运。本书作者唐新军是我曾经的事业合伙人和资深营销老兵，《ChatGPT 营销实践》一书是他深度研究和实践总结的结晶。这本书汇聚了 ChatGPT 在营销方方面面的应用，是一本理论与实战兼备的应用手册。所有营销相关人员都值得深读。

陈特军 | 骏丰健康 CMO 兼士力清护眼科技创始人

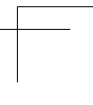
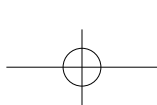
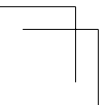
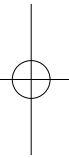
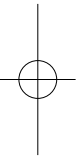
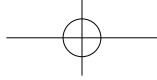
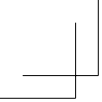
推荐语

回顾人类发展史，新技术新工具的出现，往往会带来行业的颠覆与升级。唐新军老师作为一位热情拥抱新技术的营销行家，率先将 ChatGPT 这一 AI 新工具应用到营销实践中。这本书理论清晰，方法有效，案例实用，能够帮助你在 AI 时代快速提升营销战斗力！

于洪方 | 北京远景视点科技创始人兼董事长

AI 技术的发展，正在颠覆传统的营销模式，也为包装设计行业带来了全新的可能性。《ChatGPT 营销实践》不仅深入浅出地介绍了 ChatGPT 的技术原理和应用方法，还有丰富的案例。相信所有营销人士都能从这本书中获得启发。

王文博 | 上海市包装技术协会设计委秘书长 | 上海光照东山品牌咨询创始人



我和“AI+营销”：不得不说的故事

1. 第一个因 AI “裁员” 的上市公司

2023 年 4 月的一天，一封上市公司的内部邮件突然在朋友圈刷屏了！有人惊呼：中国第一批因为 AI 失业的人诞生了！没错，这家上市公司正是我的前东家——蓝色光标！这封内部邮件显示：蓝色光标决定全面停止创意设计、方案撰写、短期雇员的外包支出，而这些工作将全部由 AI 接手。虽然这不是严格意义上的“裁员”，这些被裁掉的都是外包，你也可以理解为“临时工”，但是这也就意味着有一大批人的工作真的被 AI 取代了！

一个“AI+ 营销”的新时代就这样让人“猝不及防”地拉开了序幕！而这一天距离 ChatGPT 问世仅仅 4 个多月！这一天我已经等了很久，但是当它突然到来的时候，却又觉得非常突然，因为它和我想象中的并不一样，这让我再次想起自己在蓝色光标的时光。

2. 第一批探索 AIGC 的人

作为国内数字营销的龙头股之一，蓝色光标可能是业内最早提出“智能化”战略的营销公司了。在蓝色光标工作期间，我和团队的伙伴还一起成立“创新工作坊”，探索如何将更多的智能技术引入营销工作。在这个过程中见证了蓝色光标的智能营销助手“销博特”（XiaoBote）的诞生。作为一款“AI+ 营销”工具，它能够自动化生成营销策划案、消费者洞察、创意文案等内容。这是蓝色光标在 AIGC 领域早期探索的一个杰作，也是行业内极具突破性的创新产品。

之所以会有这样的探索和创新是因为我们有一个概念——CREATECH（创

意技术)。关于机器是否拥有创造力一直是一个极具争议的话题，而我们相信创意可以技术化。CREATECH 就是我们要探索的方向。而我们理解的 AIGC，不仅仅是人工智能生成内容 (Artificial Intelligence Generated Content)，更是人工智能生成创意 (Artificial Intelligence Generated Creation)，正是因为这样的理念，让我们成为国内 AIGC 领域最早的探索者之一。

在我亲身的经验中，我发现通过深入理解创意的规律，技术真的可以帮助生成创意。记得我第一次在“销博特”系统中输入了联想电脑的背景介绍，没想到它竟然为我输出了一个完整的 BIG IDEA 创意参考。真的让我大开眼界。

然而，真正革命性突破还是来自 ChatGPT，这款由 OpenAI 推出的大语言模型，不仅具备了卓越的语言理解力，还拥有令人惊叹的知识学习力、逻辑推理力和内容创造力。这意味 ChatGPT 不仅可以在内容创意领域发挥奇效，还可以在营销工作流程的各个环节中提供更强大的支持与赋能。它的诞生也宣告了“AI+ 营销”时代真正降临！

3. 第一拨被 AI 赋能的行业

AI 正在引领一场生产力革命，将像水、电一样成为基本的生产要素。在历史上，人类已经使用了如水、火、煤炭、石油、电力、计算机、互联网、大数据等生产要素，而现在，AI 成为新的生产要素。未来，没有接入 AI 的企业将难以想象，因为 AI 不仅是替代人类“智力”的能源，还会催生更多的应用场景和产业机会。

千行百业都将被 AI 赋能，其中包括传媒、影视、娱乐、教育、电商、金融、医疗、制造、农业、高科技等几乎所有领域。而营销则是其中最早被冲击，也是最先被赋能的行业之一。为什么这么说？有以下三点理由。

第一，营销进步靠技术：营销行业所有的重大进步都是由技术驱动的，从传统营销的印刷技术、广播技术、电视技术，到数字营销的互联网、移动互联网和大数据、云计算等，再到即将到来的“AI+ 营销”，无一不是技术驱动的产物。

第二，营销核心在沟通：沟通是一切营销的核心，以 ChatGPT 为代表的 AIGC 主要影响的就是内容创作与人机交互，而内容和交互正是营销沟通的核心。

第三，营销方法有套路：营销是科学，也是艺术，但 99% 的部分是科学，而科学可以套路化、模型化、自动化，AI 工作方式的核心就是套路化、模型化、自动化。

AI 技术将会深刻地改变营销的方方面面，那么，我们如何利用 AI 为营销赋能呢？

首先，我们需要深入挖掘营销的价值链和 workflows。营销的价值链主要包括价值的识别、创造、传递和交付。这四个环节具体对应的工作流程分别是调研、规划、传播和销售。而在这每一个环节中，ChatGPT 的强大智能都可以发挥关键作用。例如：

（1）价值识别：在调研阶段，ChatGPT 可以利用其强大的数据分析能力进行市场研究和用户洞察。

（2）价值创造：在规划阶段，ChatGPT 可以应用其逻辑推理能力进行品牌规划和产品开发。

（3）价值传递：在传播阶段，ChatGPT 的内容创造力可以助力内容传播和活动推广。

（4）价值交付：在销售阶段，ChatGPT 的人机交互力可以在直播电商和客户服务中发挥作用。

而支撑 ChatGPT 在这些环节中发挥作用的基础能力，正是 ChatGPT 强大的语言理解力和知识学习力。

其次，为了将 AI 的智能融入营销，我们需分析营销工作的各个环节，了解每个环节的智能需求。这样，我们可以确定哪些环节可以由 AI 完成，哪些环节需要人类主导。在此基础上，我们可以重新设计 workflows，创建一个人类和 AI 协作的工作模式，并通过对 AI 的调教与训练，实现工作效率全面提升。

AI 能自动处理大量重复的工作，这样我们就可以将更多的时间和资源用于策略规划和创意工作。“人工智能”不仅仅是机器智能。“人工”这个词是“人”和“工”的结合，代表人类智能和 AI 工具智能的结合。因此，人工智能不是替代人类智能，而是增强人类智能。

AI 是一个智能的增强工具，它可以增强人类的智能，包括专业知识和实践经验。要充分利用 AI，我们需要在两个方面努力：一是掌握行业的最佳实践，二是学会如何最有效地使用 AI，包括使用、提示、调教和训练。

通过学习人类的知识和经验，AI 可以以更低的成本和更高的效率创造价值。这就是生成式 AI，或者叫 AIGC 赋能千行百业的方式。

4. 第一本“AI+ 营销”启蒙书

由于特殊的工作经历，让我与营销和 AI 结下了不解之缘，我希望把自己多年以来的专业经验积累，用 AI 思维与技术进行系统重构与创新升级。通过将 AI 能力体系和营销能力体系进行深度融合，建立一个“AI+ 营销”的方法论体系。这就是《ChatGPT 营销实战》，它是一本系统阐述“AI+ 营销”这一全新课题的启蒙之书和入门之书。

在 AI 技术日益普及的今天，如何驾驭 AI 成为每一个营销从业者和企业都必须面对的问题。驾驭 AI 不仅仅是学会使用 AI 工具，更重要的是理解 AI 的工作原理、潜在价值和局限性，从而更加明智地将其应用于实际工作中。

本书从揭秘 ChatGPT 的原理开始，介绍如何使用和驾驭 ChatGPT 的系统方法，包括提示、调教及训练。在此基础上进一步深入营销实战的各个场景，包括市场分析、用户洞察、品牌规划、产品开发、内容传播、活动推广、直播电商、客户服务等多个领域，看 ChatGPT 如何帮助我们捕捉市场机会、洞察用户需求、塑造魅力品牌、设计创新产品、创作更有影响力的内容、策划更具吸引力的活动、开展更高成交效率的电商直播以及更高满意度和复购率的客户服务。

本书既生动阐述了 ChatGPT 的技术原理，也清晰讲解了驾驭 ChatGPT 的通用方法，同时梳理了“AI+ 营销”的理论系统，涵盖了多个营销场景的实践应用，纳入了多个行业的案例示范。你不仅可以系统学习 AI，从理解 ChatGPT 的技术原理，到掌握 ChatGPT 的通用方法，完成从 AI 小白到 AI 高手的跨越。还能系统学习营销，从建立关于“AI+ 营销”的系统认知，到掌握“AI+ 营销”的实操细节，建立全面而实用的“AI+ 营销”技能。

我相信这本书，不管是对营销工作者还是对内容创作者，不管是对企业管理者还是对个体创业者，抑或对 AI 爱好者和研究者，都能带来有力的启示和参考。

5. 第一群被 AI 赋能的人

在蓝色光标提出了“AI²”——All in AI 战略的同时，我也开启了我的新

篇章。从事 AI 技能教育与 AI 技术推广，通过学习社群、培训课程、定制开发、项目孵化等各种可能的方式，赋能更多的个体和企业。到目前为止，我原创的“六要素”通用提示框架，以及首期开发的“点亮天才”AI 提示训练法课程，也获得了学员的广泛好评，因此还得到了来自清华大学出版社的邀请，于是便有了本书的诞生。

这是我和营销的故事，也是我和 AI 的故事，更是我和每一个翻开这本书的你的故事。

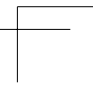
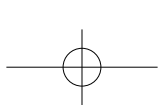
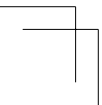
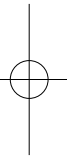
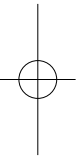
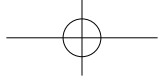
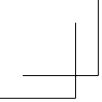
AI 对每一个人都提出全新的技能要求，因为在 AI 时代，所有的知识工作和脑力劳动都将逐步进入自动化或半自动化，人类智能与人工智能也将深度融合。

对于每一个知识工作者或者脑力劳动者来说，你不是一个人在战斗，因为还有自己的“另一半”——人工智能，它将是我们的延伸，我们的智能的另一半。如果你无法调动它，也就相当于“半脑不遂”，沦为新时代的“脑瘫”。不管你是教师、律师、分析师、咨询师、设计师、工程师、营销师……你首先要成为一个 AI 训练师，让你的智能与 AI 工具的智能相互协作共同发力。以前你可以是 T 型人才，现在你要成为 π 型人才，除了你的专业能力，请再加上一个必备的能力，也就是 AI 使用的能力。

AI 对于一些人来说可能是一个危机，因为它会替代一部分人的工作，但是对于另一些人来说，它是一个巨大的机会。它不仅是一个提高效率、扩大利润的机会，更是一个为客户创造价值，让世界变得更美好的机会。而一旦你翻开了这本书，也就意味着你已经打开了这个机会之门。

世界在重构，未来已 AI。让我们带着好奇、想象和创新的激情，用 AI 的方法把营销重做一遍，用 AI 的思维把人生重过一次。比尔·盖茨（Bill Gates）说“技术终将改变世界”，也许，我们都有机会成为那个用技术改变世界的人。期待听到你用 AI 改变营销、改变自己的故事，让我们一起拥抱 AI，一起奔赴更精彩的未来。

编者



ChatGPT 的问世在全球范围内产生了巨大影响。它不仅引发了生成式 AI（人工智能）的新浪潮，还被誉为人类的第四次工业革命的开端。AIGC（人工智能生成内容）即将赋能千行百业，而营销正是其中最先被赋能的行业之一，“AI+ 营销”时代呼之欲出！

作者作为国内最早的一批 AIGC 探索者之一，在国内数字营销龙头企业蓝色光标工作期间，亲身经历和见证了 AI 技术在营销领域的应用和发展。在“AI+ 营销”时代即将到来之际，希望通过多年的专业经验积累，用 AI 思维与技术进行系统重构与创新升级，深度融合 AI 能力体系和营销能力体系，建立一个“AI+ 营销”的方法论体系。

本书内容

本书是一本系统阐述“AI+ 营销”课题的启蒙和入门书。它不仅详细介绍了 ChatGPT 的技术原理和使用方法，还深入探讨了 AI 技术在营销实战中的应用，涵盖市场分析、用户洞察、品牌规划、产品开发、内容传播、活动推广、直播电商、客户服务等多个领域。书中还包含多个行业的案例示范，帮助读者从理论到实践，系统学习和掌握“AI+ 营销”的知识和技能。

本书特色

作者基于深厚的专业经验，采用通俗易懂的语言，由浅入深、层层递进，构建了完整的“AI+ 营销”系统方法论，前沿不失系统，实用不乏深度，具备以下明显特色：

· **语言通俗：**本书使用简洁明了的语言，避免了复杂的专业术语和理论，使得无论读者的背景如何，都能轻松理解和掌握“AI+ 营销”的核心要点和具

体方法。

- **方法通用：**作者基于理论与实践原创“六要素”通用提示框架，提供了一个可操作、可重复、可应用到几乎所有领域的通用方法论。
- **应用案例：**书中包含了丰富的实际应用案例，展示了各种不同行业领域的企业和品牌如何成功地利用 AI 技术进行营销活动。
- **实操细节：**除了理论知识，本书还提供了大量的实操技巧和细节，帮助读者在实际工作中避免常见的错误和陷阱，提高工作效率和效果。
- **工具扩展：**本书不仅介绍理论和案例，还推荐了多个实用的“AI+ 营销”工具，帮助读者快速上手和实践。
- **前沿探索：**本书还探讨了“AI+ 营销”领域的最新发展和未来趋势，为读者提供了一个前瞻性的视角和思考方向。

读者对象

本书适合对 AI 与营销感兴趣的读者，包括但不限于以下几类群体：

- **营销从业者：**本书为营销人员提供了一套完整的“AI+ 营销”理论体系和实操指南，帮助他们更有效地利用 AI 技术进行营销活动。
- **内容创作者：**通过本书，内容创作者可以掌握如何利用 AI 技术生成更具创意和吸引力的内容。
- **企业家和创业者：**本书展示了如何通过 AI 技术推动业务发展，提供了一系列应用案例和最佳实践。
- **AI 技术开发者：**本书展示了如何将技术应用于营销领域，提供了实际的应用场景和需求。
- **AI 爱好者和研究者：**本书不仅介绍了“AI+ 营销”的基础知识，还探讨了该领域的前沿技术和未来发展趋势，是一本理论与实践相结合的参考书。

目录

- 第 1 章 / 揭秘 ChatGPT：最强大脑如何赋能营销 001
 - 1.1 最强大脑：生成式 AI 与 AIGC 浪潮 002
 - 1.1.1 生成式 AI 的革命性突破 002
 - 1.1.2 AIGC 浪潮的引领者 003
 - 1.1.3 AGI 革命的破冰者 005
 - 1.2 如何工作：ChatGPT 的技术原理 006
 - 1.2.1 NLP：人工智能皇冠上的明珠 006
 - 1.2.2 GPT：魔法藏在名字里 006
 - 1.2.3 什么是 T：用数学的方式学会语言 007
 - 1.2.4 什么是 P：读书万卷，其义自见 008
 - 1.2.5 什么是 G：单字接龙，三生万物 011
 - 1.2.6 强大的通用智能 012
 - 1.3 赋能营销：ChatGPT 的实战应用 012
 - 1.3.1 七大能力：驱动营销变革 013
 - 1.3.2 八大场景：赋能营销实战 015
 - 1.3.3 四大价值：释放商业效应 018
 - 1.3.4 能力边界：明智使用须知 019
 - 1.4 本章小结 020

/第2章/ 驾驭 ChatGPT：释放 AI 无限潜能	021
2.1 抓核心：提示词与 AI 思维	022
2.1.1 初识提示词	022
2.1.2 高质量提示词	023
2.1.3 提示工程与 AI 思维	024
2.2 派任务：通用提示框架	026
2.2.1 什么是通用提示框架	026
2.2.2 具体案例示意	027
2.2.3 六大要素使用	030
2.2.4 超级指令运用	037
2.3 教方法：专业角色调教	040
2.3.1 什么是专业角色调教	040
2.3.2 为什么要调教	040
2.3.3 如何调教	041
2.4 练模型：私有模型训练	046
2.4.1 什么是私有模型	046
2.4.2 为什么要训练私有模型	047
2.4.3 如何训练	048
2.5 加工具：插件与其他 AI 软件	050
2.5.1 GPT 插件的应用	050
2.5.2 其他 AI 软件的结合	054
2.6 本章小结	060
/第3章/ AI+ 市场分析：发现未来新蓝海	061
3.1 ChatGPT 如何助力市场分析	062

3.2 建立分析框架.....	063
3.2.1 询问分析框架	063
3.2.2 设计任务提示	064
3.3 收集分析数据.....	065
3.3.1 市场总体规模	066
3.3.2 市场趋势预测	067
3.3.3 消费需求分析	069
3.3.4 竞争对手扫描	071
3.4 归纳分析结论.....	073
3.4.1 识别潜在的商业机会	074
3.4.2 提供可行的创业方向	075
3.5 提出策略建议.....	076
3.5.1 提供营销策略	076
3.5.2 制作报告 PPT	078
3.6 本章小结.....	078
 / 第 4 章 / AI+ 用户洞察：走进消费者的心	081
4.1 ChatGPT 如何助力用户洞察	082
4.2 线下用户调研.....	083
4.2.1 建立任务框架	083
4.2.2 问卷调查	084
4.2.3 用户访谈	086
4.3 线上数据抓取.....	088
4.3.1 建立任务框架	089
4.3.2 数据收集与分析	090

4.4 洞察成果提炼·····	094
4.4.1 用户画像建立 ·····	094
4.4.2 市场机会发现 ·····	096
4.5 应用策略建议·····	097
4.6 本章小结·····	098
/ 第 5 章 / AI+ 品牌规划：塑造价值的魅力 ·····	101
5.1 ChatGPT 如何助力品牌规划 ·····	102
5.2 品牌价值定位·····	103
5.2.1 询问操作方法步骤 ·····	104
5.2.2 定义用户核心价值 ·····	105
5.2.3 强化独特竞争优势 ·····	106
5.2.4 品牌价值定位文案 ·····	109
5.3 品牌形象设计·····	111
5.3.1 第一步：让 ChatGPT 提供创意设计思路 ·····	111
5.3.2 第二步：撰写使用 DALL · E 3 设计 Logo 的提示词 ·····	113
5.3.3 第三步：调用 DALL · E 3 生成 Logo 设计图 ·····	114
5.4 品牌故事创意·····	115
5.4.1 咨询品牌故事方法模型 ·····	115
5.4.2 选择模型撰写内容 ·····	117
5.4.3 反馈意见持续优化 ·····	118
5.5 本章小结·····	119
/ 第 6 章 / AI+ 产品开发：打开创新百宝箱 ·····	121
6.1 ChatGPT 如何助力产品开发 ·····	122

6.2 产品概念创意	124
6.2.1 第一步：创新方向探索	124
6.2.2 第二步：产品概念创意	127
6.3 功能外观设计	130
6.3.1 第一步：功能结构设计	130
6.3.2 第二步：外观视觉设计	132
6.3.3 第三步：生成设计效果图	137
6.4 用户测试模拟	138
6.4.1 使用场景模拟	138
6.4.2 营销策略建议	140
6.5 本章小结	141
/第7章/ AI+ 内容传播：引爆用户流量池	143
7.1 ChatGPT 如何助力内容传播	144
7.2 广告内容创作	145
7.2.1 第一步：策略分析	147
7.2.2 第二步：创意构思	149
7.2.3 第三步：文案撰写	152
7.2.4 第四步：视觉设计	153
7.3 社交媒体内容创作	157
7.3.1 第一步：账号定位	159
7.3.2 第二步：选题策划	166
7.3.3 第三步：内容撰写	170
7.4 SEO 搜索引擎优化	179
7.4.1 关键词分析	181

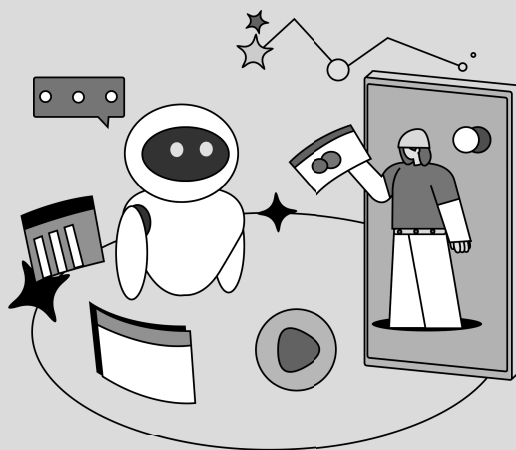
7.4.2 内容优化	183
7.4.3 技术优化	185
7.4.4 外链建设	187
7.4.5 数据分析	188
7.5 本章小结	189
/ 第 8 章 / AI+ 活动推广：品效合一的转化引擎	191
8.1 ChatGPT 如何助力活动推广	192
8.2 活动主题创意	194
8.2.1 生成主题创意	194
8.2.2 优化内容细节	195
8.3 活动执行方案	197
8.3.1 生成执行方案	197
8.3.2 细化执行方案	199
8.4 活动宣传内容	200
8.4.1 生成宣传方案	200
8.4.2 设计活动海报	201
8.4.3 生成视频脚本	203
8.4.4 生成社交媒体内容	205
8.5 活动后续跟进	206
8.5.1 生成跟进方案	206
8.5.2 撰写感谢信	207
8.5.3 撰写调查问卷	208
8.6 本章小结	209

/第9章/ AI+ 直播电商：即刻成交的销售神器	211
9.1 ChatGPT 如何助力直播电商	212
9.2 直播话术脚本	213
9.2.1 第一步：探讨直播电商成功的关键点	214
9.2.2 第二步：制定直播话术脚本模型	216
9.2.3 第三步：撰写其他产品直播脚本	220
9.3 直播场景设计	224
9.3.1 第一步：主题文字撰写	225
9.3.2 第二步：整体环境建议	227
9.3.3 第三步：背景视频创意	229
9.3.4 第四步：前景图片设计	230
9.4 直播数字人应用	231
9.4.1 数字人直播的主要优势	232
9.4.2 数字人直播的适用行业	232
9.4.3 数字人主播的制作和使用	233
9.4.4 ChatGPT 如何支持	234
9.4.5 数字人直播应用策略	234
9.5 本章小结	235
/第10章/ AI+ 客户服务：服务驱动的持续增长	237
10.1 ChatGPT 如何助力客户服务	238
10.2 实现模式规划	240
10.2.1 两种实现模式比较	240
10.2.2 具体技术细节追问	242

10.3 具体功能实现	243
10.3.1 商品咨询.....	243
10.3.2 订单查询.....	246
10.3.3 问题解决.....	249
10.3.4 投诉处理.....	253
10.3.5 复购推荐.....	256
10.4 应用部署建议	259
10.5 本章小结	264
/第 11 章/ AI+ 营销的趋势、挑战与应对	267
11.1 AI+ 营销的发展趋势	268
11.2 未来的挑战与机会	271
11.3 我们该如何应对	272
11.3.1 个人的能力升级.....	272
11.3.2 企业的变革转型.....	273
11.3.3 潜在风险与防范策略.....	274
11.4 本章小结	275
/后记/	276

第 1 章

揭秘 ChatGPT： 最强大脑如何赋能营销



ChatGPT 的诞生在全球范围内引起了极大的关注。它不仅掀起了新一轮的 AIGC (Artificial Intelligence Generated Content) 热潮, 更有人盛赞它是人类第四次工业革命的开启者。那么, ChatGPT 究竟拥有怎样的魔法, 让它在如此短暂的时间产生了如此巨大的影响呢? 这个被许多人誉为“最强大脑”的 ChatGPT 又将如何赋能现代营销呢?

要揭示这个谜团, 我们需要深入理解它在技术上的突破性和革命性。通过解析 ChatGPT 的工作原理和训练过程, 揭示它如何从海量的数据中学习和理解人类的语言, 如何生成极其自然的文本, 以及它的强大智能是如何涌现的。在此基础上探讨 ChatGPT 对于营销带来的巨大赋能, 并清楚地认识到它的能力边界, 从而更好地利用 ChatGPT, 释放 AI (Artificial Intelligence) 生产力, 打开营销想象力。

1.1 最强大脑：生成式 AI 与 AIGC 浪潮

ChatGPT 横空出世引爆全球 AIGC 浪潮。为何它能成为 AI 超级明星? 作为生成式 AI 的代表, 如何引领 AIGC 浪潮, 成为 AGI (Artificial General Intelligence) 革命的先驱? 接下来的内容将为你揭开这些疑问的答案。

1.1.1 生成式 AI 的革命性突破

在 2022 年的 11 月 30 日, OpenAI 发布了一款名为 ChatGPT 的人工智能聊天机器人, 短短 2 个月就吸引了 1 亿名用户, 成为史上用户数增长最快的消费应用程序。在此之前, TikTok 花了 9 个月的时间月活跃用户数才破亿, 而 Instagram 则花费了两年半的时间。

ChatGPT 能为我们做什么呢? 简单来说, 它能够理解和生成人类语言, 进行自然语言交流, 帮助我们解答问题, 提供信息, 甚至进行创作。它能翻译, 能解题, 能撰写文案, 能编写代码, 能写工作周报, 能写视频脚本, 还能辅助进行数据分析和教育辅导……它能做的事情实在是太多了, 而且在很多方面, 它的表现甚至超过了许多人。马斯克说它“好得吓人”, 库克赞它“不可思议”, 黄仁勋夸它“堪比智能手机问世”, 比尔·盖茨更是形容它的出现“不亚于互联网的诞生”。正是 ChatGPT 的出现, 让普通人第一次如此近距离地触摸这个在过去遥不可及的概念——人工智能!

人工智能 (Artificial Intelligence)，英文缩写为 AI。它是一种由人创造出来的技术，它的目标是让机器能够模拟人类的智能，进行感知、学习、推理、理解语言、解决问题等复杂的任务。按照功能的不同，AI 可以分为分析式 AI 和生成式 AI 两种。分析式 AI 主要分析数据，提取有用信息，广泛应用于推荐系统和计算机视觉等领域，如电商和智能驾驶。生成式 AI 则基于训练数据创造新内容，如文本、图像、视频、音乐、3D 互动内容等。生成式 AI 的诞生标志着 AI 从数据分析到内容创造的进化。

ChatGPT 是典型的生成 AI，但同时它也具备了分析式 AI 的基本功能。例如，当你问 ChatGPT 一个问题时，它需要理解你的问题，然后生成一个合适的答案。这就涉及分析（理解问题）和生成（生成答案）两个过程。所以，我们可以说 ChatGPT 是一种具备分析和生成两大功能的生成式 AI。也正因如此，它才能以强大的内容生成能力和接近人类水平的“聪明”程度震撼全世界。

1.1.2 AIGC 浪潮的引领者

AIGC (Artificial Intelligence Generated Content) 即人工智能生成内容，它是指通过人工智能自动或半自动地生成各种类型的内容，包括文本、图像、语音、音乐、视频、3D 等。AIGC 作为一个新兴概念于 2021 年 7 月首次出现在中国的互联网上，它是在 PGC (Professional Generated Content, 专业生成内容)、UGC (User Generated Content, 用户生成内容) 两种内容创作模式的基础上衍生而来。但是在当时它并没有引起大众的广泛关注，因为处于萌芽阶段的 AIGC 尚未诞生一款足够惊艳的应用，一切都只是概念。然而仅仅一年后，随着 ChatGPT 的震撼问世，带动了一大拨 AIGC 应用爆炸式涌现，掀起了一股势不可当的 AIGC 浪潮。

ChatGPT 被称为 AIGC 的里程碑式应用，作为一种大型语言模型，它属于 AIGC 中的文本生成类。ChatGPT 的自然语言处理能力是它在 AIGC 领域中的撒手锏。它可以帮我们撰写文章，编写代码，甚至创作小说和诗歌。它的文章不仅通顺流畅，而且富有深度和见解。它的代码不仅准确无误，而且结构清晰，易于理解。它写的小说和诗歌不仅有艺术感，而且富有情感和想象力。

ChatGPT 对 AIGC 的推动作用巨大的。一方面，它可以帮助内容生产者快速产出大量内容，提高内容生产的效率。另一个方面，它产出的内容质量很高，并富有创造性。这使得内容生产者可以有更多的时间和精力进行更高层次的创新，从而进一步推动内容生产效率和质量的全面提升。

根据著名咨询机构 Gartner 披露的“人工智能技术成熟度曲线”，目前生成式

AI 仍处于萌芽期，但其广阔的应用场景和巨大需求空间吸引着大量资本和技术的投入，预计将在 2 ~ 5 年实现规模化应用。至 2025 年，Gartner 预计生成式 AI 产生的数据将占有所有数据的 10%，而今天这个比例不到 1%。

百度创始人李彦宏指出：未来 AIGC 将走过三个发展阶段：助手阶段、协作阶段、原创阶段。在第一阶段，AIGC 将辅助人类进行内容生产。第二阶段，AIGC 以虚实并存的虚拟人形态出现，形成人机共生的局面；第三阶段则是原创阶段，AIGC 独立完成内容创作。

从短期来看，AIGC 有潜力通过技术的手段实现更高的效率，取代过时且效率低下的内容生产流程，催生了传媒、影视、娱乐、教育、电商等领域的创造性工作。而从长期来看，AIGC 将利用机器学习扩展人类的知识边界，利用大算力和大数据开创全新的智力内容创造模式，进一步赋能金融、医疗、工业、农业、高新技术等更多领域。

AIGC+ 传媒：AI 采访助手、AI 写稿机器人、AI 语音播报、AI 生成视频字幕、AI 合成主播等。

AIGC+ 影视：AI 剧本创作、AI 创作角色和场景、AI 合成人脸和声音、AI 自动生成影视预告片等。

AIGC+ 娱乐：AI 换脸应用（如 FaceApp、ZAO）、AI 作曲（如初音未来虚拟歌姬）、AI 合成音视频动画等。

AIGC+ 教育：AI 合成虚拟教师、AI 根据课本制作历史人物形象、AI 将 2D 课本转换为 3D 效果等。

AIGC+ 电商：AI 生成商品 3D 模型、虚拟主播、虚拟货场等。

AIGC+ 金融：通过 AIGC 实现金融资讯、产品介绍视频的自动化生产，通过 AIGC 塑造虚拟数字人客服等。

AIGC+ 医疗：通过 AIGC 生成医疗报告、个性化的健康建议、模拟真实的医生进行在线诊疗等。

AIGC+ 工业：通过 AIGC 完成工程设计中重复的低层次任务，通过 AIGC 自动生成衍生设计，制订生产计划等。

.....

AIGC 的应用将深入千行百业各个领域，推动社会的生产方式的全面重构与系统升级。正因如此，ChatGPT 的出现甚至被视为“开启了第四次工业革命的大门”。对此，腾讯的创始人马化腾有一段感慨：“我们最开始以为 AI 是互联网十年不遇的

机会，但是越想越觉得，这是几百年不遇的、类似发明电的工业革命一样的机遇。”

回顾人类历史，第一次工业革命以蒸汽机的发明和应用为标志，实现了手工生产向机器生产的转变；第二次工业革命以电力的广泛应用和内燃机的发明为标志，实现了工业生产的规模化；第三次工业革命以信息技术的发展为标志，实现了从机械化、电气化向自动化、信息化的转变；而第四次工业革命则是以“ChatGPT”为代表 AIGC 的发展为标志，推动社会生产的全面智能化和自动化。

1.1.3 AGI 革命的破冰者

ChatGPT 这个横空出世的超级新星被人们寄予了厚望。有人说它不仅是 AIGC 潮流的引领者，更是推动人工智能达到 AGI（Artificial General Intelligence）的破冰者。

AGI 即通用人工智能，是指一种具有人类所有智能水平的机器，能够理解、学习、适应和应对任何智能任务。这种类型的 AI 可以在任何领域都表现出至少人类水平的能力。

与之相对的是 ANI（Artificial Narrow Intelligence）即专用人工智能。它是指在特定任务或领域内表现出超越人类的能力的 AI，比如棋类游戏、语音识别、图像识别等。然而，这种 AI 在面对未经训练的新任务时，通常无法表现出良好的性能。

人工智能研究的终极目标是 AGI，因为 AGI 代表了真正的智能，它能够理解、学习和创新，而不仅仅是在特定任务上表现出优秀的性能。实现 AGI 意味着我们创造了一个可以在任何领域都能表现出人类水平的智能的机器，这将对社会、经济、科技等各个领域产生深远的影响。

ChatGPT 的出现，不仅进一步推动了人工智能在语言处理领域的应用，同时也为我们揭示了人工智能朝通用人工智能（AGI）发展的巨大潜力。这意味着人工智能未来将不再仅仅局限于处理特定任务，而是能够理解和处理各种类型的任务，像人类一样具有灵活性、自适应性，甚至创新性。这将是人工智能从“机器”逐渐走向“智能”的关键一步。

正如奇虎 360 的创始人周鸿祎所说：“一个真正的人工智能时代开始了。GPT 之前是弱人工智能，ChatGPT-3.5 开创了通用人工智能时代，同时开启了强人工智能。未来或将发展到超级人工智能。不能把 GPT 只看作玩具、聊天工具、搜索引擎，它背后的超级大脑，代表了超级人工智能时代的来临。大模型的威力才刚刚开始。新工业革命到来，任何行业都值得被人工智能重塑。”

1.2 如何工作：ChatGPT 的技术原理

为了揭开 ChatGPT 的技术原理，我们需要理解：NLP（Natural Language Processing）为何如此重要？GPT（Generative Pre-training Transformer）三个字分别代表了什么技术？通过逐一解析这三个关键概念：生成式模型、预训练和 Transformer 架构，探讨它们在语言理解和生成中的作用。

1.2.1 NLP：人工智能皇冠上的明珠

在人工智能领域中，NLP 即自然语言处理，它的目标是让计算机能够理解和生成人类的语言。NLP 的使命是让机器能够读懂我们的语言，理解我们的意图，甚至能够像人一样与我们进行对话。这无疑是一项充满挑战的任务。

自然语言理解被誉为“人工智能皇冠上的明珠”，这是因为语言是人类智能的重要载体，是我们思考、沟通和学习的主要工具。如果一个人工智能系统能够理解和生成自然语言，那么它就能够理解人类的知识，与人类进行深度交流，甚至创造新的知识。这就是为什么自然语言理解的突破被视为通用人工智能（AGI）的关键。

ChatGPT 的诞生，标志着我们在自然语言理解的道路上迈出了重要的一步。它不仅能够理解和生成自然语言，还能够进行深度的对话，理解上下文，甚至能够创造出富有创意的文本。这些都是以前的人工智能系统无法做到的。

当 ChatGPT 掌握了人类语言的规律，也就意味着揭开了人类认知的秘密，如果说图像识别、语音识别等技术只是感知智能的突破，那么自然语言的理解，就是认知智能的飞跃。ChatGPT 的出现，让我们看到了通用人工智能的曙光。

1.2.2 GPT：魔法藏在名字里

要理解 GPT 的工作原理，我们可以从它的名字开始。GPT 是“Generative Pre-training Transformer”的缩写，这三个词分别代表了它的三个关键特性。

“Generative”（生成式）意味着 GPT 是一个生成模型，它可以生成新的文本。这是通过学习大量的文本数据，然后模拟这些数据的分布来实现的。在生成新的文本时，GPT 会根据已经生成的文本来预测下一个词，然后将这个词添加到已经生成的文本中，这个过程会一直重复，直到生成一个完整的文本。

“Pre-training”（预训练）是 GPT 的另一个关键特性。在预训练阶段，GPT 会在大量的无标签文本数据上进行训练，学习语言的统计规律。这个过程类似于我们在阅读大量的书籍和文章时学习语言的过程。预训练的的目的是让 GPT 学习到一个好的语言模型，这个模型可以用来生成流畅且富有创意的文本。

“Transformer”（转换器）是 GPT 的基础架构。Transformer 是一种深度学习模型，它是基于自注意力机制的。自注意力机制可以让模型在处理一个词时，考虑到句子中的所有其他词。这使得 Transformer 非常适合处理自然语言，因为在自然语言中，一个词的含义往往取决于它的上下文。

以上就是 GPT 的基本原理。在接下来的章节中，我们将更深入地探讨这些概念。

1.2.3 什么是 T：用数学的方式学会语言

Transformer 是由谷歌在 2017 年首次提出的一种深度学习模型，更具体地说，它是一种神经网络架构，它在自然语言处理领域有着广泛的应用。Transformer 的出现，彻底改变了人工智能的自然语言处理方式。

Transformer 是基于自注意力（Self-Attention）机制的。自注意力机制是一种能够处理序列数据的方法，它可以让模型在处理一个词时，考虑到句子中的所有其他词。这使得 Transformer 非常适合处理自然语言，因为在自然语言中，一个词的含义往往取决于它的上下文。

在自注意力机制中，每个词都会被转换成一个向量。向量是一种可以表示任何类型数据的数学工具，它可以被看作数据的指纹。在自然语言处理中，我们通常会将词转换成向量，这样就可以用数学的方式来处理词。这种将词转换成向量的方法被称为词嵌入（Word Embedding）。向量不仅可以表示词的意义，还可以表示词之间的关系，比如相似性和差异性。这是因为在向量空间中，相似的词会被映射到相近的位置，而不同的词会被映射到远离的位置。

自注意力机制和向量是理解自然语言的关键工具。它们让我们能够用数学的方式来处理自然语言，从而让机器能够理解和生成自然语言。

Transformer 不仅被用在 GPT 中，还被用在了许多其他的自然语言处理模型中，比如 BERT、XLNet、LaMDA、PaLM 等。这些模型都是基于 Transformer 的，但是它们在细节上有所不同。例如，BERT 使用了双向的 Transformer，可以同时考虑一个词的前文和后文；而 GPT 则使用了单向的 Transformer，只考虑一个词的前文。

Transformer 奠定了 GPT 强大智能的基础，正如英伟达的 CEO 黄仁勋所说：

“革命性的 Transformer 模型，使我们能够从大量跨越时空的数据中学习，找到模式和关系，在过去的几年里已经有数千篇关于大语言模型和生成式 AI 领域的论文，几乎每一个领域，每一个行业，都在探索关于生成式 AI 的想法，原因很简单，作为人类我们所做的最有价值的一件事，就是生成智能信息。”

1.2.4 什么是 P：读书亿卷，其义自见

GPT 的训练过程包括两个阶段：预训练和微调。这两个阶段的目标和作用是不同的，但它们共同构成了 GPT 的训练策略。

预训练阶段的目标是让模型学习语言的统计规律。在这个阶段，模型会在大量的无标签文本上进行训练。这些文本包含了丰富的语言知识，包括词汇、语法、语义等。通过预训练，模型可以学习到这些知识，从而能够理解和生成自然语言。预训练阶段的作用是让模型学习到一个好的语言模型，这个模型可以用来生成流畅且富有创意的文本。

微调阶段的目标是让模型适应特定的任务。在这个阶段，模型会在少量的标签数据上进行训练。这些数据是针对特定任务的，比如情感分析、文本分类等。通过微调，模型可以学习到如何将预训练阶段学习到的语言知识应用到特定任务上。微调阶段的作用是让模型能够完成特定的任务，比如回答问题、写文章等。

预训练和微调的结合，使得 GPT 既能够理解和生成自然语言，又能够完成特定的任务。这种训练策略是 GPT 成功的关键。

1. 外语模式与母语模式

在自然语言处理领域，有两种主要的机器学习方式，一种被比喻为“外语学习模式”，另一种被比喻为“母语学习模式”。

“外语学习模式”对应的是监督学习，这种方式需要大量的标注数据。在这种模式下，模型通过学习输入和输出之间的映射关系来学习语言，就像我们在学习外语时，需要通过大量的词汇和语法练习来掌握语言。

“母语学习模式”对应的是无监督学习，这种方式不需要标注数据。在这种模式下，模型通过学习大量的无标注文本来学习语言，就像我们在学习母语时，通过大量的听和说来掌握语言。

GPT 采用的是“母语学习模式”。在预训练阶段，GPT 会在大量的无标注文本上进行训练，学习语言的统计规律。这种方式的优点是，模型可以学习到丰富的语言知识，而不仅仅是标注数据中的知识。此外，这种方式还可以利用大量的可用的

无标注数据，大大减少对标注数据的依赖。

“母语学习模式”好在它能够让模型学习到更丰富、更深层次的语言知识。这种方式让模型能够理解和生成更自然、更流畅的文本，使得模型的表现更接近人类。

GPT 的预训练数据来源主要是互联网上的大量文本数据，包括书籍、网页、文章等。这些数据被用来训练模型，使其能够理解和生成人类语言。GPT-3 的训练数据主要来源于以下几个数据集：

- Common Crawl (filtered by quality): 180.4 亿个 tokens
- WebText2: 55.1 亿个 tokens
- Books1: 22.8 亿个 tokens
- Books2: 23.65 亿个 tokens
- Wikipedia: 10.2 亿个 tokens

这些数据覆盖不同版本的 GPT 训练数据的规模不同。以 GPT-3 为例，它的训练数据包含了数十万亿个词汇，这相当于数百亿个网页的内容。覆盖的知识领域非常广泛，包括科学、艺术、历史、文化、技术等几乎所有的知识领域。这些数据包含了丰富的语言知识，包括词汇、语法、语义等。

GPT 通过学习这些数据，能够理解和生成各种各样的文本，从而回答各种问题，提供各种信息。它就像一个知识宝库，无论你想知道什么，都有可能在这个宝库中找到不错的答案。

2. GPT 模型的版本迭代

GPT 模型经历了几个版本的持续迭代，各版本的关键信息如表 1-1 所示。

表 1-1 GPT 模型各版本关键信息一览表

模型名称	发布日期	参数数量	主要特性
GPT-1	2018 年 6 月	1.17 亿个	OpenAI 首次提出的 GPT 模型，能生成准确和连贯的文本
GPT-2	2019 年 2 月	15 亿个	生成更长、更连贯的文本，最初未公开发布以防止滥用
GPT-3	2020 年 6 月	1750 亿个	目前最大的语言模型，能在各种任务中生成高质量的文本
GPT-3.5 Turbo	2022 年底	未公布	性能强于 GPT-3，但成本更低，能理解和生成更长的文本
GPT-4	2023 年 3 月	1.8 万亿个	能力超越 GPT-3.5 Turbo，具有多模态能力，但推理时间长，运行成本高
GPT-4V	2023 年 9 月	1.8 万亿个	与 GPT-4 共享相同的技术基础，能够处理图像数据，提供视觉问题解答
GPT-4 Turbo	2023 年 11 月	未公布	性能提升，成本优化，支持高达 128K 的上下文长度，加强开发者工具和 API (Application Programming Interface, 应用程序编程接口)

(1) GPT-1: 发布于 2018 年 6 月, 它是 OpenAI 首次提出的 GPT 模型, 包含 1.17 亿个参数, 能够生成相当准确和连贯的文本。

(2) GPT-2: 发布于 2019 年 2 月, 它是 GPT-1 的直接后续版本, 包含 15 亿个参数, 能够生成更长、更连贯的文本。由于其生成能力强大, OpenAI 最初并未公开发布其完整模型, 以防止滥用。

(3) GPT-3: 发布于 2020 年 6 月, 它是目前最新的 GPT 版本, 包含 1750 亿个参数, 是迄今为止最大的语言模型。GPT-3 的语言生成能力非常强大, 能够在各种任务中生成高质量的文本。

(4) GPT-3.5 Turbo: 发布于 2022 年底, 它在性能上比 GPT-3 更强大, 但成本更低。它可以用于各种任务, 包括编写电子邮件或其他文本, 写作辅助、编程帮助、学习新主题、翻译语言、模拟角色扮演游戏的角色等。GPT-3.5 Turbo 的一个重要特性是它可以理解和生成更长的文本, 这使得它在处理复杂的对话任务时更为有效。

(5) GPT-4: 发布于 2023 年 3 月 14 日, 它的能力超越了 GPT-3.5 Turbo。GPT-4 的一个重要特性是它的多模态能力, 这意味着它可以处理和理解不同类型的数据, 包括文本、图像等。然而, GPT-4 也有一些挑战, 如推理时间长、运行成本高等。

(6) GPT-4V: 发布于 2023 年 9 月 24 日, 它是 GPT-4 的扩展版本。GPT-4V 的训练于 2022 年完成, 与 GPT-4 共享相同的技术基础。它具有视觉能力, 使得用户能够指导 GPT-4 分析由用户提供的图像输入。这一功能的加入, 将多模态处理推向了一个新的方向, 不仅仅处理文本数据, 还能处理图像数据, 提供视觉问题解答 (Visual Question Answering, VQA) 的能力。

(7) GPT-4 Turbo: 发布于 2023 年 11 月, 是最新的 GPT 模型, 它在原有 GPT-4 的基础上做了显著的性能提升和成本优化。该模型特别适合处理长篇内容, 具有更快的处理速度和最高 128K 的上下文长度, 能够更有效地管理复杂对话和深度数据分析。GPT-4 Turbo 的成本降低, 加之功能的增强, 如改进的函数调用和新的 JSON 模式, 使得开发者可以构建长时间互动的应用, 适用于客户服务、教育对话和内容创作等多种场景。此外, 新增的 Assistants API 简化了 AI 代理和应用的构建过程, 使 GPT-4 Turbo 成为商业和大规模应用的理想选择, 同时推动 AI 技术朝着更智能、更可访问、更经济化的方向发展。

1.2.5 什么是 G：单字接龙，三生万物

GPT 是一种生成式 AI，它拥有强大的语言文本生成功能，这与它独特的生成技术有关。生成式技术是一种在机器学习中广泛使用的方法，尤其在自然语言处理中。生成式模型的目标是学习数据的真实分布，然后能够生成与真实数据相伴的新数据。在自然语言处理中，生成式模型可以用来生成文本，如写文章、生成对话等。

GPT 采用了一种独特的自回归生成式模型。在自回归模型中，模型预测的是下一个词，而预测的基础是所有已经生成的词。换句话说，模型在生成每一个词时，都会考虑到前面已经生成的所有词。这就像是在玩一个单字接龙的游戏，每一个新的词都是基于前面所有的词来生成的。

GPT 使用了一种特殊的生成技术，叫作自回归模型。这个模型就像是在玩一个接龙游戏，每次都要在前面的词的基础上，生成一个新的词。比如，如果前面的词是“我爱”，那么模型可能会生成“你”这个词，形成“我爱你”这个句子，也有可能生成“中国”这个词，形成“我爱中国”这个句子。至于到底选择“你”还是“中国”，又跟上下文相关。要注意的是 GPT 在选择下一个词时并不是只会选择出现概率排名最高的一个词，而是会有一定的随机性（跟模型参数有关），所以每次生成的文本不会完全一样，而是有所变化。

所以，GPT 就像一个会接龙的作家，它可以根据前面的词，创作出新的词，从而生成一篇篇文本。这就是为什么 GPT 能够拥有强大的语言文本生成功能的原因。说到这里，你是不是想起了老子《道德经》里讲到的万物生成原理？所谓“道生一，一生二，二生三，三生万物”，当人工智能学会了生成语言，一个神奇的新宇宙就此诞生。

因为 GPT 的内容是生成而非搜索，所以它跟搜索引擎是不一样的。搜索引擎确实就像一个图书管理员，当你有问题时，它会在图书馆的大量信息中寻找并提供相关的资料或者书籍。搜索引擎会根据你的问题，找到最相关的网页或者信息，然后呈现给你。但是，搜索引擎并不理解这些信息的含义，它只是根据关键词和算法找到最相关的结果。而 ChatGPT 就像一个读完了图书馆里所有书的学者。它不仅知道哪里可以找到信息，更重要的是，它理解这些信息的含义。当你问一个问题时，ChatGPT 不是简单地从数据库中提取出一个答案，而是根据它对大量文本的理

解，生成一个新的、针对你问题的答案。这就像一个学者根据他的知识和理解，为你提供的一个深思熟虑的答案。搜索引擎和 ChatGPT 的主要区别在于，搜索引擎提供的是已经存在的信息，而 ChatGPT 生成的是基于其理解的新的文本。

虽然这种方法如此强大，但任何事物都有两面性，这种方法也存在一些限制。首先，因为模型只能考虑到前面的词，所以它很难处理需要考虑后文的情况。另外，因为模型是基于数据统计来总结规律，然后根据规律进行推理，所以当它面对自己的知识库中不存在的问题时，可能会生成一些符合“规律”但是并不符合“事实”的回答，也就是它可能会“一本正经胡说八道”，这就像是在创造一种“幻觉”。

在使用 GPT 时，我们需要注意这些限制，并根据具体的情况来调整我们的期望。例如，我们可以通过提供更详细的提示，来帮助模型生成更符合我们需求的内容。

1.2.6 强大的通用智能

通过对 GPT 技术原理的深入探讨。我们知道 GPT 的核心是基于“Transformer”架构，这种方法将单词的含义转化为词与词之间的关系。更具体地说，它通过向量计算，将语言规律转化为数学概率问题，使机器能理解和处理人类语言。

GPT 还采用了“预训练”方法，这种学习方式类似于人类学习母语的过程。它让模型通过大量文本数据自我学习和总结语言规律，而非先教授语法规则。这种方法让模型更好地理解语言的复杂性和多样性。

最后，GPT 构建了“生成式”模型。这种模型根据自我总结的语言规律，采用“自回归模型”算法进行接龙。在生成每个词的过程中，模型会考虑到前面的所有词，然后通过概率计算预测下一个词。这就像玩一个单字接龙的游戏，每个新词都基于前面所有的词生成。

通过 Transformer 架构、预训练方法和生成式模型，GPT 实现了对人类语言的深度理解和高效生成，展现出强大的语言处理能力。在此基础上它会进一步涌现出更强大的通用智能，为营销实战应用提供强大赋能。

1.3 赋能营销：ChatGPT 的实战应用

营销是商业发展的引擎，营销往往也是最先被新技术影响和赋能的领域。从报纸到电视，再到 PC 互联网、移动互联网，每一次技术的进步，都在推动营销技

术与方法的迭代，而现在，ChatGPT 这个深度模拟了人类思维的“最强大脑”，已经具备了让人惊叹的强大智能，必然在营销实战领域带来巨大的赋能效应。

1.3.1 七大能力：驱动营销变革

要理解 ChatGPT 对于营销的赋能，首先要从它的具体能力分析开始，这些能力对于我们的营销实战与创新究竟有什么价值？让我们——为你剖析。

1. 语言理解力

通过学习大量的文本数据，ChatGPT 理解了语言的规律，包括词汇、语法、句型等。这使得它可以理解各种各样的文本，无论是新闻报道、科学论文，还是诗歌、小说。ChatGPT 的语言理解力不仅让它能够理解人类说的话，还能进行语义分析和情感分析，就像是一个心理学家，洞察用户的内心和需求。通过分析用户的语言，ChatGPT 能够深入了解用户的情感状态和态度，帮助我们更好地把握用户的需求，从而进行有针对性的营销策略。

2. 知识学习力

ChatGPT 的训练数据包括了各个领域的知识，这使得它具备了广泛的知识学习力。无论是科学知识、历史知识，还是文化知识、日常知识，GPT 都能够学习并理解。这意味着它不仅已经掌握了基础的营销知识，还具备了案例学习和经验总结的能力。就像是一个营销导师，能够从过去的成功案例和经验中汲取智慧，为我们的营销工作提供宝贵的分析、总结和借鉴。这让我们能够更加高效地运用已有的知识和经验，提升营销策略的质量和效果。

3. 数据分析力

尽管 ChatGPT 以语言处理为主，但也具备一定的数据分析能力。就像是一个数据分析员，可以根据提供的数据或信息，进行简单的分析、总结和解释。例如，当给予它市场销售数据或用户行为数据时，GPT 能够生成相关的概括、趋势描述或预测。这使得它在处理商业报告、市场研究或其他数据驱动的内容中变得尤为有价值，如果加上数据分析相关的各种插件，ChatGPT 的数据分析还会进一步提升。

4. 逻辑推理力

虽然 ChatGPT 主要是通过统计的方式来学习和生成文本，但在一定程度上，它也能进行逻辑推理。例如，给它提供一些前提，它可以生成符合这些前提的结论。ChatGPT 的推理力不仅能够让它从已有的知识中归纳和推理，还具备了逻辑思考和策略推导的能力。就像是一位智囊团成员，ChatGPT 能够用逻辑思维和分析能

力，为我们在营销工作中提供深入的思考和规划。无论是制定营销策略、推导市场趋势，还是规划产品定位和品牌策略，ChatGPT 都能够成为我们的得力助手，帮助我们做出明智的决策。

5. 内容创造力

ChatGPT 不仅可以理解和学习知识，它还可以创作新的内容。无论是撰写文章、创作诗歌，还是生成对话，它都能够做到。这也意味着 ChatGPT 具备了强大的内容创造力。它可以像一个文案高手，用自然语言生成全新的内容。我们可以向它提供一个话题或问题，它就会创造出独特的内容，让我们的营销活动充满创意和吸引力。不管是写广告文案、设计社交媒体内容，还是制作营销视频，ChatGPT 都能给我们提供灵感和创意。

6. 人机交互力

GPT 不仅能够生成文本，还能够与用户进行实时的交互沟通。这种实时反馈机制使其成为一个强大的人机交互工具。基于语境理解和语义推导的能力，ChatGPT 能够与人类进行深度对话，不仅限于单轮的简单问答。这意味着，ChatGPT 可以理解和跟踪一段对话中的主题，理解前后文的关联，从而更准确地生成回答。除此之外，ChatGPT 支持多种语言，能够与来自不同国家和地区的用户进行交互，这使得它可以面向全球，在客户服务、销售、活动和咨询等多种场景中扮演重要角色。

7. 多模态扩展力

众所周知，除了 ChatGPT 之外，OpenAI 公司旗下还拥有众多 AI 应用产品，涉及图像、语音、代码、环境、游戏等众多领域，比如图像生成 DALL·E、图像识别 CLIP、语音识别 Whisper、代码工具 Codex、仿真环境工具 Gym，以及游戏类的 RoboSumo、AI Dungeon、Neurl MMO 等，这些 AI 应用产品可以基于 ChatGPT 进行深度融合，扩展 ChatGPT 的多模态内容，进一步丰富其在营销领域的应用可能性。

（1）图像理解与生成能力。

图像理解：ChatGPT 可以通过插件和工具与图像相关的数据进行交互，理解图像内容和属性，从而更好地理解用户的需求和反馈。

图像生成：通过与特定工具的集成，ChatGPT 能够生成符合用户需求的图像和视觉内容，为营销活动提供视觉支持。

（2）音频处理与生成能力。

ChatGPT 可以通过插件和工具处理和生成音频内容，从而在音频和语音方面为营销活动提供支持。

(3) 视频内容理解与生成能力。

通过与视频处理工具的集成，ChatGPT 不仅能理解视频内容，还能生成和编辑视频，为视频营销提供强大的支持。

2023 年 10 月 ChatGPT 已经上线了 DALL·E 3 的文本生成图像功能、图像识别功能以及语音对话功能（后者仅限于移动端 App 使用）。这些新增功能的扩展为营销场景的应用带来了更多可能性。而多模态 ChatGPT 版本背后的模型 GPT-4V，未来还将继续扩展文本识别（OCR）、人脸识别、验证码解决和地理定位等功能，有望在更多领域创造更大的应用价值。

2023 年 11 月，OpenAI 推出了更强大的 GPT-4 Turbo 模型，该模型支持更长的上下文窗口（高达 128K），并且降低了使用成本。这一新模型的功能调用改进和新的 JSON 模式，使得开发者可以构建能够维持长时间互动连续性的应用程序，非常适用于详细的客户服务、长篇教育对话或深入的内容创建。

此外，OpenAI 还推出了新的 Assistants API，允许开发者构建自己的“代理体验”。这些代理可以检索外部知识，开发者无须编码技能即可创建定制的 AI 代理，用于个人、专业或公共用途。

ChatGPT 的“插件”系统也将因此得到强化，吸引更多外部开发者。随着插件数量的增加，ChatGPT 有望发展成一个更完整的 AI 应用生态系统，类似于苹果的 App Store，为营销人员提供一个更集中、丰富且高效的 AI 工具平台。

1.3.2 八大场景：赋能营销实战

凭借强大的智能，ChatGPT 完全可以成为营销实战与创新的超级工具，能够在营销的各个环节中发挥作用。那么，我们应如何将其力量有效地融入营销实践中呢？我们需要深入挖掘营销的价值链和 workflows。如图 1-1 所示，营销的价值链主要包括价值的识别、创造、传递和交付。这四个环节具体对应的工作流程分别是调研、规划、传播和销售。在每一个环节中，ChatGPT 都可以发挥关键作用。

(1) 价值识别：在调研环节，ChatGPT 可以利用其强大的数据分析能力进行市场研究和用户洞察。

(2) 价值创造：在规划环节，ChatGPT 可以应用其逻辑推理能力进行品牌规划和产品开发。

(3) 价值传递：在传播环节，ChatGPT 的内容创造力可以助力内容传播和活动推广。

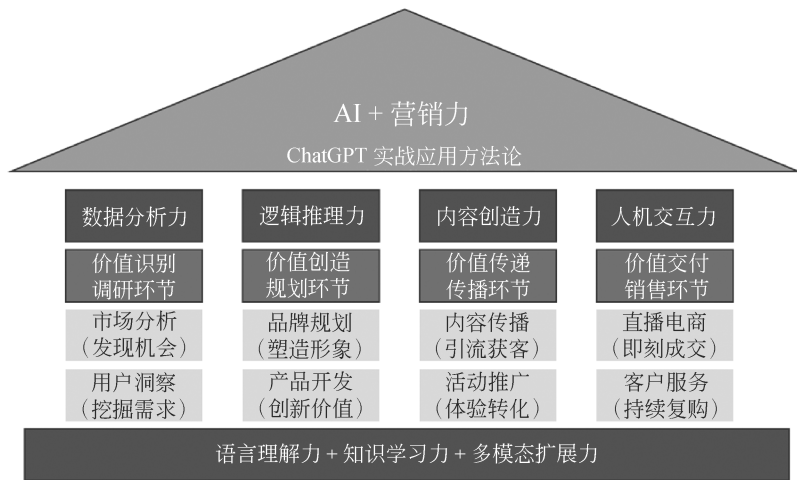


图 1-1 AI+ 营销力：ChatGPT 应用实战方法论

(4) 价值交付：在销售环节，ChatGPT 的人机交互力可以在直播电商和客户服务中发挥作用。

支撑 ChatGPT 在这些环节中发挥作用的正是其强大的语言理解力、知识学习力以及多模态扩展力，这些能力的融合将为营销的实战与创新提供前所未有的强大支持。从目前已经具备的能力来看，ChatGPT 在营销领域的具体应用至少包括以下八大场景：

1. 市场分析

市场分析是一切营销决策的基础，ChatGPT 可以助力企业高效进行市场分析和策略制定。相较于传统方法，ChatGPT 能快速建立科学的分析框架，自动化收集和整理数据，利用先进的 AI 技术进行数据分析，识别市场趋势，并自动总结关键结论，提出相关策略建议，这些信息将有助于我们发现市场机会迅速采取行动。

2. 用户洞察

用户洞察是了解消费者需求和行为的关键。ChatGPT 能够分析线上用户社交媒体内容和电商行为数据，甚至进行情感分析。通过与 ChatGPT 的互动，我们可以深入了解消费者的喜好、需求和反馈，从而更好地满足他们的期望。ChatGPT 可以帮助我们制定用户调研方案、设计调研问卷和访谈提纲，并通过数据统计分析、语言分析和情感分析等方法，挖掘用户内心的真实想法和深层需求。

3. 品牌规划

品牌规划是塑造独特价值与魅力的关键。助力企业精准定位品牌价值，创造

独特品牌形象和故事。相较传统方法，ChatGPT 能快速分析市场和消费者需求，提供品牌价值定位建议；协助设计师根据市场趋势生成品牌形象创意；并结合品牌定位和形象，快速生成吸引力强的品牌故事创意，为品牌塑造独特的价值与魅力。

4. 产品开发

在产品开发方面，ChatGPT 是创新者的得力工具。它可以帮助我们在产品概念创意、功能外观设计和用户原型测试阶段提供有力支持。通过与 ChatGPT 的互动，我们可以与它讨论产品功能和用户体验，以获得新的设计思路和改进建议。同时，ChatGPT 可以模拟消费者的反应，测试和评估我们的产品概念的可行性和市场接受度。这样，我们可以更快地验证和优化产品方案，提供满足消费者需求的创新产品。

5. 内容传播

内容传播是吸引目标受众的关键。ChatGPT 可以帮助我们打开创意脑洞，提供广告文案内容和社交媒体内容的创意。通过与 ChatGPT 的互动，我们可以获得新颖而有趣的创意想法，从而设计出引人注目的广告文案和社交媒体内容，吸引用户的关注和参与。此外，ChatGPT 还可以提供 SEO 搜索引擎优化建议，帮助我们提升内容质量，提升传播的影响力和效果。

6. 活动推广

活动推广是激发用户互动热情的重要手段。ChatGPT 可以帮助我们制定创新的活动想法，并撰写执行计划。通过与 ChatGPT 的互动，我们可以获得新颖而有趣的活动概念和策划思路，从而吸引用户的参与和互动。ChatGPT 可以提供活动效果评估和优化的指导，帮助我们不断改进活动方案，提升用户参与度和活动效果。

7. 直播电商

直播电商通过主播实时展示和推荐商品，为消费者创造了一个真实和互动的购物体验，同时也为品牌和商家开辟了一个高效的销售渠道。ChatGPT 的加入进一步赋能了这一模式，它可以协助撰写吸引人的直播脚本，提供建议优化直播背景，并支持虚拟数字人，从而帮助品牌和企业以更经济和专业的方式开展直播电商，提升直播的吸引力和转化率。

8. 客户服务

客户服务不只是企业与用户关系的桥梁，更是企业持续增长的关键。ChatGPT 可以辅助智能客服机器人提供 24/7 服务，在商品咨询、订单查询、问题解决、投诉处理和复购推荐等环节提供强大支持，通过与企业的商品数据库、订单系统和 FAQ 集成，这不仅降低成本，提高效率，还满足客户多样化需求，增强客户忠诚

度和满意度，从而提高复购率和客单价，推动企业持续增长的飞轮。

1.3.3 四大价值：释放商业效应

基于 ChatGPT 在营销实战中的多场景应用，它带来的价值也是多方面的。具体来看，ChatGPT 可以帮助企业在以下四个方面释放商业效应。

1. 降低成本，代替人工（省）

（1）人工成本节约：通过自动化的方式，ChatGPT 可以替代一些传统由人工完成的工作，如内容创作、客户服务等，从而大大节约人工成本。

（2）时间成本节约：ChatGPT 能够 24/7 不间断工作，处理大量任务而无须休息，这样可以缩短工作时间，提高工作效率，进一步节约时间成本。

（3）培训成本节约：一旦配置和训练好，ChatGPT 可以长时间稳定工作，无须频繁培训和指导，减少培训成本。

2. 提升效率，速度超快（快）

（1）快速响应：无论是客户咨询还是市场分析，ChatGPT 都能提供即时的反馈和结果，保证了业务的快速响应。

（2）高效执行：在执行营销策略和计划时，ChatGPT 可以快速准确地完成任务，提高执行效率。

（3）自动化流程：ChatGPT 可以自动化执行多个营销流程，从而进一步提高整体营销效率。

3. 保证质量，专业精准（好）

（1）精准分析：通过 AI 技术，ChatGPT 可以进行深入精准的市场和用户分析，为决策提供科学依据。

（2）专业建议：ChatGPT 可以提供专业的营销和品牌建议，帮助企业更好地定位和推广。

（3）质量保证：在内容创作和客户服务等方面，ChatGPT 可以保证提供高质量的服务和内容。

4. 创新体验，无限可能（多）

（1）创新营销：ChatGPT 可以生成创新的营销策略和内容，为企业打开新的营销可能。

（2）个性体验：通过深入理解用户，ChatGPT 可以提供个性化的用户体验和服务。

（3）无限扩展：随着技术的不断进步和更新，ChatGPT 的能力也在不断扩展

和增强，为企业带来无限的商业可能。

通过降低成本、提升效率、保证质量和创新体验，ChatGPT 为企业的营销活动带来了巨大的价值。这四大价值不仅帮助企业更有效地进行营销，还为企业的长期发展和竞争力提供了有力支持。通过合理利用和配置 ChatGPT，企业可以更好地适应市场变化，抓住商业机会，实现持续增长和成功。

1.3.4 能力边界：明智使用须知

ChatGPT 作为 AGI（人工通用智能）的雏形，在很多方面都展现出了强大的能力。但正如每位超级英雄都有自己的弱点，ChatGPT 也存在一些具体的限制。对于营销人员来说，了解这些限制并制定相应的策略是至关重要的。

1. 信息准确与事实验证

ChatGPT 在生成内容时可能会展现一定的创造性，给出令人惊喜或非传统的答案。然而，我们需要注意这种创造性的一面可能会导致一些不准确或不符合实际情况的答案，不少用户发现 ChatGPT 时不时会“一本正经地胡说八道”，比如自行篡改名著经典，或是在文章中引用根本不存在的文献资料，这也被称为大模型的“幻觉”。因此，在使用 ChatGPT 生成内容时，我们需要对其输出进行审查和评估，并进行关键事实的验证，以确保内容的准确性和可靠性。

2. 数据安全与隐私保护

尽管 ChatGPT 在处理用户查询时表现出高度的智能，但它仍然是一个机器学习模型，无法主动保证数据的安全和隐私。用户在与它互动时提供的任何信息，都有可能被存储和分析。因此，直接使用 ChatGPT 时，用户需要特别注意不要提供任何敏感或私人信息，以确保自己的数据安全。

3. 算法偏见与道德判断

由于 ChatGPT 的模型算法是从现有的互联网文本中学习的，它可能会无意中继承了某些文本中的偏见和歧视。这意味着在某些情境下，它可能会给出带有偏见或歧视的答案和建议。因此，我们有必要对 ChatGPT 的输出进行审查，确保其内容中没有任何偏见或歧视。同时在训练企业的私有模型时，可以设置明确的道德和伦理指导原则，确保其在涉及敏感话题时给出合适的答案。

4. 创新思维与复杂决策

尽管 ChatGPT 在语言理解和知识储备方面表现出色，但它仍然是一个基于数据的模型，缺乏真正的创新思维。当面对需要创新或复杂决策的问题时，ChatGPT 可能无

法提供最佳的解决方案。在这些情境下，人类的直觉、经验和创造力仍然是不可或缺的。在涉及创新策略或复杂决策的问题上，我们仍然需要依靠人类的经验、知识和判断。最好的方式是将 ChatGPT 作为工具，共同协作完成工作，而不是完全依赖它。

在这个人工智能迅猛发展、大模型层出不穷的时代，我们依然需要独到的洞察和认知，深入分析和解决问题能力，让人工智能作为我们的工具和伙伴，而不是主人，我们要和人工智能紧密协作，创造一个人机共融、共同进步的美好未来。

1.4 本章小结

在本章中，我们对 ChatGPT 的技术革新、能力及其在营销领域的潜在应用进行了全面的探讨。

我们首先解析了生成式人工智能的革命性突破，特别是 ChatGPT 如何在短时间内吸引巨大的用户群体并引发全球范围内的 AIGC 浪潮。ChatGPT 作为生成式人工智能的代表，其诞生标志着 AI 从数据分析到内容创造的进化，不仅仅在技术上取得了革命性的突破，还在短时间内对营销领域产生了深远的影响。

通过深入了解 ChatGPT 的工作原理，包括自然语言处理（NLP）、生成式预训练模型（GPT）以及 Transformer 架构，我们得以洞察它的强大智能涌现背后的基本原理。

在技术原理的基础上进一步阐释了 ChatGPT 如何赋能营销实战，从七大能力（语言理解力、知识学习力、数据分析力、逻辑推理力、内容创造力、人机交互力、多模态扩展力）出发，具体说明了 ChatGPT 在市场分析、用户洞察、品牌规划、产品开发、内容传播、活动推广、直播电商和客户服务等八大场景中的应用潜力。此外，也指出了 ChatGPT 的四大价值：降低成本、提升效率、保证质量和创新体验。

最后，我们也讨论了 ChatGPT 的能力边界和使用时应注意的问题，例如，确保信息的准确性、数据安全和隐私保护、避免算法偏见和歧视等。这些讨论不仅为我们提供了如何利用 ChatGPT 赋能现代营销的见解，也为营销人员在实际操作中提供了明智使用的须知。

综上所述，ChatGPT 不仅是技术的突破，也为营销带来了深远的影响。企业可以通过利用 ChatGPT 的能力，结合传统营销策略，实现创新和效率的双重提升。未来，我们可以期待 ChatGPT 和生成式 AI 技术将在营销领域中继续扮演重要的角色，推动企业创造更多的商业价值。在本章中，我们对 ChatGPT 的技术革新、能力及其在营销领域的潜在应用进行了全面的探讨。