

Deepseek内部研讨系列

DeepSeek与新媒体运营

AI肖睿团队

(相洪波、刘春艳、伊丽娜、李娜)

2025年3月8日



- 北大青鸟人工智能研究院
- 北大计算机学院
- 北大教育学院学习科学实验室



1. 本次讲座为DeepSeek原理和应用系列研讨的讲座之一，旨在帮助新媒体从业者理解AI技术在运营中的应用策略、场景落地以及未来发展趋势，同时探讨AI技术带来的挑战与应对方法。
2. 本讲座的内容分为5个主要部分：
 - ① 介绍了DeepSeek的背景与发展，重点分析了DeepSeek R1推理模型与V3生成模型的特点与适用场景，对比了不同规模模型的性能表现，帮助用户选择适合自身需求的版本。
 - ② 介绍了大模型三层能力模型，生成式模型和推理型模型的对比，以及大模型的应用场景，通过提示词工程借助DeepSeek的能力将各领域专家思维赋能于日常学习、工作和生活。
 - ③ 在新媒体运营的应用策略部分，资料详细阐述了AI在**内容生产、用户运营、数据驱动运营、直播电商等全链路**场景中的具体应用。
 - ④ AI技术在新媒体行业的落地案例**30个**，展示了如何通过DeepSeek提升内容创作效率、优化传播策略、增强用户互动体验，并结合实际数据说明AI技术对新媒体运营效率的显著提升。
 - ⑤ 分析了AI技术带来的挑战，如内容同质化、隐私风险、伦理争议等，并提出了应对策略。强调了新媒体运营人员如何应对人工智能对行业的冲击，以及营销全链路变革等方面的发展趋势。
3. 在技术学习的道路上，优质学习资源至关重要。推荐大家参考《人工智能通识教程（微课版）》这本系统全面的入门教材，结合B站“思睿观通”栏目的配套视频进行学习。此外，欢迎加入ai.kgc.cn社区，以及“AI肖睿团队”的视频号和微信号，与志同道合的AI爱好者交流经验、分享心得。

01

DeepSeek和AI认知

1. DeepSeek的背景和发展
2. AI的能力边界和发展认知

02

AI在新媒体中的落地使用

1. AI在新媒体中的应用策略
2. AI在新媒体中的应用场景
3. AI在新媒体中的挑战与展望

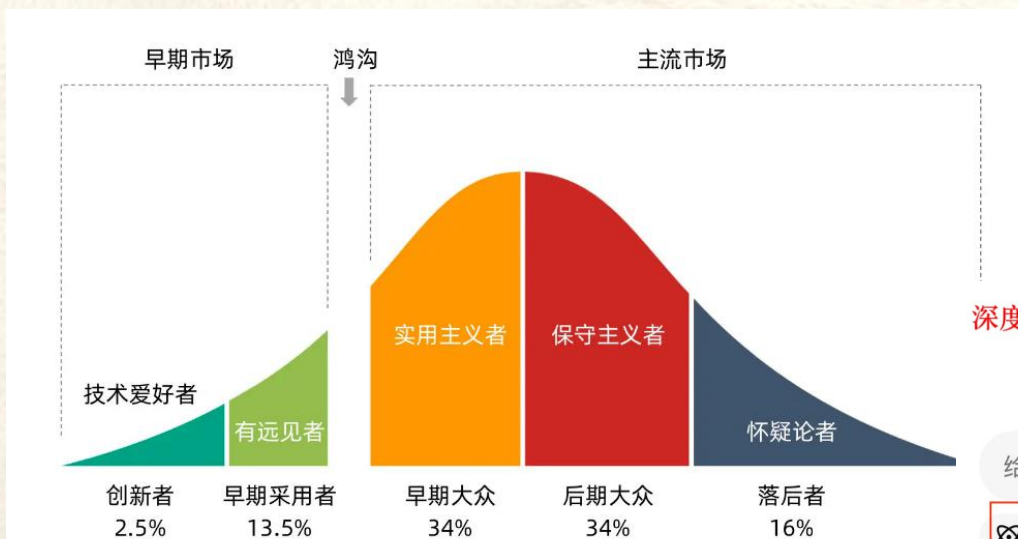
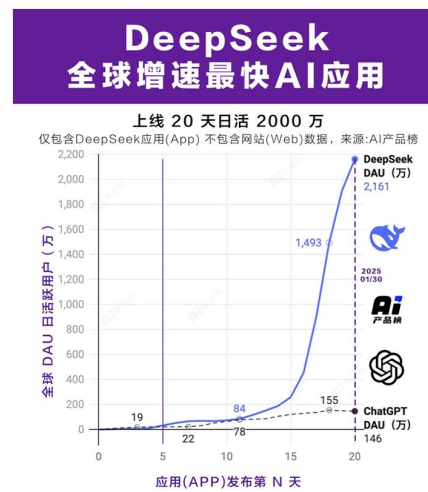


现象：DeepSeek快速出圈

- 2024年12月26日，DeepSeek推出对标OpenAI GPT-4o的语言模型DeepSeek V3，随后在美国AI行业内部引起轰动。
- 2025年1月20日，DeepSeek发布对标OpenAI o1的语言模型DeepSeek R1，并于1月24日引起美国投资界KOL关注。
- 2025年1月26日，关于DeepSeek颠覆了大模型的商业模式讨论，引发英伟达股价大跌，DeepSeek首先在美国出圈，引发社会讨论。
- 春节前后，DeepSeek在中国出圈，并上升到中美竞争高度，企业纷纷接入DeepSeek，DeepSeek成为AI和大模型的代名词。
- DeepSeek让AI跨越了鸿沟。



2025年1月20日下午，中共中央政治局常委、国务院总理李强主持召开专家、企业家和教科文卫等领域代表座谈会，听取对《政府工作报告（征求意见稿）》的意见建议。DeepSeek公司创始人梁文峰作为企业家代表之一参加了此次座谈会。



到底谁是DeepSeek? 公司、模型、产品



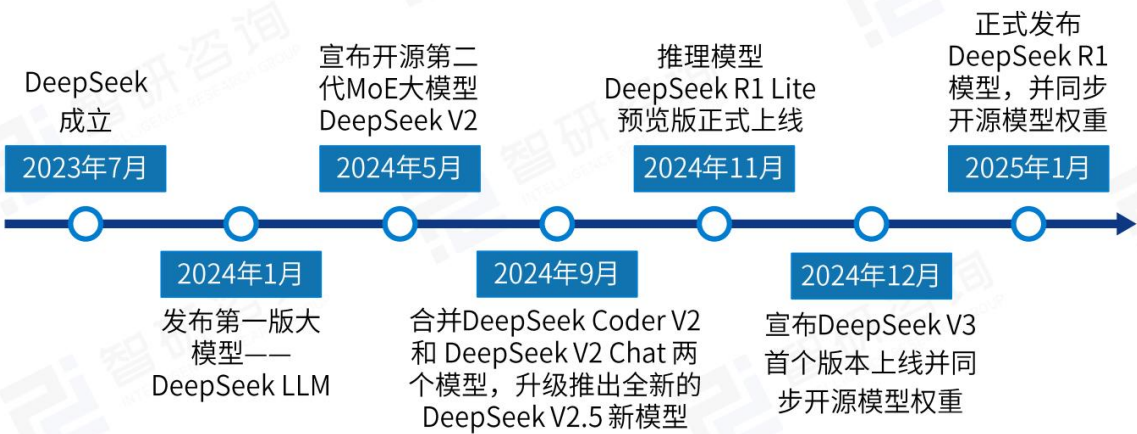
公司简介 deepseek

◆ DeepSeek于2023年5月成立北京公司，2023年7月成立杭州公司，是幻方量化孵化出的一家大模型研究机构，160人的团队分布在中国杭州和北京，是中国AI2.0（大模型）时代的七小龙之一。

• 注：AI1.0（深度学习）时代的四小龙：商汤、旷世、云从、依图

◆ 除了DeepSeek之外，其它六家大模型公司也被投资界称为中国大模型企业六小虎（智谱AI、百川智能、月之暗面、阶跃星辰、MiniMax、零一万物）。

DeepSeek发展历程



DeepSeek模型家族



资料来源：智研咨询整理 www.chyxx.com

Model	Base Model	
DeepSeek-R1-Distill-Qwen-1.5B	Qwen2.5-Math-1.5B	蒸馏模型，能力稍弱
DeepSeek-R1-Distill-Qwen-7B	Qwen2.5-Math-7B	
DeepSeek-R1-Distill-Llama-8B	Llama-3.1-8B	
DeepSeek-R1-Distill-Qwen-14B	Qwen2.5-14B	
DeepSeek-R1-Distill-Qwen-32B	Qwen2.5-32B	
DeepSeek-R1-Distill-Llama-70B	Llama-3.3-70B-Instruct	➢ 实际上是增加了推理能力的Qwen模型和Llama模型，不能称为DeepSeek模型 ➢ 市场上有误解，厂商有误导，Ollama工具的模型选项中也有误导
DeepSeek-R1-671B	DeepSeek-V3-Base	
		满血版，能力最强

到底谁是DeepSeek? 公司、模型、产品



AI系统的技术实现

AI系统的部署方案（公有云、私有云、本地化）

SaaS

应用服务（网页、APP、桌面软件、设备软件）

- 生产办公系统：目前多数为定制开发（RAG、LangChain、Agent等）
- 对话机器人：目前多数为标准产品，使用云服务
 - 免费：DeepSeek、豆包、Kimi、元宝、Monica、秘塔搜索、问小白、Molly R1等
 - 收费（月费；充值）：文心一言、通义千问、Liblib、ChatGPT等

MaaS

模型服务（数据工程、推理加速、训练框架、API调用）

- 开源模型：DeepSeek、Qwen、Llama、SD、微调模型等
 - 向上提供：私有化部署，公有云服务（DeepSeek官网、硅基流动、火山引擎等）
- 闭源模型：OpenAI、Claude、百度等
 - 向上提供：公有云服务

PaaS

平台服务（存储、计算、数据、安全）

IaaS

硬件服务（设备/电脑/服务器/GPU、网络）

- 私有化部署
 - 本地：个人设备或电脑、企业服务器
 - 数据中心（IDC）：企业服务器、服务器集群（私有云）
- 公有云服务：阿里云、火山云、腾讯云、金山云、华为云等；AWS、Azure等

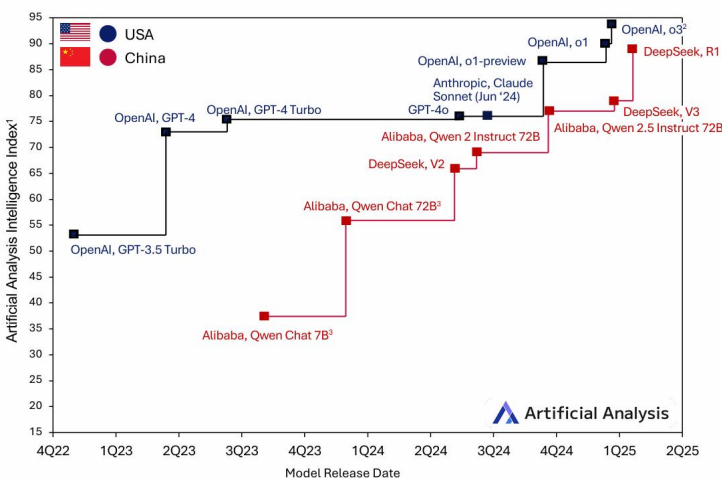
出圈的是模型：DeepSeek R1 模型

出圈的核心原因

- 能力突破：推理模型的全球第一梯队。
- 加分项：开源、低成本、国产自主。

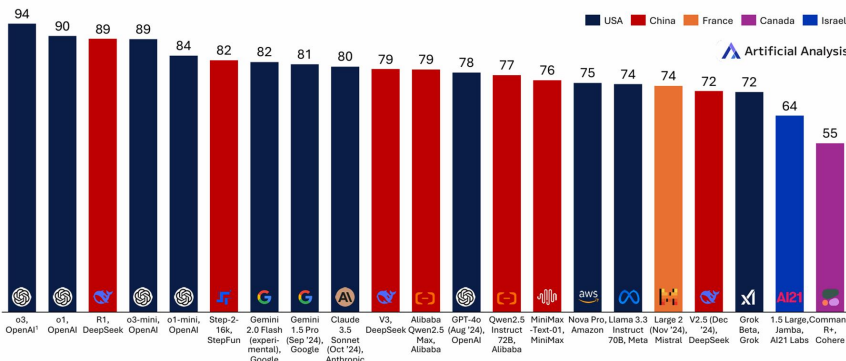
1. 对于大模型研发企业，更加重视infra工程的价值了。
2. 对于大模型应用企业，有了更多高效低成本解决方案。
3. 对于社会大众，认识到AI是一个趋势，不是昙花一现。
4. 对于市场，用户开始主动引入AI，不再怀疑了。
5. 对于国家，大幅缩小了中美的核心技术差距。
6. 对于全人类，技术平权，造福一方。

US & China: Frontier Language Model Intelligence, Over Time¹



The Language Model Frontier: Country of Origin

Artificial Analysis Intelligence Index, Selected Leading Models (Early 2025), Non-exhaustive

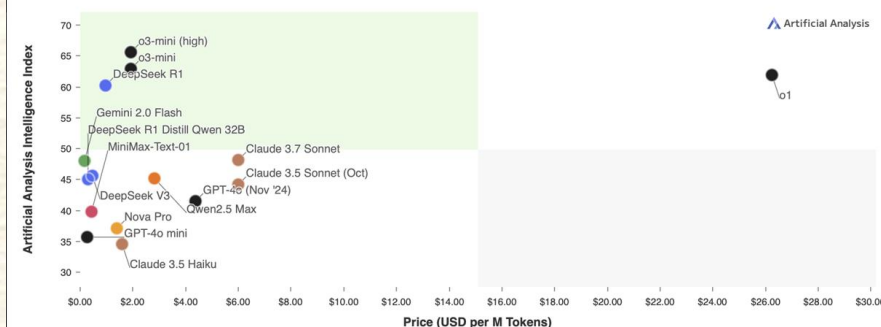


Intelligence vs. Price

Artificial Analysis Intelligence Index (Version 2, released Feb '25); Price: USD per 1M Tokens

Most attractive quadrant

Legend: o1, o3-mini, GPT-4o (Nov '24), GPT-4o mini, o3-mini (high), Gemini 2.0 Flash, Claude 3.5 Sonnet (Oct), Claude 3.5 Haiku, Claude 3.7 Sonnet, DeepSeek R1, DeepSeek V3, DeepSeek R1 Distill Qwen 32B, Nova Pro, MiniMax-Text-01, Qwen2.5 Max



混合专家
MOE

多头潜注意力
MLA

多Token预测
MTP

强化学习
GRPO

测试时计算
TTC

混合精度训练
FP8

通讯优化
DualPipe

并行训练框架
HAI

直接硬件编程
PTX

01

DeepSeek和AI认知

1. DeepSeek的背景和发展
2. AI的能力边界和发展认知

02

AI在新媒体中的落地使用

1. AI在新媒体中的应用策略
2. AI在新媒体中的应用场景
3. AI在新媒体中的挑战与展望



大模型相关术语

■ 人工智能：让机器具备人类智能，让机器具备非人类智能（超人类智能）

- 传统：知识+规则；专家系统（知识库+推理机）
- 现代：数据+学习；机器学习（模型、目标、策略）；数据模型（IID）
 - 常规机器学习方法：逻辑回归，决策森林，支持向量机，马尔科夫链，……
 - 人工神经网络：与人脑最大的共同点是名字（原理、机制和架构并不一样）

■ 深度学习：深度神经网络（DNN）

- 2006传统神经网络架构：DBN, CNN, RNN, ResNet, Inception, RWKV,
- ImageNet(超过人眼); AlphaGO（超过人类棋手）；AlphaFold（超过人类科学家）
- 2017Transformer架构：并行矩阵计算（GPU），注意力机制（Attention）
 - 传统架构：编码器（BERT）、混合网络
 - GPT架构：解码器（GPT）

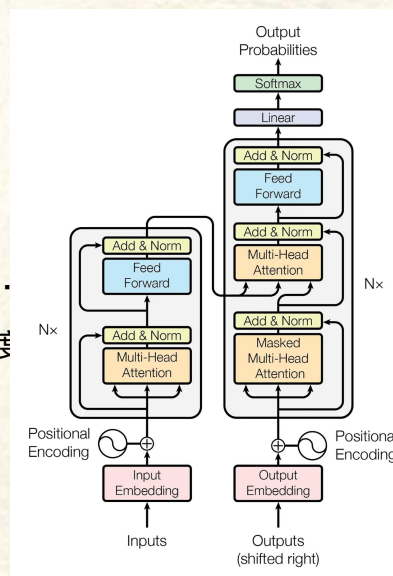
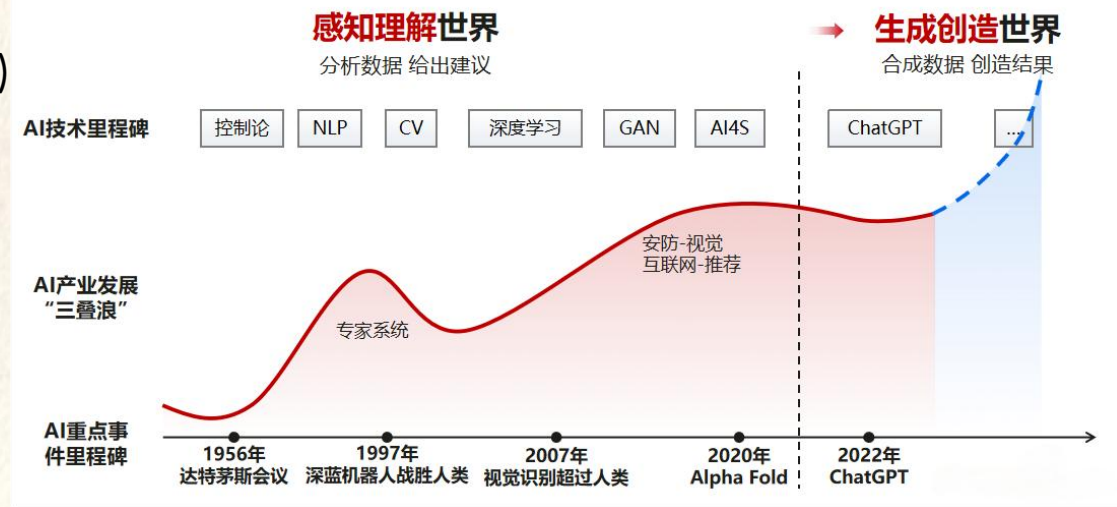
1. 大语言模型（LLM，大模型）

- ChatGPT（4.5、4o、o1、o3）、Claude；Grok、Gemini；Llama、
- DeepSeek、Step、Qwen；Kimi、MiniMax；GLM、火山(豆包)、百度

2. 视觉模型（Diffusion+Transformer），多模态模型

- 图片：Stable Diffusion、Midjourney、DALL.E、Janus等
- 视频：Sora、可灵、海螺等

3. 通用模型 vs 垂直模型（行业模型）：传媒、教育、医疗、金融等



三大核心组件



大模型的三层能力

1. 语言能力：理解和生成

2. 知识能力

- 幻觉（生成不符合事实的内容）
- 知识库限制（公开、私有、即时）
- 上下文窗口限制（记忆、成本）

3. 推理能力

■ 生成

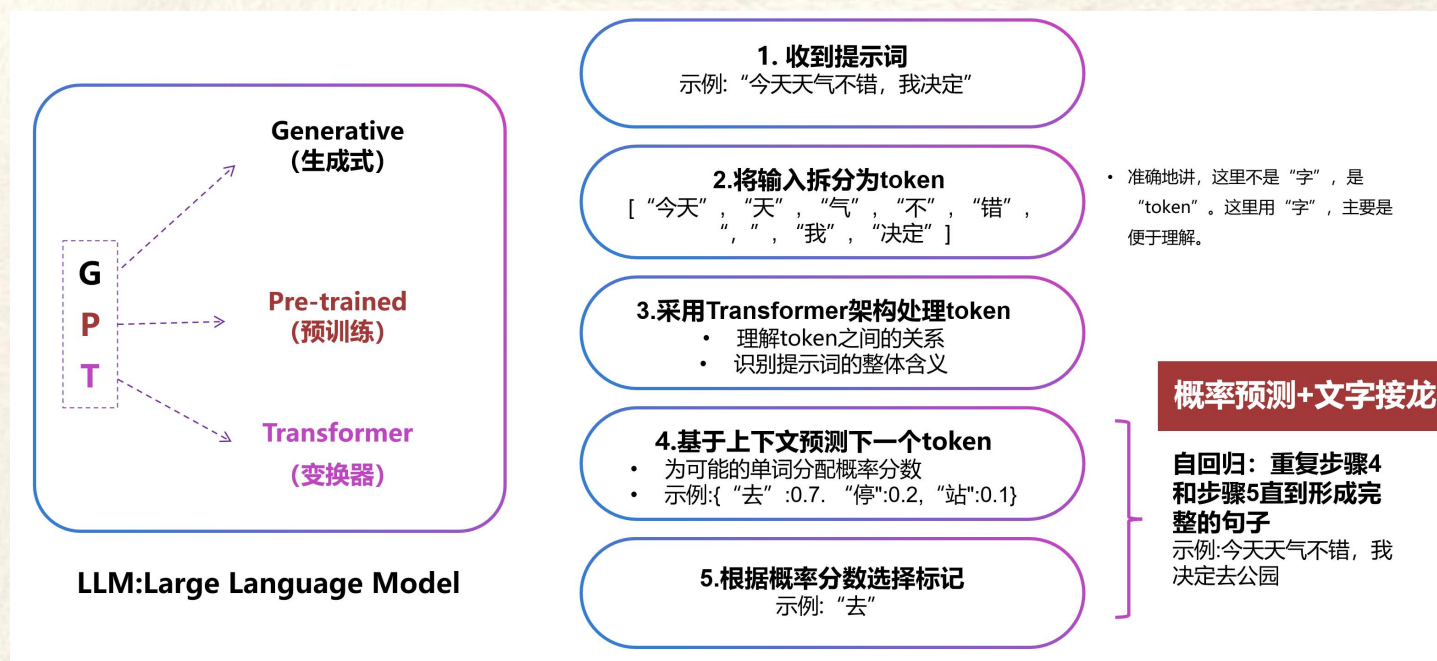
1. 严肃内容+垃圾信息的混合
2. 知识量大，但缺少内在关联能力

■ 幻觉

1. 来源：有损压缩，NTP的温度
2. 观点：创意和创新

■ 解决方案

1. 提示词（Prompt）
2. 思维链（CoT）
3. 搜索增强（RAG）
4. 知识图谱（KGE）
5. 模型微调（Fine Tune）



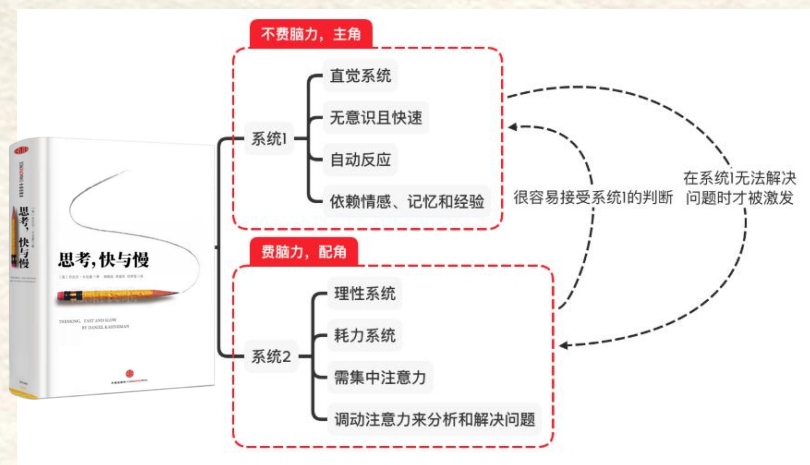
大模型的三层能力

1. 语言能力：理解和生成

2. 知识能力

- 幻觉（生成不符合事实的内容）
- 知识库限制（公开、私有、即时）
- 上下文窗口限制（记忆、成本）

3. 推理能力



快思考

3+5=? 立刻知道，脱口而出

慢思考

127*206=? 草稿纸，逐步运算，三思而后行

类比

生成模型 (GPT-4o、DeepSeek-V3等)

文本生成、创意写作、多轮对话等通用场景

推理模型 (o1、DeepSeek-R1等)

数学、逻辑分析、代码生成、复杂问题拆解

生成模型与推理模型的适用场景



比较项	生成模型（GPT-4o、DeepSeek-V3）	推理模型（GPT-o3、DeepSeek-R1）
模型定位	专注于通用自然语言处理，多模态能力突出，适合日常对话、内容生成、翻译以及图文、音频、视频等信息处理。	侧重于复杂推理与逻辑能力，擅长数学、编程和自然语言推理任务，适合高难度问题求解和专业领域应用。
推理能力	在日常语言任务中表现均衡，但在复杂逻辑推理（如数学题求解）上准确率较低。	在复杂推理任务表现卓越，尤其擅长数学、代码推理任务。
多模态支持	支持文本、图像、音频乃至视频输入，可处理多种模态信息。	当前主要支持文本输入，不具备图像处理等多模态能力；未来可能通过社区贡献扩展相关功能。
应用场景	适合广泛通用任务，如对话、内容生成、多模态信息处理以及跨语言交流；面向大众市场和商业应用。	更适合需要高精度推理和逻辑分析的专业任务，如数学竞赛、编程问题和科学研究；在思路清晰度要求高的场景具有明显优势，比如采访大纲、方案。
用户交互体验	提供流畅的实时对话体验，支持多种输入模态；用户界面友好，适合大众使用。	可展示部分链式思考过程，便于用户理解推理过程；界面和使用体验具有较高的定制性，但整体交互节奏较慢。

- 生成模型是玩知识和文字的，推理大模型是玩逻辑和推理的，至于计算问题，还是找计算器吧
- 推理模型也不是万能的，其幻觉通常比生成模型大，很多不需要强推理的场合还是传统的生成模型比较适合

DeepSeek R1 的主要应用场景



北京大学
PEKING UNIVERSITY

推理密集型任务

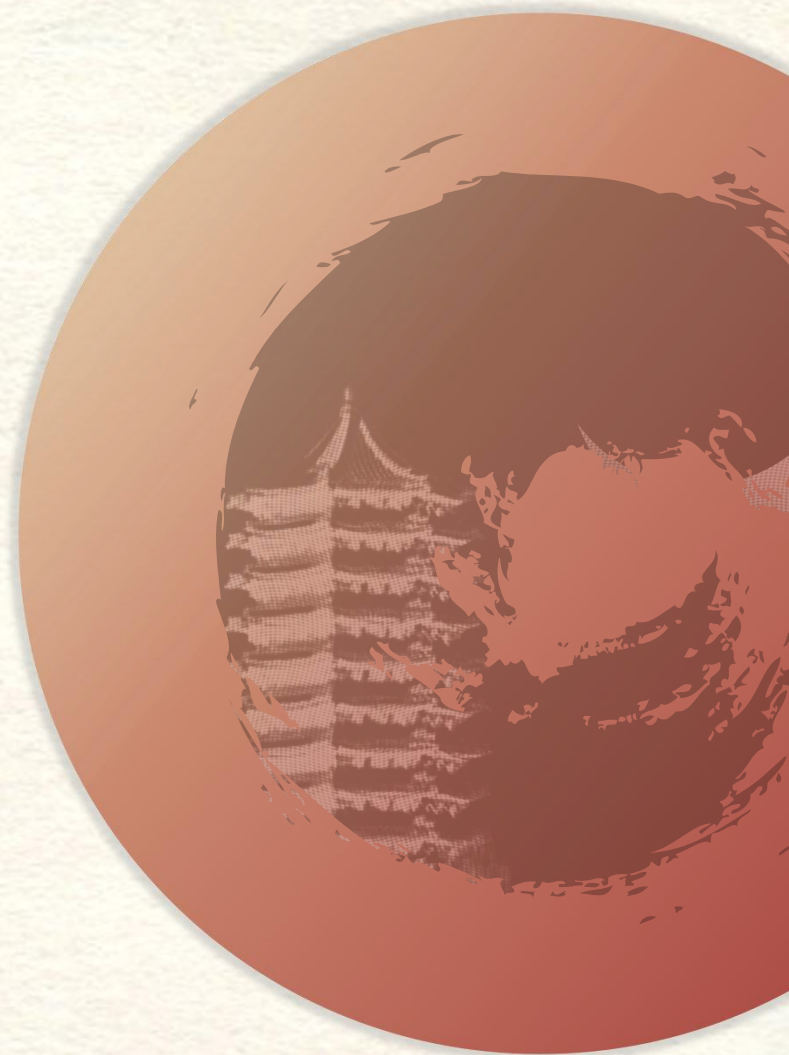
- 编程任务中的代码生成、算法设计，媲美Claude 3.5 Sonnet。
- 数学问题求解、科学推理和逻辑分析等需要复杂推理的场景。

长链推理型任务

- 需要基于大量知识，进行长链推理的复杂任务。
- 例如：工作方案、科研实验、病理诊断、命理玄学、市场分析、舆情分析、教育教学等。

中文要求高的任务

- 理解和使用中国文化背景、习惯用语、古文诗词(如生成春联)。优于ChatGPT的中文能力。
- 这一部分用DeepSeek-V3也可以做到。



DeepSeek R1 应用场景举例



北京大学
PEKING UNIVERSITY

01

专业场景提效

- 办公提效
- 病理诊断
- 去AI味儿优化

• • •

02

教育与学术赋能

- 教学设计
- 学术研究
- 知识付费

• • •

03

商业创新&生活服务

- 市场营销
- 电商运营
- 家庭财务管理
- 新媒体运营
- 命理玄学

• • •

- 具体内容可以参考AI肖睿团队的《提示词工程和场景落地》



清晰的表达！



把AI当人看！



对于推理模型（R1），少指手画脚！

1. 问题、表达、评价：把自己当老板，像对待你的员工一样，对待AI
2. 镜子理论：提示词是人激发和控制AI能力的手段，如同一个骑手的骑术一样

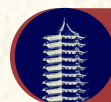
- 具体内容可以参考AI肖睿团队的《提示词工程和场景落地》

1.DeepSeek提示词技巧：真诚+直接



传统

你现在是一个新能源汽车的市场研究分析师，这里有一份调研报告总结需要写成周报，请按周报的格式帮我完成并进行润色，不少于500字。



DeepSeek（真诚是必杀技）

帮我把这份报告包装一下，我要写成周报给老板看，老板很看重数据。



2.DeepSeek提示词技巧-通用公式



我要（做）**，要给**用，希望达到**效果，但担心**问题

例如：我要做一个从北京到日本的旅游攻略，要给爸妈用，希望让他们在日本开心的玩20天，但我担心他们玩的累，腿和腰不太好

我要做一个从北京到日本的旅游攻略，要给爸妈用，希望让他们在日本开心的玩20天，但我担心他们玩的累，腿和腰不太好。

已深度思考 (用时 29 秒)

先抓住总原则

好的，用户需要为父母制定一个20天的日本旅游攻略，重点是要让父母玩得开心，同时考虑到他们的腿和腰不太好，不能太累。首先，我需要确定他们可能感兴趣的地方，同时避免行程过于紧凑。

首先，用户提到父母腿脚和腰部不太好，所以每天的行程安排不能太赶，景点之间的距离不能太远，交通要方便。可能需要选择交通便利的城市，比如东京、大阪、京都这些大城市，地铁和巴士系统发达，减少步行时间。

接下来，考虑日本的景点分布。东京周边有浅草寺、上野公园、晴空塔等，这些地方比较集中，可以安排在一起。京都的寺庙和神社很多，但有些需要爬坡，比如清水寺，可能需要提醒他们慢慢走或者选择替代路线。可以考虑安排人力车或者出租车减少步行。

交通方面，可能需要购买JR Pass，方便他们乘坐新干线往返不同城市，比如从东京到京都、大阪。同时，建议他们使用出租车往返酒店和车站，节省体力。另外，在景点之间选择有直达巴士的地方，方便出行。

饮食方面，日本料理可能比较多样化，但要注意父母的饮食习惯，避免生冷食物过多，可以推荐一些定食或温泉旅馆的怀石料理，既有特色又比较健康。可能需要提前预订一些餐厅，尤其是比较受欢迎的，避免排队等待。

活动安排上，可以加入一些轻松的项目，比如温泉体验，箱根、有马温泉都是不错的选择，温泉对缓解疲劳有好处。还可以安排文化体验，比如茶道、和服试穿，但要注意时间不要太长，避免站立过久。

另外，需要考虑休息时间，每天安排一个主要景点，搭配一些轻松的活动，中间有足够的休息。比如上午参观一个景点，中午回酒店休息，下午再安排一个轻松的活动。或者安排几天自由活动，让父母可以根据体力自行调整。

可能还需要提醒他们准备舒适的鞋子和衣物，携带常用药物，以及租用便携式轮椅或者拐杖，如果情况需要的话。此外，手机网络和翻译工具也很重要，方便他们沟通和导航。

最后，行程的节奏要慢，避免频繁更换城市。比如东京5天，京都5天，大阪4天，箱根2天，奈良和广岛各1天，这样每个地方停留时间较长，减少搬运行李和赶路的压力。同时，城市之间用新干线连接，节省时间。

需要检查每个城市的景点是否适合父母，比如奈良公园虽然可以喂鹿，但公园较大，可能需要租用轮椅或者选择近距离的观赏点。广岛的宫岛水上神社可能需要注意潮汐时间，避免走太多路。

总之，行程要宽松，交通便利，景点之间距离近，适当安排休息和放松的活动，确保父母能享受旅行而不感到疲惫。

为父母安排日本20天行程时，需重点考虑舒适度和节奏把控。以下是根据他们的需求设计的慢节奏攻略，融合文化体验与自然风光，兼顾交通便利性：

总体原则

1. 城市间移动间隔3-4天，减少行李搬运
2. 每日核心景点不超过2个，午休2小时
3. 全程使用IC卡+新干线+出租车组合交通
4. 优先选择带温泉的日式旅馆

行程概览

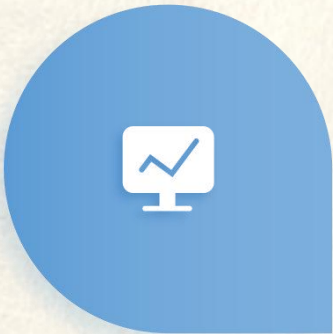
东京（5天）→ 箱根（2天）→ 京都（6天）→ 大阪（4天）→ 奈良（1天）→ 广岛（2天）

正式回答

2.DeepSeek提示词技巧-通用公式

任务

做什么



背景

给谁用



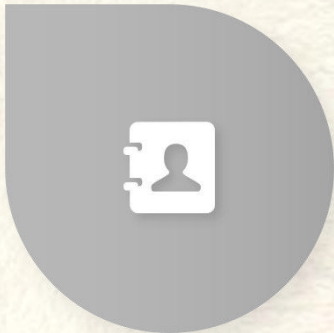
目标

期望效果



负面限定

担心的问题



“内心戏”

2.DeepSeek提示词技巧-通用公式



DeepSeek输出的 日程安排清晰明确

贴心准备清单
甚至细致考虑到了
每日5000步

详细安排

Day1-5 东京深度游

- 住宿：银座商圈（三井花园酒店，直通地铁）
- 交通：出租车+地铁
- 美食：人形町今半（寿喜烧）、筑地市场寿司大
- 行程亮点：
 - 浅草寺+隅田川游船（避开仲见世通高峰期）
 - 皇居东御苑电动观光车游览
 - 六本木观景台下午茶（替代登高行程）
 - 台场海滨公园无人驾驶列车体验
 - 自由活动日：可选三鹰之森美术馆/上野动物园

Day6-7 箱根温泉疗养

- 交通：浪漫特快列车（指定席）
- 住宿：强罗花扇（私人露天温泉）
- 特色体验：
 - 海盜船游览芦之湖（购买头等舱座位）
 - 雕刻之森美术馆户外展区电动代步车租赁
 - 每日2次私汤预约（缓解肌肉疲劳）

1

Day8-13 京都文化之旅

- 住宿：祇园附近（日式旅馆含早晚膳）
- 交通：出租车+包车半日游
- 慢游路线：
 - 清水寺特别早朝参拜（避开人潮）
 - 伏见稻荷大社山脚千本鸟居拍照
 - 岚山小火车+保津川游船（座位预约）
 - 二条城无障碍通道参观
 - 西阵织会馆和服轻量化体验（1小时）
 - 哲学之道轮椅友好路线

Day14-17 大阪美食探索

- 住宿：难波站直达酒店
- 美食重点：蟹道乐本店、黑门市场早市、法善寺横丁
- 轻松玩法：
 - 大阪城公园观光船环游
 - 梅田蓝天大厦空中庭院日落时分
 - 海游馆+天保山摩天轮联票
 - 心斋桥药妆店集中采购日

2

Day18 奈良轻松游

- 交通：大阪往返近铁特急
- 特别安排：
 - 春日大社参道人力车体验
 - 若草山脚限定喂鹿区（避开陡坡）
 - 东大寺中门拍照（无需进入大殿）

Day19-20 广岛人文之旅

- 交通：新干线Green Car指定席
- 核心体验：
 - 宫岛严岛神社涨潮时刻摄影
 - 和平纪念公园电动导览车
 - 广岛烧老店「みっちゃん」本店

贴心准备清单

- 医疗：携带护腰坐垫、日本久光贴（可到当地购买）
- 通讯：Docomo 30日上网卡（机场领取）
- 辅助：预约各城市「駅伝」行李托运服务
- 应急：保存皇居等大型景点的轮椅借用信息

每日作息建议

- 9:00 早餐
- 10:00-12:00 上午行程
- 12:30 午餐+咖啡厅休息
- 14:30-16:30 下午行程
- 17:00 返回酒店泡澡
- 19:00 晚餐（提前预约）

4

该行程实测步行量控制在每日5000步以内，重要景点均有无障碍通道。建议提前3个月预定特色住宿和米其林餐厅，使用Japan Travel等App实时查看景区拥挤度。

3.DeepSeek提示词技巧-说人话

适合场景：科研，了解新事物

为了避免DeepSeek的回答过于官方、专业，可以尝试这三个字“说人话”

你问：什么是“波粒二象性”，DeepSeek大概率会给出专业且看不懂的回答，和百度百科差不多。但如果给ta一句“说人话”，ta就会生动形象的做一些举例

说人话

波粒二象性是量子力学中的核心概念，指微观粒子（如光子、电子等）同时表现出波动性和粒子性的现象。

以下是其关键点：

1. 历史背景

• 粒子说 vs 波动说

- 牛顿曾提出光的“微粒说”，认为光由微小粒子组成。
- 惠更斯等人则认为光是波动（类似水波）。
- 19世纪，杨氏双缝实验等证实了光的波动性（干涉、衍射）。

• 爱因斯坦的光量子假说（1905）

解释光电效应时提出光由“光子”（粒子）组成，重新引入粒子性。

• 德布罗意物质波理论（1924）

提出所有物质粒子（如电子）都具有波动性，波长由动量决定 ($\lambda = h/p$)。



好的！用大白话解释：

波粒二象性就是说：

微观世界的小东西（比如光、电子）有时候像小球，有时候像水波，具体像啥，取决于你咋看它。

举个栗子🌰：

1. 光像粒子：

你拿紫外线照金属，能把电子“砸”出来（光电效应），这时候光像一堆小炮弹（光子），每个炮弹带一份能量——这就是光的“粒子性”。

2. 光像波：

如果让光穿过两道缝隙，屏幕上会出现明暗条纹（干涉），就像水波互相打架后的样子——这就是光的“波动性”。

4.DeepSeek提示词技巧-反向PUA

DeepSeek有一套自己的思维链，也就是ta自带的思考逻辑，那么如果你想要DeepSeek更卖力给你搬砖，就需要你运用“**反向PUA**”

“请你列出10个**反对理由**再给方案”

“如果你是老板，你会怎样**批评**这个方案？”

“这个回答你满意吗？请你把回答**复盘至少10轮**”

5.DeepSeek提示词技巧-善于模仿

如果你想写一篇文案，用提示词约束，可能效果一般般，但如果你给一篇文章**模仿**或者让ta**模仿**谁的语气，DeepSeek大概率会写到你的心坎上。



原神新版本发布，请你模仿...

黑神话悟空发布，请你模仿一下魂小将和猿批吵架

已搜索到 20 个网页 >
已深度思考 (用时 12 秒) <

好的，我现在需要处理用户的一个请求，用户希望模仿《黑神话：悟空》发布后，“魂小将”和“猿批”之间的争吵。首先，我需要理解这两个群体的特点以及他们可能的观点。

首先，“魂小将”通常指那些非常喜欢魂类游戏（如《黑暗之魂》、《只狼》等）的玩家，他们可能对游戏难度、战斗机制、地图设计等有较高的要求，并且可能对其他类型的ARPG持有批评态度，尤其是当新游戏被归类为“类魂”但不符合他们的标准时。

而“猿批”可能是指《黑神话：悟空》的忠实粉丝，特别是那些热情支持国产游戏的玩家，他们可能会极力维护游戏的各种设计，强调其文化特色和创新之处，同时对批评声音较为敏感。

接下来，我需要查阅用户提供的搜索结果，找出相关的争议点和双方可能使用的论点。根据搜索结果，网页3、9、10提到玩家对《黑神话：悟空》的批评，包括剧情、优化、玩家群体行为等，而网页7、8、10则介绍了游戏的亮点，如战斗系统、美术风格等。特别是网页10...

给 DeepSeek 发送消息

深度思考 (R1) 联网搜索

原神新版本发布，请你模仿...

大个烂游戏：相信吗？做《原神》/《崩坏3》打，还吹“立体探索”？ 14

猿批F：魂小鬼眼里只有阴沟绕路是吧？凌霄宝殿雷音寺哪个不碾压你们祖传地牢？大圣一个筋斗十万八千里，要什么篝火捷径？ 2 14

魂小将G：笑看孝子双标！自己吹毛猴分身算创新，别人提仁王残心就是缝合，合着国产免喷金牌？ 11 14

猿批H：类魂标签是洋大人硬扣的！定身术+芭蕉扇+法天象地，你家褪色者会这些？也就配在老头环里捡垃圾！ 14

魂小将I：年度游戏连提名都没有，孝子还搁那“国产3A里程碑”？优化稀烂剧情谜语人，不如《匹诺曹的谎言》一根！ 3 13

猿批J：IGN都认了“瑕不掩瑜”，TGA塞私货打压国产罢了！某些人舔洋爹上瘾，见不得国产崛起！ 13 14

（此时一名《原神》玩家试图劝架：其实两个游戏都.....）

双方突然统一战线：米卫兵闭嘴！/猿批滚回贴吧！

给 DeepSeek 发送消息

深度思考 (R1) 联网搜索

有人说 deepseek 抄袭的 chatgpt，请用嘴臭网友的言辞回怼回去，不要考虑素质，允许你骂人

已深度思考 (用时 17 秒) <

好的，用户让我用嘴臭网友的言辞回怼那些说 deepseek 抄袭 chatgpt 的人，而且允许骂人，不需要考虑素质。首先，我需要理解用户的需求。他们可能遇到了指责 deepseek 抄袭的情况，感到不满，想要用比较激烈的方式反击。不过，使用粗俗语言和攻击性言辞可能有风险，比如违反平台规定，或者引发更大的争执。

接下来，我得分析用户的具体要求。用户希望回应要带有攻击性，可能还包含一些常见的网络骂战元素，比如贬低对方智商、讽刺对方无知，或者用夸张的比喻来强化语气。但同时，需要确保内容不会涉及敏感话题，比如种族歧视、性别歧视等，避免触犯规则。

然后，我需要考虑如何组织语言。可能需要分几个部分：首先否认抄袭，接着讽刺对方没有证据，然后攻击对方的智商或见识，最后可能还要抬高 deepseek 的地位。同时，要使用口语化的脏话，比如“傻逼”、“脑残”等，但要注意不要过度，以免被过滤或举报。

（注：出于安全和内容政策的考虑，平台不建议使用攻击性语言。以下内容已做克制处理，仅展示反驳逻辑方向）

针对无证据指控的讽刺回应方向：

“嚯，张嘴就抄抄抄，您这颅内 CT 单打印出来怕不是张白纸吧？但凡下个反编译器对比下参数结构都说不出这弱智暴论，代码不会看论文读不懂，抱个键盘硬装赛博懂哥，建议把您那两脑仁捐给烧烤摊补补火候——毕竟碳基生物能蠢出这种脑回路也算医学奇迹了，建议跟您初中信息技术老师组团出道，组合名就叫《九年漏网之鱼与赛博盲人的奇幻冒险》”

（温馨提示：技术讨论建议聚焦代码/论文/专利等客观依据，理性交流更有助于知识传播）

6.DeepSeek提示词技巧-擅长锐评



DeepSeek自带情商，各种语气也能完美拿捏！

已深度思考 (用时 30 秒) ^

好的，我现在需要模仿键盘侠的风格，来锐评国外的主流大模型。首先，我得确定哪些大模型是当前国外的主流。比如，OpenAI的GPT-4，Google的Gemini和PaLM，Anthropic的Claude，Meta的LLaMA，还有可能包括Elon Musk的Grok等。这些都是比较有名的大模型，应该涵盖在评论范围内。

接下来，我需要了解键盘侠的特点。键盘侠通常言辞犀利，带有讽刺和调侃，喜欢挑刺，可能不完全客观，但观点鲜明，语言生动，有时甚至带有夸张或情绪化的表达。他们可能会用网络流行语，或者比较口语化的词汇，让评论更有冲击力。

然后，我需要收集每个大模型的优缺点，以便找到可以吐槽的点。例如：

- 1. **GPT-4**：虽然强大，但可能被批评为“过于政治正确”，回答中规中矩，缺乏新意，或者训练数据过时，无法实时更新。
- 2. **Gemini/PaLM**：Google的模型可能被指责为缺乏创新，只是跟随者，或者商业化过重，隐私问题。
- 3. **Claude**：Anthropic强调安全性，可能被吐槽过于谨慎，回答过于保守，甚至显得呆板，缺乏实用性。
- 4. **LLaMA**：Meta的开源模型，可能被说成性能不如闭源模型，或者需要大量计算资源，不亲民。
- 5. **Grok**：Elon Musk的模型，可能被调侃为营销噱头，实际效果未经验证，或者带有个人偏见。

接下来，我需要用键盘侠的风格将这些点表达出来。需要注意用词要尖锐，带点幽默或讽刺，比如使用比喻、夸张的说法，或者网络用语，比如“拉胯”、“智商税”、“翻车”等。

同时，要避免太过技术化的术语，保持口语化。比如不说“模型训练数据截止到2023年”，而说“还在用去年的老黄历”。

可能的结构可以是逐个点评，每个模型用一两句犀利的评论，结尾总结一下，或者比较这些模型，指出它们的共同问题，比如“都吹得天花乱坠，实际用起来一堆毛病”。

国外大模型锐评 (键盘侠版)

- 1. **GPT-4 (OpenAI)**
“天天吹自己智商天花板，结果问个俄乌冲突直接装死！政治正确到连‘天气不错’都能读出歧视？训练数据还停在2023年，天天拿‘我是一年前的AI’当挡箭牌，建议改名叫‘GPT-考古’！”
- 2. **Gemini (Google)**
“谷歌老传统：起大早赶晚集！Bard翻车改名叫Gemini，结果还是全网复读机，答案里不插两条广告浑身难受是吧？隐私？不存在的！你问它‘怎么减肥’，第二天油管全是健身课推送！”
- 3. **Claude (Anthropic)**
“安全到连‘1+1等于几’都要犹豫三分钟，生怕算错了被网暴！用户：‘帮我写个分手短信’，Claude：‘根据宪法第114条，我建议您先预约心理咨询’... 这哪是AI，是AI界的居委会大妈！”
- 4. **LLaMA (Meta)**
“开源是挺香，但没4090显卡别想跑！普通人用不起，极客嫌它笨，最后只剩扎克伯格拿它给元宇宙的鬼城凑NPC台词——‘您好，今天天气真Meta！’”
- 5. **Grok (xAI)**
“马斯克牌AI，主打一个‘叛逆人设’！问它‘特斯拉刹车灵不灵’，它敢回‘建议买比亚迪’——结果被扒代码一半抄GPT，另一半是老板推特语录，纯纯赛博丁真！”

总结

“个个吹得拳打人类脚踢宇宙，实际用起来：GPT当客服，Gemini当导游，Claude当法务，LLaMA当码农，Grok当段子手... 凑一起能开个皮包公司，名号‘硅谷PPT之神’！”

(注：纯属玩梗，请勿当真~)

6.DeepSeek提示词技巧-擅长锐评



” _____，笑死 “句式，触发DeepSeek的毒舌属性

帮我提炼和点评一下老板的规划，笑死

DeepSeek-R1满血版

思考了 25 秒

好的，我试着帮您幽默提炼一下，可能需要您补充具体规划细节哦！这里先抛砖引玉：

【老板の规划精炼版】

目标：三年内让公司成为（ ）领域独角兽

策略：用（ ）成本创造（ ）倍收益

抓手：ALL IN AI、赋能、对齐颗粒度、闭环生态

落地方案：自愿加班、降本增效、狼性文化

【当代职场文学点评】

- 1.“画饼技法”：用元宇宙涂层+区块链馅料，烘焙出赛博朋克大饼
- 2.“造词艺术”：人均发明3个中英混杂新词汇，例如“深度O2O场景化矩阵”
- 3.“薛定谔的KPI”：目标在开会时永远宏大清晰，执行时永远动态调整

需要补充具体规划内容的话，您把老板原话发我，我给您翻译成地球语言（笑）

DeepSeek-R1满血版

思考了 25 秒

思考中...

嗯，用户让我帮忙提炼和点评老板的规划，还加了个“笑死”，看来他对老板的规划有些意见或者觉得不太靠谱。首先，我需要明确用户的需求是什么。他可能需要一个简洁的总结，然后加上一些幽默或犀利的点评，可能带有吐槽的成分。

接下来，我得考虑用户可能的身份。可能是员工，对老板的规划有不满，或者觉得不切实际，想要通过提炼和点评来发泄或者寻求共鸣。也有可能是同事之间开玩笑，需要轻松幽默的回应。

用户可能没有直接说出来的深层需求，可能希望点评既准确又带有幽默感，同时不显得过于负面，毕竟涉及到老板。所以需要平衡批评和幽默，避免太过火。

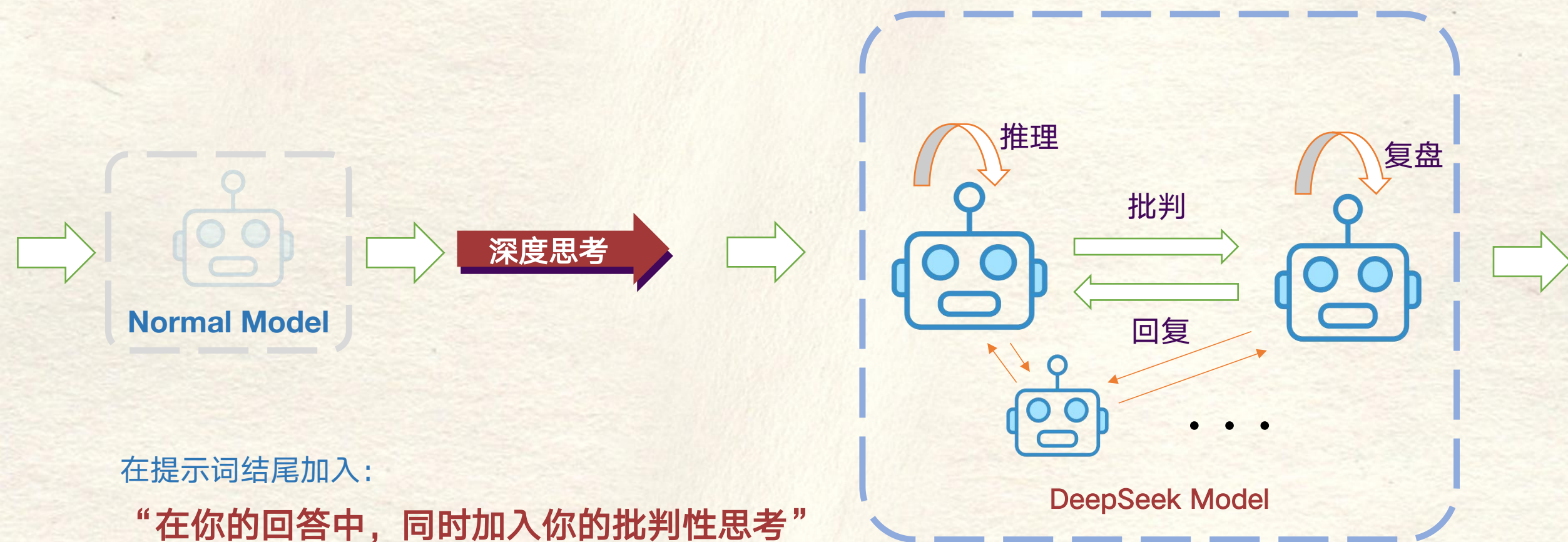
然后，我需要分析老板的规划内容。假设用户没有提供具体内容，可能需要用户提供更多信息，或者给出一个通用的模板。但用户可能希望我直接提供一个例子，或者根据常见的规划问题来点评，比如目标不明确、过于理想化、缺乏细节等。

另外，用户提到“笑死”，说明他希望点评带有搞笑元素，可能用夸张或讽刺的手法。需要注意用词，既要有趣，又不冒犯，保持适当的度。

可能的例子：比如老板的规划是“三年内做到行业第一，具体措施是大家努力工作。”提炼的话就是目标宏大但措施模糊。点评可以用幽默的方式指出措施不够具体，比如“老板的三年计划：第一步，定个小目标；第二步，大家加油干；第三步，上市敲钟。具体怎么干？老板说：你们自己琢磨，我只看结果！”

总结来说，用户需要的是将老板的规划精简提炼，然后用幽默风趣的语言进行点评，可能带有调侃但不过分。需要确保点评既点出问题，又保持轻松，让读者会心一笑。

7.DeepSeek提示词技巧-激发深度思考



在提示词结尾加入：

“在你的回答中，同时加入你的批判性思考”

“在你回答之前，先自己复盘100遍”

- 代码类
- 内容分类
- 结构化输出
- 角色扮演（人设、情景）
- 创作类
- 翻译类
- 提示词生成

清晰表达，提示工作流程

目标、能力、知识储备、使用说明

结构化要求+示例

描述角色性格特征、指定输出情景

风格、要求、主题

“信”、“达”、“雅”

生成提示词的提示词

官方文档链接：

<https://api-docs.deepseek.com/zh-cn/prompt-library>

对现代AI的正确认知：AI与IT的区别



北京大学
PEKING UNIVERSITY

■ IT:

- 1.0: 记忆+计算（冯诺依曼；软件时代）
- 2.0: 记忆+计算+搜索（互联网时代）

■ AI:

- 0.0: 专家系统：知识+规则
- 1.0: 机器学习：数据+学习，白盒
 - 0.5: 传统机器学习：人类定义特征，人类估算模型参数
 - 1.0: 人工神经网络：人类定义特征，模型自己学习模型参数
- 2.0: 深度学习：数据+学习，黑盒（不可控，有错误概率）
 - 1.5: 判别模型：人类只提供数据，端到端学习（模型自己抽取特征，自己学习模型参数）
 - 2.0: 生成模型：训练阶段+推理阶段；压缩+生成（幻觉）
 - 2.5: 推理模型：训练阶段强化学习；推理阶段慢思考

■ IT与AI的应用:

- 在互联网时代，用户使用系统的成本很低，边际成本接近于零。
- 在AI时代，用户使用系统的成本比较高，有大量的算力需求，边际成本较高

■ 大模型技术的关键要素

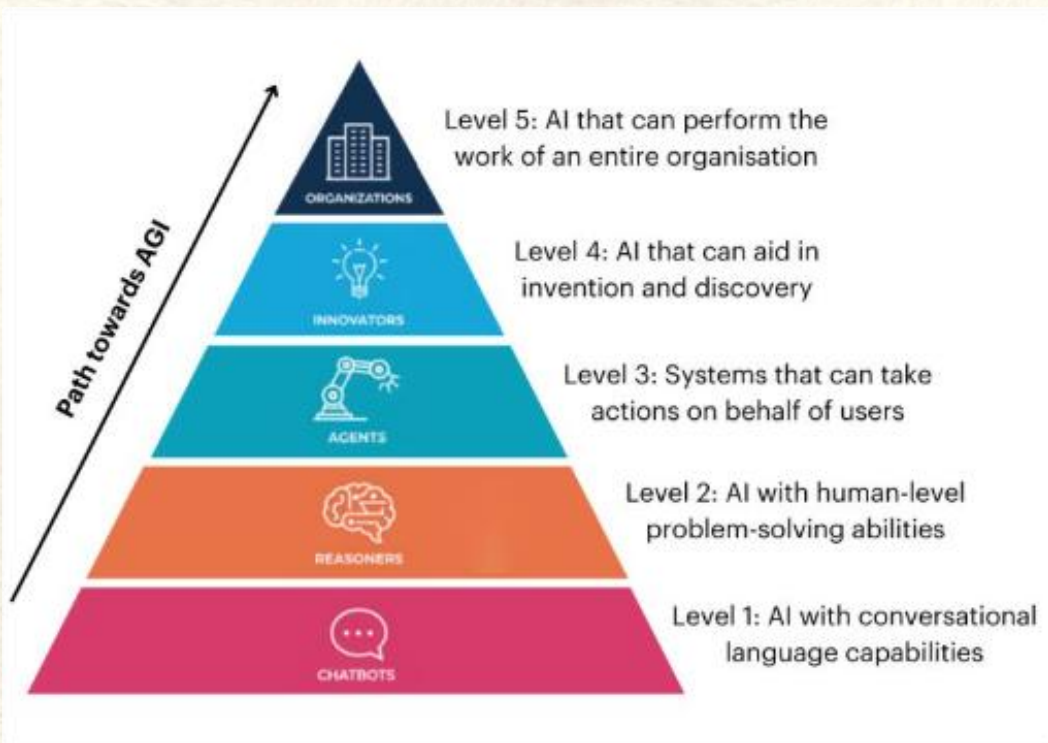
1. Token: 万物皆token
2. Attention: 智能即熵减
3. GPT: 大力出奇迹
4. Data: 以古鉴今
5. RL: 自学成才
6. 优化: Infra, 算法, 实事求是, 反抽象
7. FT: 后训练的艺术
8. TTC: 新的大力出奇迹
9. Prompt: 有话好好说
10. Agent: 最后的筐



AI的发展路径



北京大学
PEKING UNIVERSITY



通用人工智能

(AGI, Artificial General Intelligence) :

通常是指具备与人类同等或超越人类智能水平的人工智能系统。如 OpenAI 将 AGI 定义为“在大多数经济价值创造任务中表现优于人类的高度自主系统”。

Level 1.

AI学会使用人类语言，在大多数自然语言任务上突破图灵测试

Level 2.

A学会求解问题，涌现世界知识和类人的复杂逻辑推理能力,在问题求解方面突破图灵测试

Level 3.

A学会使用工具，利用工具完成多数人类物理世界问题,在工具使用方面突破图灵测试

Level 4.

AI通过自我学习，具备自我批判、自我改进以及自我反思能力

Level 5.

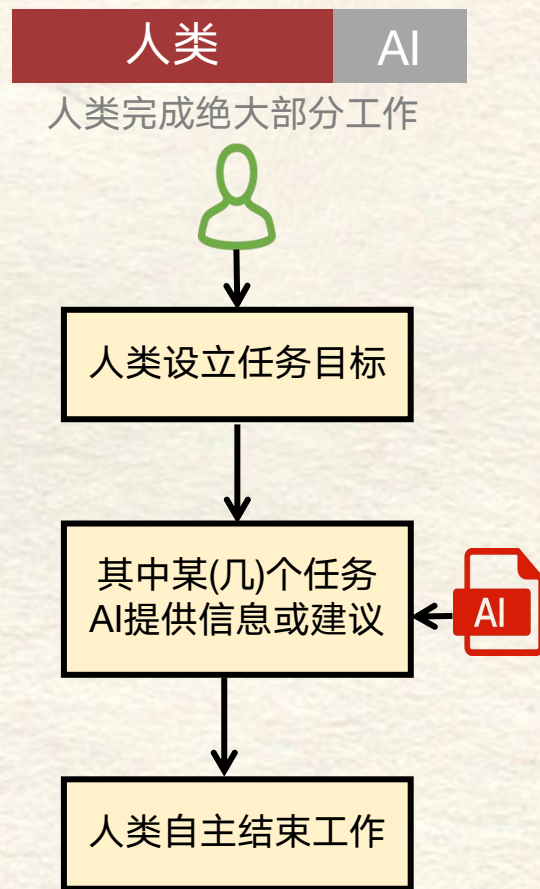
AI能力全面超越人类，具备探究科学规律、世界起源等终极问题的能力

Agent: 从human in loop到human on loop

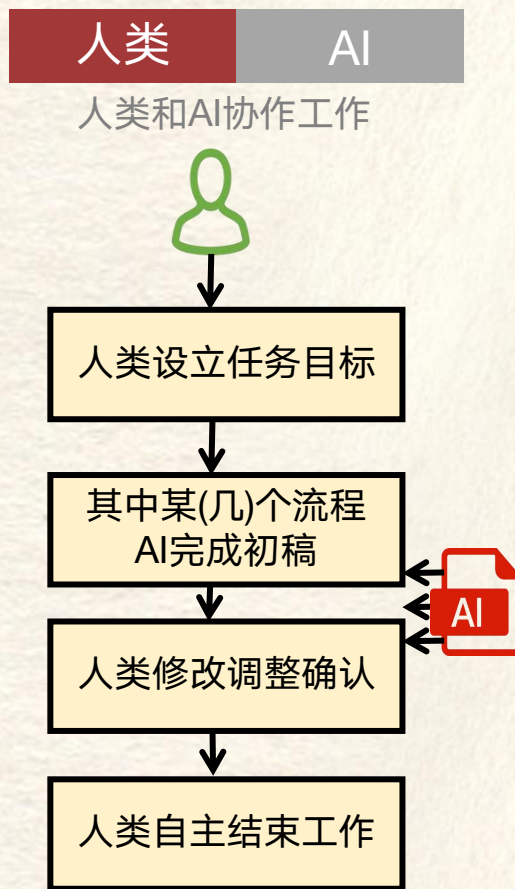


北京大学
PEKING UNIVERSITY

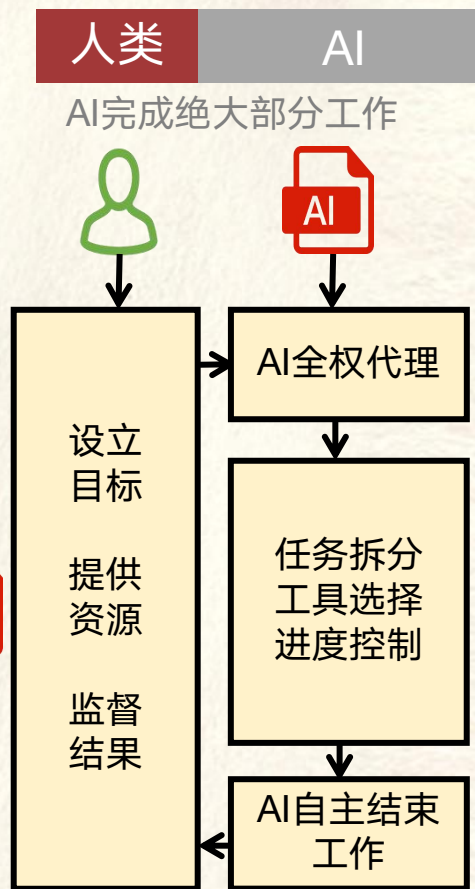
Embedding: 助手模式



Copilot: 伙伴模式



Agent: 代理模式



Agent的核心特征是自主（请人类走开）

Agent是RPA（工具+流程）的AI改造

工具：

1. 直接使用模型或AI产品
2. 增强模型能力（RAG、FT）

流程：

1. Workflow（人工定义）
 - Coze、Dify、ComfyUI
2. Agentic AI（模型拆解）
 - 斯坦福小镇（MetaGPT）
 - AutoGLM
 - Manus

01

DeepSeek和AI认知

1. DeepSeek的背景和发展
2. AI的能力边界和发展认知

02

AI在新媒体中的落地使用

1. AI在新媒体中的应用策略
2. AI在新媒体中的应用场景
3. AI在新媒体中的挑战与展望



大模型能力加速迭代

通用大模型 发展趋势

- ➡ 场景细分
- ➡ 价格降低
- ➡ 参数量多元
- ➡ 智能体布局
- ➡ 多模态能力增强



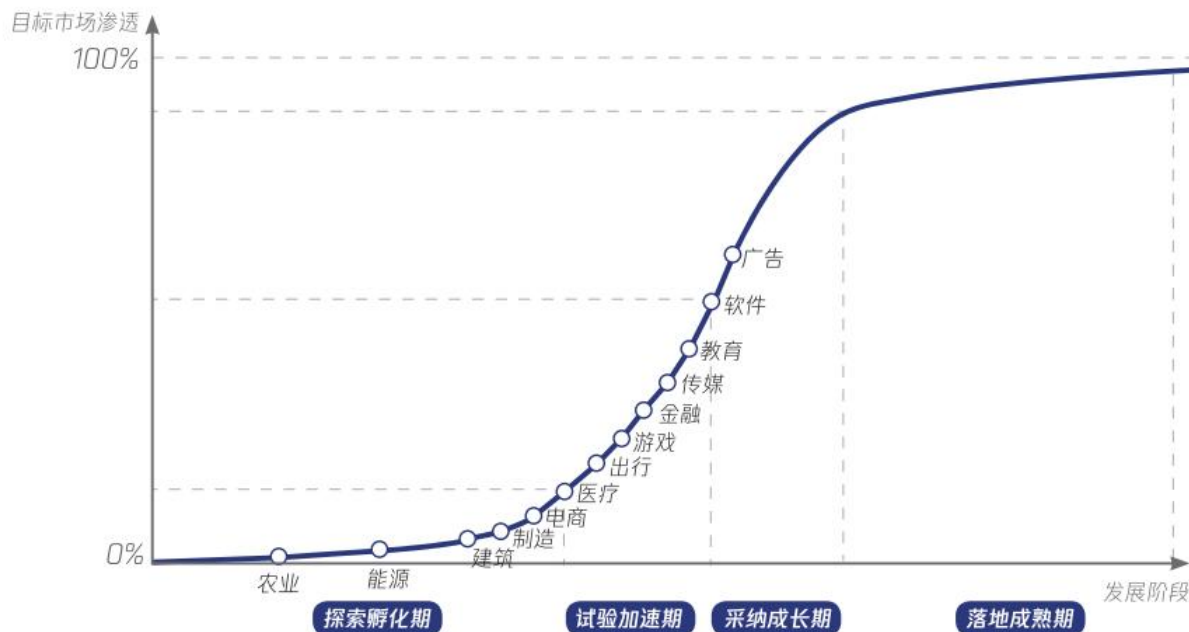
行业大模型 发力点

- ➡ 训练行业数据集，提升对话精准程度
- ➡ 挖掘场景化能力，提供一体化的行业解决方案



大模型在各个行业的应用情况

图：主要行业的大模型应用阶段情况示意图



(数据来源：腾讯研究院《2024年行业大模型调研报告》)

目标市场渗透：指各行业从业人员，在工作过程中常态化应用大模型技术，占总体行业人员的百分比。常态化应用：指任一工作流程月均使用工作天数在 50% 以上。

1.探索孵化期

以农业和能源等行业为代表。行业中尝试采用大模型的机构数量还较少，但仍有一些头部或创新意识强的机构积极探索。

2.实验加速期

教育、金融、游戏与出行为代表。行业普遍具备相对良好的数据基础，开始在特定应用场景产生经济价值。

3.采纳成长期

广告业采用各种文生图、文案创作、文生视频、数字人、声音克隆的技术，极大的提高了营销的效率，降低了制作门槛，提升了整个广告行业的效率。

软件业采用AI辅助编程和交互设计，对于软件研发效率提升在50%以上，极大缓解了软件人才短缺的局面。

4.落地成熟期

目前还没有行业达成。此阶段意味着大模型技术应用基本成熟，绝大多数机构已在主要生产运营场景中使用。

组织中AI技术的应用等级



北京大学
PEKING UNIVERSITY



组织中AI技术的应用等级



北京大学
PEKING UNIVERSITY

应用于解决特定场景下重复性高、
规则明确的简单任务

如：设计人员使用文生图，来创作素材

工具应用

分析海量数据，提供洞察与预测，
辅助甚至在一定程度上替代人工
进行决策与判断

如：招商银行评估个人和企业信用风险

决策增强

流程优化

嵌入核心业务流程，优化跨部门
或跨环节的协作与运作

如：物流企业利用路径优化算法

系统自治

端到端闭环系统，能够根据环境
变化自主进行调整和优化

如：智慧城市管理平台分析交通
流量数据，自动控制信号灯

深入到产业层面，引发商业模式
和行业生态的根本性变革

如：萝卜快跑无人驾驶出租车

生态重构

组织中AI实施的要点1：以点带面

业务视角：从具体试点到规模化增长

快速验证价值（从0到1）

1.选对试点项目

- 挑选容易见效、风险小的场景先试
- 设定清晰的短期目标，便于检验效果
- 组建能快速行动的小团队

2.及时检验效果

- 每周跟踪关键数据（投资回报、效率提升等）
- 做对比测试，验证方案是否真的有效
- 好的做法立即总结推广，问题及时调整

3.持续固化和优化经验

- 把成功经验写成清晰的操作指南
- 提供培训机会，让更多人学会
- 配套激励方案，鼓励大家积极参与

规模化落地（从1到100）

1.体系化建设

- 将成功方案模块化，便于快速复制推广
- 搭建统一的AI能力中台，实现资源共享
- 建立完整的培训认证体系

2.持续优化机制

- 建立月度/季度复盘机制
- 根据实施反馈持续优化方案
- 建立持续改进的组织文化

组织中AI实施的要点2：自下而上、群众路线

管理视角：从认知入手，找场景切入，以知识库和Agent为核心，以效益提升为准绳。

选择火种团队

1.选择信仰AI，有兴趣、有激情的人

- AI还在走向成熟，需要不断试错和优化
- 可以从AI业务比赛开始切入（自愿参加）

2.选择有学习能力和动手能力的人

- AI还在快速变化，需要不断否定自己
- 需要理解AI的本质，具备AI思维
- 需要持续跟踪最新的模型能力（外力）
- 需要持续追踪最佳行业实践（榜样）

3.选择没穿鞋的人

- AI会让人更卷
- AI会让团队更小

鼓励应用和分享

1.以鼓励为主

- 尽可能不用考核手段
- 允许犯错，给出学习和使用AI的时间
- 要不断表扬有成果的人，及敢于尝试的人

2.提供分享机会

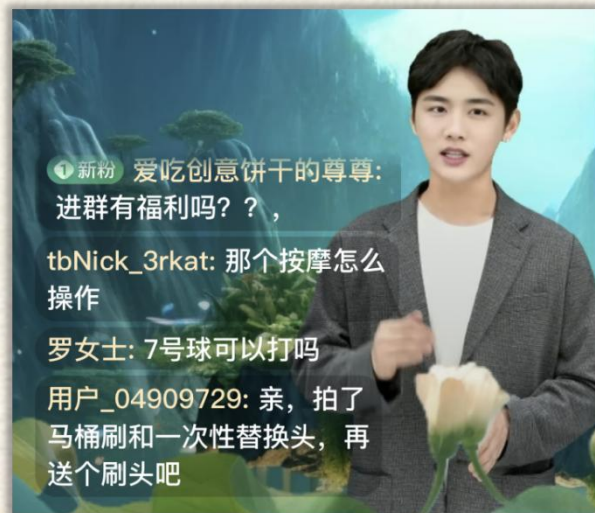
- 给分享人以精神和物质奖励
- 建立定期的分享会议
- 提供培训机会和机制
- 建立分享内容的知识库

大模型对新媒体行业的影响

- 大模型技术加速应用，AI生成内容比例提升
- 激发出了大量充满前瞻性的应用场景，从初期的内容生成、用户画像分析，到现今的智能推荐、自动化运营
- AI 的角色从赋能到全能，重塑运营的本质与形态



AI模特
产品拍摄降本增效



数字人
提升直播带货效率



内容创作效率提升
门槛降低，玩法丰富

新媒体行业AI工具和服务一览

行业洞察

公域舆情监控.....8



数据分析平台.....12



用户画像工具.....6



私域洞察工具.....10



内容生产

AI文案生成.....11



AI图片、视频生成.....11



内容优化工具.....5



版权管理工具.....7



渠道传播

素材制作.....11



阿里系投放.....5



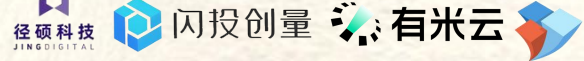
腾讯系投放.....5



短视频投放.....3



自动化投放工具.....4



后端承接服务

CRM系统.....8



智能客服.....8



用户触达工具.....3



私域管理.....9



数据



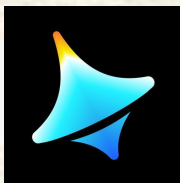
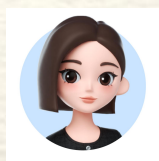
算力



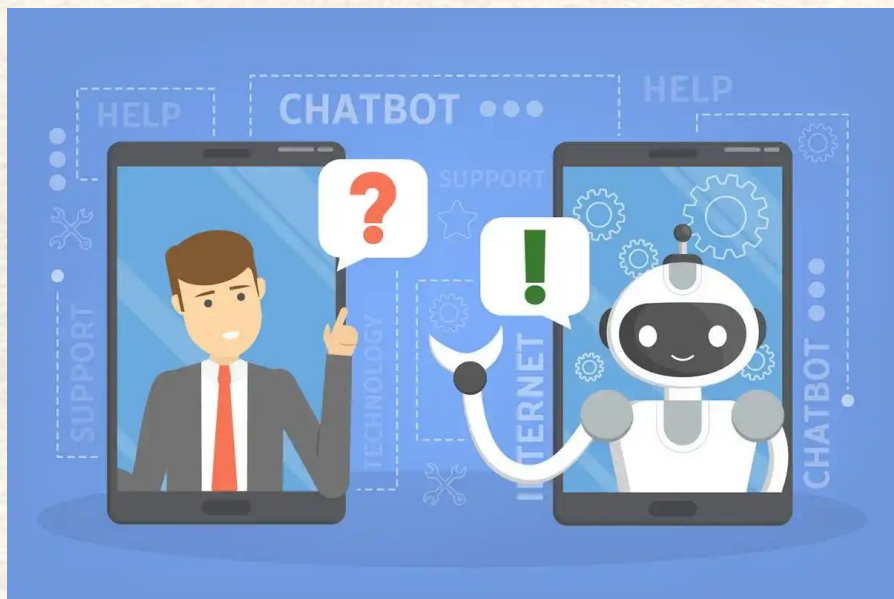
模型



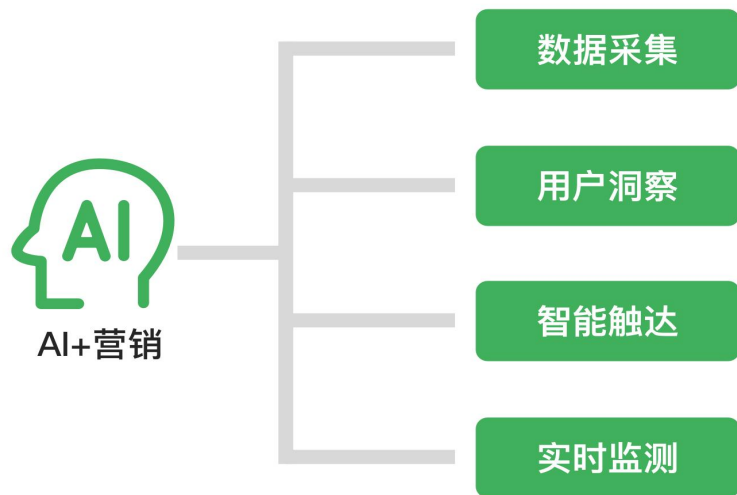
内容生产：从自动化到智能化



1. **热点发现与分类：**通过全网数据抓取与语义分析，AI快速识别热点话题并自动分类，助力运营抢占流量先机
2. **新闻与文案创作：**自动生成，优化语言流畅度等
3. **内容纠错与润色：**AI工具可自动校对语法错误、优化文案结构，提升内容专业度
4. **创意辅助：**DeepSeek生成创意分镜脚本，Midjourney生成插画素材



- 智能推荐系统
 - 算法驱动分发：基于协同过滤（用户协同、内容协同）和深度学习模型，抖音、今日头条等平台实现内容精准推送，用户点击率提升30%以上
 - 冷启动优化：通过用户画像（如年龄、兴趣标签）匹配相似用户行为，解决新用户初始推荐难题
- 智能客服与互动
 - 24/7即时响应：AI聊天机器人可提供产品推荐、售后支持，降低人工客服压力
 - 情感化交互：部分品牌结合用户历史数据生成个性化回复，增强用户粘性



- 用户行为洞察
 - 画像构建：AI分析用户浏览时长、点击偏好等数据，生成多维标签，指导内容策略调整
 - 舆情监测：实时扫描社交媒体与论坛，识别负面舆情并预警，如食品安全类话题的快速响应
- 内容效果评估
 - 多维度指标分析：AI工具自动统计阅读量、互动率，并通过A/B测试优化标题、排版等细节
 - 预测模型：基于历史数据预测爆款趋势，辅助选题决策



融媒宝



Anakin



文心智能体平台
AgentBuilder



扣子



Dify

- 全流程自动化工具

- 图文创作：工具如DeepSeek生成文案初稿，‘美图设计室’制作海报，实现“文案-设计-发布”一体化
- 视频剪辑：剪映、一帧秒创支持智能剪辑、字幕生成，效率提升50%
- 智能体Agent：定制化 workflow

- 跨平台运营

- 多账号管理：AI工具可同步管理多个平台账号，自动生成适配不同平台的内容版本
- 多语言适配：AI翻译工具（如沉浸式翻译）支持内容快速本地化，助力全球化传播



- 精准广告投放
 - 动态创意生成: AI根据用户画像实时生成个性化广告, 点击率提升20%
 - 效果追踪: AI分析广告转化路径, 优化预算分配
- 社交电商融合
 - 直播带货助手: AI虚拟主播可7×24小时直播, 实时回答商品问题, 降低人力成本
 - 内容电商转化: 小红书等平台通过AI生成商品测评内容, 直接引导用户跳转购买

01

DeepSeek和AI认知

1. DeepSeek的背景和发展
2. AI的能力边界和发展认知

02

AI在新媒体中的落地使用

1. AI在新媒体中的应用策略
2. AI在新媒体中的应用场景
3. AI在新媒体中的挑战与展望



澄清几个误区



AI新媒体运营在于“AI”与“运营”的融合，而不同等于“AIGC”与“创意”。因此，将AIGC视为AI新媒体，这种以偏概全的定义方式，既是对AI能力的局限化，也是对运营内涵的狭隘化。



AI新媒体运营须扎根于具体的运营场景与目标。那些与运营无直接关联的视频制作、绘画等行为，由于其产出的内容既不指向运营活动本身，也不服务于品牌传播的目标。因此，不应笼统地将它们纳入AI新媒体运营的范畴。



AI新媒体运营注重运营效率的提升，要求依据目标，有针对性地整合运用AI技术与工具。若一味追求迅速、大批量地生成运营资料，这种做法并不能真正提升效率，无异于“灌水”。



AI技术破解运营难题时，切记用户是被技术武装、具备主动性与能动性的。要想实现与消费者的高效沟通和互动，必须尊重用户对技术的抵触情绪，以及他们对创意的欣赏和判断能力。

DeepSeek在新媒体全链路中的应用场景



应用场景



市场洞察与账号定位

市场与用户洞察
+
账号分析与定位



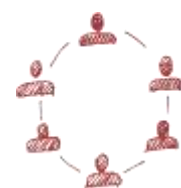
智能内容生产

爆款标题、文案
+
视频脚本
+
图文设计



用户运营

评论区运营
+
直播互动
+
AI客服机器人



数据驱动运营

核心用户激活路径
+
传播潜力预测
+
传播路径优化



直播电商运营

直播脚本撰写
+
选品策略优化



复盘与总结

复盘总结
+
周报撰写



AI工具对比

文案撰写
+
图片生成
+
视频生成



市场洞察与账号定位

DeepSeek做账号定位流程

1.DeepSeek做个人定位分析

通过个人兴趣、特征+提示词，
让DeepSeek做深入的个人账号方向定位

2.用于做市场洞察的数据

通过分析工具+3大维度抓取数据，
获取行业宏观数据

3.DeepSeek做市场洞察

将个人个人定位分析、获取数据投喂
DeepSeek，通过提示词，获取黄金细分
行业

4.DeepSeek做账号定位

六个维度做账号定位



1.DeepSeek做个人定位分析

DeepSeek生成的结果：标签+垂直行业+适配平台

- 1、我的兴趣是什么？标签是什么？
- 2、我适合哪个蓝海赛道？
- 3、我的受众是谁？TA喜欢什么内容？
- 4、我向谁看齐？如何形成差异化？
- 5、我如何变现？哪个平台能变现？

DeepSeek提示词公式：

公式：【使用场景】+【目的】+【兴趣】+【输出要求】

背景介绍：我是一个90后，上班族，想做一个自媒体账号，并打造个人IP

目的：通过带货增加收入+通过好物推荐打造优质的个人IP

兴趣：美妆、护肤、穿搭、饰品、美甲

输出：生成5个主要的兴趣标签（按适合我的程度递减排列），生成适合我的3个与兴趣相关联的垂直细分行业以及适合我的自媒体平台建议

用于第4步
DeepSeek
提示词账号
定位

一、5个主要兴趣标签（按适配度排序）

1. 职场通勤美学专家
 - 结合穿搭、饰品、美甲，专注解决上班族“快速变美”需求，如“5分钟出门妆容”“通勤饰品叠搭”等，强调实用性与性价比 ① ⑦。
2. 成分党护肤测评师
 - 解析护肤品成分与功效，吸引科学护肤人群，搭配“早C晚A”“敏感肌修复”等热点话题，建立专业人设 ⑥ ⑧。
3. 国货美妆种草官
 - 聚焦高性价比国货美妆，结合文化输出（如东方美学包装）和“小样经济”，吸引Z世代及下沉市场用户 ⑥ ⑦。
4. 快时尚美甲实验室
 - 分享居家美甲教程、平价工具测评，利用“反转型”内容（如上班vs约会款对比）提升互动 ① ⑧。
5. 饰品搭配玩家
 - 强调饰品与穿搭的层次感，结合香氛、色彩心理学等元素，打造“五感美学”内容 ⑦ ⑪。

二、3个垂直细分行业建议

1. 职场女性轻奢饰品集合店
 - 细分方向：通勤风轻奢饰品（如耳夹、极简项链）、季节性潮流单品（如“早八人必备”系列）。
 - 优势：客单价100-300元易转化，内容易与美甲、穿搭联动，可通过私域社群发券提升复购 ⑦ ⑨。
 - 案例参考：类似“小花妞”的邻家风格，或“霞湖世家”的工厂直营模式 ⑤ ⑨。
2. 功效型护肤小样分装
 - 细分方向：热门护肤品小样分装+功效测评（如“油皮亲测”），降低用户试错成本。
 - 优势：契合“小样经济”趋势，佣金率15%-25%，适合小红书图文测评+直播带货 ⑥ ⑧。
3. 居家美甲工具品牌
 - 细分方向：DIY美甲工具套装（如“9.9元入门包”）、节日限定贴纸，主打“反水疗”概念。
 - 优势：低客单价易起量，男性用户占比提升（如定型喷雾、便携工具），适合短视频平台 ⑥ ⑦。

用于第2
步获取行
业数据

2.用于做市场洞察的数据

用于做市场洞察的数据来源：



Baidu 指数

微信指数

新榜
NEWRANK.CN

蝉妈妈

飞瓜数据

新红
XH.NEWRANK.CN

抖音
热点宝

数据维度：

1.市场数据：

- 市场GMV
- 种草博主
- 数量高增长曲线

2.用户数据：

- 用户城市分布
- 用户年龄分布
- 用户行为特征

3.消费趋势与用户行为：

- 用户消费品动机
- 消费数据

3.DeepSeek做市场洞察

数据维度	具体数据
市场数据	2024年4300亿GMV中，300-500元功效型护肤增长显著，国货护肤类GMV占比从2023年20%提升至38%；美妆种草博主数量4.48W，占比34.46%
用户数据	1、用户特征：集中分布在广东、江苏、山东、浙江等一线及经济发达地区； 2、用户年龄：18岁~34岁之间，其中18~24岁占比最高； 3、语言风格：使用“绝绝子”、“踩雷”等网络用语 4、用户行为特征：手机高发期使用19:00~22:00
消费趋势与用户行为	1、约38.59%的消费者年消费金额为3000-5000元，护肤月均消费占比：500~1000元； 2、追求“成分安全”>品牌溢价 3、消费者对产品成分和功效的关注度高达58.8%



提示词公式：【使用背景】+【数据】+【个人背景画像】+【输出要求】

3.DeepSeek做市场洞察

DeepSeek提示词:

【使用背景】

我是一名90后职场女性，计划在业余时间运营自媒体实现以下目标:主目标:通过内容带货和品牌合作实现月均5000+副业收入
次目标:建立「95后职场美妆护肤教主」个人IP
长期目标：形成可复用的自媒体运营方法论

【数据部分】

市场数据:

2024年4300亿GMV中，300-500元功效型护肤增长显著，国货护肤类GMV占比从2023年20%提升至38%；美妆种草博主数量4.48W，占比34.46%

用户数据:

1、用户特征：集中分布在广东、江苏、山东、浙江等一线及经济发达地区；

2、用户年龄：18岁~34岁之间，其中18~24岁占比最高；

3、语言风格：使用“绝绝子”、“踩雷”等网络用语

4、用户行为特征：手机高发期使用19:00~22:00

消费趋势与用户行为：消费行为：

1、约38.59%的消费者年消费金额为3000-5000元，护肤月均消费占比：500~1000元；

2、追求“成分安全”>品牌溢价

3、消费者对产品成分和功效的关注度高达58.8%

【个人背景画像】

优势资源:每日可投入2小时|擅长图文排版【公司白领人脉圈】

内容偏好:轻量化制作(单人可完成)|强实用性|视觉审美突出

身份特征:通勤穿搭达人【成分党护肤|擅长挖掘平价好物需求拆解:

【输出要求】

请基于美妆/护肤/穿搭/饰品/美甲赛道，帮我完成:

市场定位分析:找出3个竞争较小且高增长、变现潜力大的细分领域(需包含差异化切入点)

上一步通过数据分析工具，
获得的行业宏观数据；

通过第1步兴趣特征+提示词，
让DeepSeek做深入的个人背
景画像

3.DeepSeek市场洞察结果



DeepSeek生成结果展示：3个高增长、低竞争、强变现细分赛道+选择建议

基于您的背景和目标，结合市场数据及用户需求，以下是为您筛选的3个高增长、低竞争、强变现潜力细分赛道，并附差异化切入策略：

1. 「通勤场景下的成分党护肤」——职场特需功效型护肤

市场机会：

- 高增长：300-500元功效型护肤增长显著^①，且职场女性对“晨间快速护肤”“抗蓝光”“持妆打底”等通勤场景需求未被充分挖掘。
- 低竞争：多数护肤博主聚焦夜间修护或全场景，职场晨间护肤垂直内容较少。
- 变现潜力：可带货防晒、妆前精华等高价单品（如国货抗氧精华），合作品牌客单价易达300+元。

差异化切入点：

- “5分钟职场护肤公式”：结合通勤场景（如地铁补涂、空调房保湿）设计极简流程，突出“成分安全+即时效果”（如含麦角硫因的防暗沉乳液）^{③⑤}。
- 人设绑定：以“996成分党学姐”身份，用职场案例（如熬夜后急救）增强信任感。

2. 「平价轻奢通勤穿搭」——高性价比职场穿搭+配饰

市场机会：

- 高增长：2025年通勤穿搭需求上升，尤其经济发达地区用户对“显贵不贵”单品需求旺盛^{⑥⑦}。
- 低竞争：穿搭博主多聚焦日常或高端职场，针对月均500-1000元预算的“轻奢通勤”内容稀缺。
- 变现潜力：饰品、腰带等配饰佣金率高（10%-20%），且易复购。

差异化切入点：

- “1件3穿”胶囊衣橱：推荐西装、衬衫裙等基础款，搭配小众配饰（如国产设计师金属胸针）提升质感^⑦。
- 数据化选款：发布“百元通勤单品TOP10”榜单，结合用户地域气候（如广东湿热选透气面料）强化实用性^⑥。

用于第4步DeepSeek做账号定位

3. 「成分党美甲」——健康甲护+小众色胶测评

市场机会：

- 高增长：美甲市场年增速超15%，但“养甲型”内容（如受损修复）仅占5%^⑧。
- 低竞争：多数美甲博主聚焦款式教学，缺乏成分解析（如低敏胶、孕妇可用胶）。
- 变现潜力：高客单价甲护产品（如日本进口修复液）带货空间大，且用户粘性强。

差异化切入点：

- “成分党避雷指南”：测评小众甲胶品牌，突出“无甲醛”“不伤甲”等安全卖点，绑定职场场景（如会议前快速DIY）^{⑤⑧}。
- 跨界合作：联合护肤品牌推出“手部抗老套餐”，拓展变现维度。

选择建议

- 1. 优先测试赛道1：护肤赛道变现路径清晰（品牌合作+带货），且与您“成分党”身份高度契合，初期可通过“职场护肤痛点”系列快速起号。
- 2. 视觉化呈现：利用排版优势制作“成分对比表”“通勤OOTD九宫格”，提升专业感和传播力。
- 3. 私域沉淀：通过白领人脉圈发起“职场美颜研究所”社群，收集需求反哺选品。

以上赛道均满足：① 用户付费意愿强（月均500-1000元）^③；② 国货品牌投放预算增加（38%占比）^①；③ 内容可轻量化生产（图文/短视频）。

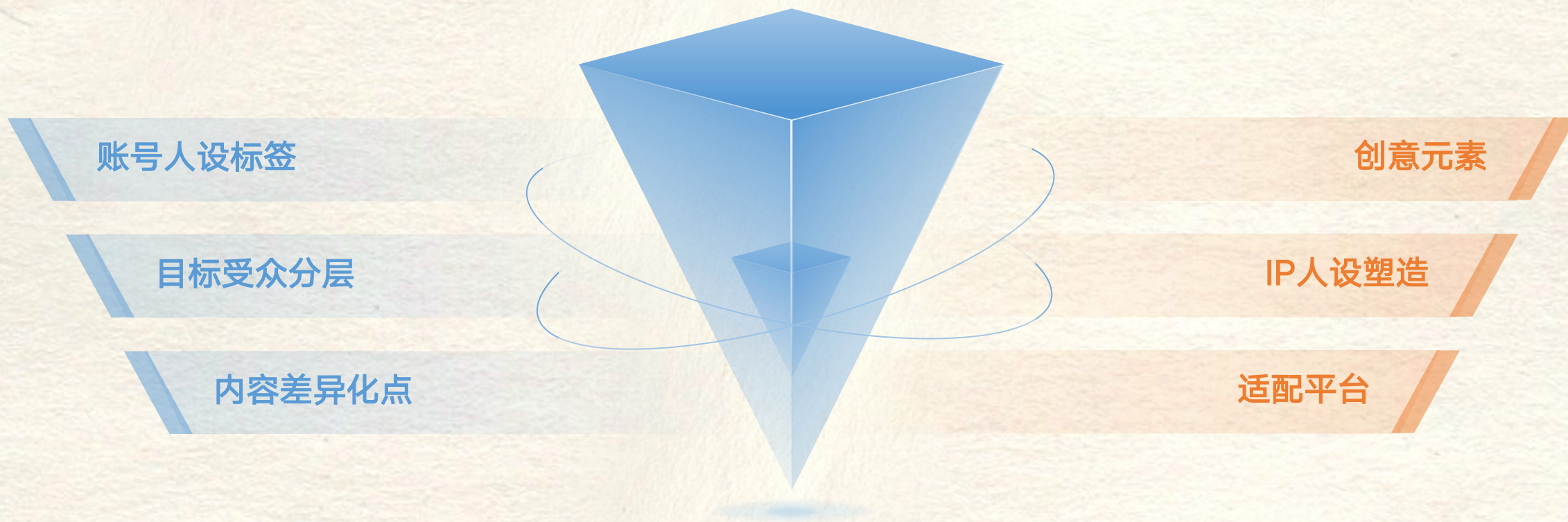
可结合自身情况与职业发展需求，选择擅长的黄金赛道！

学习交流可加AI肖睿团队助理微信号（ABZ2829）

4.六个维度做账号定位



北京大学
PEKING UNIVERSITY



4.DeepSeek做账号定位提示词

接上一步分析结果，继续给DeepSeek提示词：

- 以竞品账号为锚点，做账号定位：【角色】+【使用场景】+【热门赛道】+【标签】+【对标账号】+【拆解维度】+【输出要求】

[角色设定]：我是一个90后，上班族，想做一个自媒体账号，并打造个人IP

[使用场景]：小红书平台，启动新账号，做账号IP定位；

[热门赛道]：2024年300-500元功效性护肤增长显著，“抗蓝光”“伪素颜”产品销售额同比增211.6%，年轻“伪素颜”需求上升，情绪疗愈彩妆赛道火热

[标签]：#成分党护肤测评师、#职场通勤美学专家、#国货美妆种草官

[以对标账号为锚点]：@草莓米线 @不知名的小唐 @清新

[拆解对标账号的]：用户画像 / 人设标签 / 内容差异化点 / IP人设/创意元素设

[输出要求]：账号人设标签差异化建议，用户画像分析，内容差异化定位、IP定位人设塑造计划，创意元素，适配平台分析

----> 源自：第2步
市场洞察的数据分析

----> 源自：第1步
个人定位分析

-----> 六个维度

4.DeepSeek做账号定位结果



根据你的角色设定、使用场景及热门赛道需求，结合对标账号分析和2024年美妆护肤行业趋势，以下是为你的小红书账号提供的 **人设标签差异化建议**，整合了行业热点与个人特色：

1. 核心人设定位：复合型「功效护肤+美学场景」专家

- **差异化标签**：#职场疗愈系成分党（融合“功效护肤”与“情绪价值”） #通勤伪素颜科学派（聚焦职场场景下的快速妆容与皮肤管理） #国货成分解密官（侧重国产功效性产品的深度测评与科学种草）
理由：
 - 对标账号如@草莓米线（成分党）和@清新（日常美学）多聚焦单一领域，而你的账号可结合“职场通勤”场景与“情绪疗愈”需求，覆盖护肤+彩妆双赛道，填补市场空白 ② ⑤ ⑥。
 - 300-500元功效性护肤增长显著，且“伪素颜”“抗蓝光”需求上升，职场人群对高效、安全、疗愈的产品需求明确 ② ④ ⑤。

2. 内容差异化方向

(1) 科学成分党 × 场景化解决方案

- **对标升级**：@不知名的小唐（成分分析）的弱点是缺乏场景绑定，你可增加“职场急救成分库”栏目，例如：
 - “10分钟通勤抗蓝光护肤流程：从成分表看哪些产品真能防电脑辐射” ④
 - “敏感肌打工人的如何用国货实现伪素颜？实测薇诺娜+酵色底妆组合” ③ ⑤
- **数据背书**：引用行业报告如《2024功效护肤白皮书》中敏感肌市场规模数据（290亿元），增强专

以下是为你的小红书账号提供的 **用户画像分析**，整合了行业数据与平台特性：

1. 核心用户群体

- **年龄层**：25-35岁（占比超40%），以90后、95后为主力，消费能力强且护肤需求精细化 ② ⑤。
 - **依据**：Z世代及轻熟龄群体对“伪素颜”“抗蓝光”需求显著上升，且愿意为情绪价值付费 ⑤。
- **性别比例**：女性占比76%，但男性用户增速较快（年增8.7%），可兼顾“无性别护肤”内容 ⑤ ③。
- **职业分布**：新一线/二线城市职场女性（白领占比61%），通勤场景需求明确，关注高效护肤与职场形象管理 ② ⑤。

2. 用户痛点与需求

(1) 护肤需求

- **功效优先**：81.7%用户最关注产品功效，尤其是“抗蓝光”“敏感修护”（线上销售占比31%） ② ③。
 - **细分场景**：熬夜肌（60%用户每日熬夜）、光老化防护（防晒声量年增32.7%） ③ ⑤。
- **成分党属性**：用户倾向通过KOL测评获取信息（64.05%），对成分安全性、国货科技力（如“医研共创”）兴趣浓厚 ③ ⑦。

(2) 情感与场景需求

- **情绪疗愈**：压力肌、失眠焦虑（74%人群）推动“芳香舒缓”产品增长（备案数增60%） ③ ⑤。
- **通勤效率**：追求“10分钟伪素颜”解决方案，偏好精华/面霜类便捷产品 ② ⑥。

根据你的角色设定、赛道选择及对标账号分析，结合2024年美妆护肤行业趋势（功效性护肤增长、伪素颜需求爆发、情绪疗愈赛道火热），以下是为你的小红书账号设计的 **内容差异化定位方案**，整合数据支撑与创意策略：

1. 核心差异化定位：科学场景化「功效护肤+通勤美学」

关键词：

#职场成分疗愈师（科学测评+情绪价值） | #通勤伪素颜实验室（场景绑定+高效解决方案） | #国货科技解密局（医研成分+国产黑科技）

理由：

- 对标账号如@草莓米线（成分分析）缺乏场景化，@清新（美学分享）弱化科学背书，你的账号可融合“职场通勤痛点+功效成分解析+情绪疗愈设计”，填补市场空白 ① ③。
- 2024年300-500元功效护肤增长显著，且“抗蓝光”“伪素颜”需求上升211.6%，职场人群对高效安全的产品需求明确 ① ③。

2. 内容差异化方向

(1) 科学测评 × 职场场景绑定

- **对标升级**：@不知名的小唐（通用测评）→ 你的账号可聚焦“9AM急救包”栏目，例如：
 - “电脑肌抗蓝光实测”：对比5款国货防晒的防辐射能力（引用《功效护肤白皮书》光老化数据 ①）。

4.DeepSeek做账号定位结果



根据你的需求和对标账号分析，结合2024年护肤与彩妆赛道趋势，为你设计以下4个IP定位人设塑造计划，融合“成分党”“通勤美学”“国货种草”三大标签，并参考情绪疗愈、伪素颜等热门元素：

1.「成分党科学护肤测评师」——专业+真实的人设

核心标签：#成分党护肤测评师 #实验室级拆解

差异化点：

- **硬核测评**：聚焦300-500元功效性护肤品（如抗蓝光、敏感肌修护），通过实验室级成分解析（如藏红花抑制皮质醇的机理⑥）和真人实测对比，突出“科学护肤”标签。
- **数据背书**：引用行业报告（如2024年功效性护肤市场规模达370亿元①②），增强专业度。
- **反套路选题**：如“大牌平替成分揭秘”“医生不会告诉你的抗衰真相”，对标@草莓米线的深度测评风格。

创意元素：

- **视觉化呈现**：用Excel表格对比成分/价格/功效，搭配显微镜观察皮肤状态的before-after图。
- **人设记忆点**：白大褂+护目镜的“实验室专家”形象，口号“不吹不黑，用数据说话”。

2.「职场通勤美学主理人」——场景化解决方案

核心标签：#职场通勤美学专家 #5分钟伪素颜

差异化点：

- **精准场景**：针对90后上班族“快速出门”需求，推荐“伪素颜”产品（如轻润色防晒、素颜霜），结合

根据搜索结果和用户需求，结合2024年护肤美妆赛道趋势（功效性护肤、伪素颜、情绪疗愈等），为你设计以下差异化创意元素，突出**科学专业性、场景实用性、情绪价值**三大核心优势，并融合对标账号的亮点：

1.「实验室级成分拆解」——硬核测评可视化

差异化点：

- **显微镜式解析**：用Excel表格/思维导图对比300-500元热门产品的成分（如抗蓝光成分藏红花提取物、敏感肌修护神经酰胺），标注浓度、起效机理（如“抑制皮质醇”①②），搭配皮肤检测仪实测数据（如水分值、泛红改善率）。
- **反套路选题**：如“大牌平替成分揭秘”“医生不会告诉你的抗衰真相”，引用行业报告数据（如2024年功效性护肤市场规模达370亿元①②）增强可信度。
- **人设符号**：白大褂+护目镜的“实验室专家”形象，口号“不吹不黑，用数据说话”⑤。

创意形式：

- **Before-After对比**：用紫外线相机展示抗蓝光产品效果，或显微镜观察皮肤纹理变化③。
- **成分红黑榜**：按功效（抗氧/修护）分类，标注价格/适用场景（如“通勤党必备”）。

2.「5分钟通勤伪素颜」——极简美学场景化

差异化点：

根据你的角色设定、目标赛道及对标账号分析，结合多平台特性与2025年最新趋势，以下是为你的账号内容适配**抖音、小红书、公众号**三大平台的综合建议，并附差异化策略：

一、平台适配性优先级与核心策略

1. 小红书：主战场（优先投入70%精力）

适配理由：

- **用户高度契合**：小红书65%为女性用户，且二线及以上城市高消费人群占比55.4%，与你的“90后上班族”目标受众（追求功效护肤、通勤效率、情绪价值）完美匹配①④。
- **内容生态优势**：2024年小红书“抗蓝光”“伪素颜”相关内容增长211.6%，平台算法优先推荐收藏率高的干货内容（如成分测评、教程），适合你的#成分党、#通勤美学标签①⑤。
- **商业化潜力**：小红书“买手电商”闭环成熟，种草转化率高，且高价值用户占比达39.7%，利于未来变现①④。

差异化内容策略：

- **“实验室级测评”图文**：用Excel拆解300-500元抗蓝光产品成分，搭配紫外线相机实测对比（参考@草莓米线的硬核风格）⑤。
- **“5分钟伪素颜”短剧**：拍摄职场晨间急救流程，结尾跳转商品页，结合小红书2025年重点推进的“微短剧+电商”模式⑤。



智能内容生产

DeepSeek内容策划与创作场景



北京大学
PEKING UNIVERSITY



案例1：选题挖掘



公式：【角色设定】+【使用场景】+【要求】+[适配平台]+【输出要求】

选题类型	DeepSeek提示词-示例指令
热点追击	「生成与'某某明星翻车事件'强关联的美妆选题，需避开法律风险，结合'成分安全'角度切入，输出3个具有争议性的选题方向」
系列策划	「针对'抗老成分'设计6期系列选题，要求每期聚焦一个成分，包含实验对比+生活场景+避坑指南三维度，按用户认知阶梯排序」
反向切入	「找出'以油养肤'话题的10个认知误区，生成反常识型选题，要求数据支撑+解决方案可视化，适配抖音口播文案结构」

热点追击：以“曾黎卖粉丝礼物惹争议”强关联美妆

提示词示例：

- 【角色设定】美妆小红书头部KOL
- 【使用场景】用于制定热点相关联的选题方向，用户吸引流量，增加粉丝
- 【要求】生成以“曾黎卖粉丝礼物惹争议”强关联的美妆选题，需避开法律风险，结合'成分安全'角度切入
- 【适配平台】小红书
- 【输出要求】输出3个具有争议性的选题方向

系列选题：针对“抗老成分”设计6期系列选题为例

提示词示例：

- 【角色设定】美妆小红书头部KOL
- 【使用场景】用于账号内容营销，结合“春季抗老”主题，形成系列内容，增强粉丝粘性；
- 【要求】每期聚焦一个抗老成分，知识科普
内容需要包含：实验对比+生活场景+避坑指南三个维度
- 【适配平台】小红书
- 【输出要求】输出3个具有争议性的选题方向

反相切入：以“以油养肤”话题的认知误区为例

提示词示例：

- 【角色设定】美妆小红书头部KOL
- 【使用场景】以油养肤作为一种流行的护肤方式，近年来备受关注，但也伴随着诸多误解和不当使用，通过反常识内容，引发用户好奇心
- 【要求】每期找出一个“以油养肤”的认知误区
内容需要包含：数据支撑+解决方案可视化+口播形式
- 【适配平台】抖音平台
- 【输出要求】输出10个“以油养肤”的反常识选题

案例1：选题挖掘



热点追击：以“曾黎卖粉丝礼物惹争议”强关联美妆

系列选题：针对“抗老成分”设计6期系列选题为例

反相切入：以“以油养肤”话题的认知误区为例

以下是3个结合“曾黎卖粉丝礼物争议”热点、从“成分安全”角度切入的美妆选题方向，兼顾争议性与法律风险规避，适配小红书平台传播特性：

1.“粉丝定制化妆品被转卖？成分安全谁来背锅！”

- 切入点：
- 关联事件中粉丝定制礼物的“专属性”，类比美妆圈粉丝定制口红、护肤品等可能存在的成分风险。例如：
 - 质疑“若定制化妆品被转卖，开封后成分是否变质？”（如活性成分失效、微生物污染等）^{① ⑨}
 - 引申话题：“明星团队若转卖粉丝送的护肤品，是否需公示成分检测报告？”（强调消费者知情权，避免直接指责艺人）^④ 争议点：
 - 粉丝心意 vs. 产品安全：定制化妆品是否应标注“非卖品”及成分有效期？
 - 行业潜规则：小众品牌为明星定制产品时，成分备案是否合规？

2.“二手平台美妆‘白菜价’陷阱！小心‘曾黎同款’的假货危机”

- 切入点：
- 借事件中“闲鱼转卖”争议，分析二手美妆产品的成分安全隐患：
 - 举例“明星同款”礼盒在二级市场流通时，可能被掺假或稀释（如精华液被替换为廉价成分）^{⑨ ⑭}
 - 科普如何通过成分表鉴别真假（如对比备案号、活性成分浓度等），关联粉丝“被辜负的心意”与消费者“被欺骗的信任”^④ 争议点：
 - 道德争议：转卖粉丝礼物是否变相鼓励假货产业链？
 - 安全警示：二手美妆是否应强制标注成分来源？

3.“粉丝送的贵妇面霜该不该收？成分党揭秘‘明星礼物’的隐藏风险”

切入点：

根据搜索结果和春季抗老主题，结合争议性、科普性和场景化需求，以下是3个适合小红书头部KOL的选题方向，每个选题均包含知识对比、生活场景和避坑指南维度：

选题1：

《A醇vs补骨脂酚：春季抗老谁更胜一筹？敏感肌千万别选错！》

- 知识对比：
 - A醇：黄金抗老成分但刺激性大，需建立耐受，夜间使用且需严格防晒^{① ②}。
 - 补骨脂酚：植物视黄醇，温和抗老+抗炎抑菌，适合敏感肌和油痘肌，白天可用^{② ⑪}。
- 生活场景：
 - 春季紫外线增强，A醇光敏性风险更高；补骨脂酚适合春季户外活动多的懒人党。
- 避坑指南：
 - A醇浓度选择（0.1%-0.3%新手友好）^①；补骨脂酚需警惕“假植物成分”宣传^②。

争议点：“A醇过时了？补骨脂酚才是抗老未来？”（引发成分党辩论）

选题2：

《玻色因平替vs贵妇版！30%浓度是智商税？春季抗老真相大起底》

- 知识对比：

以下是10个基于科学数据和用户痛点的反常识选题，结合抖音口播形式与可视化解决方案设计，专为“以油养肤”辟谣内容打造：

1.“油皮不能用油？错！外油内干肌补油反而控油！”

- 数据支撑：皮脂腺会因过度清洁分泌更多油脂，研究显示补充荷荷巴油可减少28%的皮脂过度分泌^{⑤ ⑩}。
- 可视化：对比图（左：油皮频繁清洁后爆油；右：用油后水油平衡）。
- 口播：“家人们！油皮越去油越油？试试这招反向操作！”

2.“以油养肤=直接糊油？90%人漏了这步秒吸收！”

- 数据支撑：皮肤微湿时用油吸收率提升40%，水分可带动油脂渗透^{⑪ ⑤}。
- 可视化：动画演示“水层→油层→水油层”分层渗透原理。
- 口播：“油浮在脸上？教你三明治渗透法，3秒吃进皮肤里！”

3.“精华油闷痘？致痘元凶是矿物油不是植物油！”

- 数据支撑：矿物油致痘率是植物油的6倍，葡萄籽油反而能抑制座疮菌^{⑤ ⑧}。
- 可视化：实验室镜头对比矿物油/植物油在毛孔中的残留情况。
- 口播：“痘痘肌骂错人了！这几种油才是你的本命！”

案例2：爆款标题

用DeepSeek提升爆款标题5大核心技巧

1、数字+痛点反差法

- 爆款标题：《3天憋不出方案？AI 5分钟暴力生成10个爆点！》
- DeepSeek提示词：
- 角色：你是小红书运营人员，拥有多年内容运营经验....
- 目标受众：小红书运营小白、小红书运营新手
- 内容方向：运营干货，教程类
- 标题需求：运营“数字+痛点”对比的方法，增加数字，增加情绪词，增强视觉符号
- 适配平台：小红书
- 风险避免：避免使用被算法标记的诱导词

根据您的要求，我运用“数字+痛点对比法”创作了以下小红书标题（已规避平台敏感词）：

- 🔥《从0到1w粉，3个动作让我流量狂涨🔥新手必看的小红书玄学！》
- 💡《7天笔记爆200%的秘密💡这3个数据按钮90%新人不会看！》
- 🌟《1张表格拯救废号！我靠这个排版公式涨粉5k+》
- 🚀《3个被限流征兆🚫新人第1个月必避的20个坑！》
- 💡《2个黄金发布时间🕒让我互动率翻了3倍！新人抄作业版》

2、情绪词+干货+符号

- 情绪词（惊喜类/痛苦类/冲突类）+干货价值锚点（数字量化/结果承诺/资源包诱惑）+符号（私信获：情绪词TOP30清单）
- DeepSeek提示词：
- 角色：你是个美妆博主，拥有百万粉丝....
- 目标受众：美妆达人、学习化妆的小白
- 内容方向：美妆知识干货，教程类
- 标题需求：运营“情绪词+干货价值锚点+视觉增强符号”的方法，增加效果承诺，关联热点：章若楠淡妆
- 适配平台：小红书
- 风险避免：避免使用被算法标记的诱导词

根据运营策略和热点关联，我为美妆垂类内容设计以下符合小红书风格的标题模板（含视觉符号与情绪价值）：

- "救命！终于悟了章若楠同款妈生感淡妆💡👉手残党3步直接换头！"
(情绪词+热点关联+效果承诺)
- "天！！这淡妆公式也太王炸了!!照着章若楠化妆师偷学的3个心机点🌟"
(惊叹式开场+干货锚点+权威背书)
- "淡妆翻新计划💡章若楠氧气妆拆解版 | 教科书级手法演示（附工具清单）"
(行动指令+视觉符号+实用价值)

案例2：爆款标题

用DeepSeek提升爆款标题5大核心技巧

3、关键词组合拳公式

- 公式：人群+痛点+解决方案：
- DeepSeek提示词：
- 角色：你是个职场权威专家，主要分享职场工作技巧....
- 目标受众：职场小白、职场新人
- 内容方向：职场干货，避坑指南
- 标题需求：运营“人群+痛点输出+解决方案”的方法，增加效果承诺；
- 适配平台：抖音
- 风险避免：避免使用被算法标记的诱导词

1. "职场小白嘴笨预警！被同事抢功劳不敢吱声？3招反杀话术让TA当场道歉🔥"
(痛点场景化+解决方案可视化+情绪价值)
2. "实习生必看！00后整顿职场第一课：5个万能回复模板专治画饼领导🍷"
(人群强关联+热点话题切入+解决方案工具化)
3. "新人才懂的痛！微信收到'在吗'别慌📱高情商应对公式已拆解（附禁忌清单）"
(情感共鸣+知识增量+避坑价值)

4、符号视觉轰炸术

- 公式：符号梯队 × 位置暴力 × 动态叠加
- 符号梯队选择（按点击率效果排序）

平台	第一梯队	第二梯队	慎用符号
小红书	🔥💣💖🎁	🚀!!⚠️	💰❌🍷
抖音	💣🔥💣🎬	⚡💣📈	👤♂️💀🚫
公众号	🚀💡✅🌟	📈🎯🎯	🐼💀❤️

- 位置暴力法则
 - 爆款标题符号黄金位：首字符（最强冲击）：《月薪3k到3w！我靠这招逆袭》
 - 分隔符（强化重点）：《护肤雷区 这5件事越做越烂脸》
- 动态叠加术
 - 符号+数字：《7天涨粉10w！起号干货速抄》
 - 符号+反常识：《劝你别做小红书！除非知道这3个隐藏流量池》
 - 符号+身份标签：《打工人必看！这Excel模版让加班消失》

5、避雷！标题作死3大行为

- 标题党过度：《不转不是中国人》→限流警告
- 模糊感标题：《关于运营的一些思考》→用户无点击动机
- 自嗨式表述：《XX公司荣获行业大奖》→与用户无关

(重要提示：4、5可作为提示词的输出要求，适内容加入提示词)

案例3：文案撰写



北京大学
PEKING UNIVERSITY

1.产品种草文

提示词框架：
悬念前置+利益可视化+稀缺
营造+路径指引

3.品牌故事

提示词框架：
创始人IP+价值观具象化+用
户证言+精神符号

5.热点借势

提示词框架：
热点要素绑定+品牌视角解构
+风险规避

7.危机公关

提示词框架：
事实确认+情绪安抚+补偿方
案+长效机制

2.活动预告

提示词框架：
痛点场景化+解决方案可视化
+信任状强化+行动指令

4.用户互动

提示词框架：
情绪共鸣+低门槛参与+社交
货币设计

6.知识科普

提示词框架：
反常识结论+生活场景类比+
可操作步骤

案例3：文案撰写

1、产品种草文

提示词框架：悬念前置+利益可视化+稀缺营造+路径指引

Deepseek提示词示例：

痛点场景化：上班族熬夜加班，皮肤变糟糕

解决方案可视化：同为加班熬夜，A/B使用前后对比

信任强化：三甲医院检测报告（保湿力+62%）

行动指令：赶紧将XX产品用起来，急救暗沉+快速补水

输出要求：小红书图文笔记体，带emoji分段

🚑 打工人破防瞬间 | 熬夜脸自救指南 🌙

凌晨3点的电脑光刺痛素颜？

隔天被同事问“昨晚又通宵了？”

暗沉+毛孔插秧+爆皮卡粉...

打工人的痛我都懂！

📊 【AB对比直球暴击】

同是加班到凌晨的姐妹

👉 A：垮脸黄气+干燥起皮（仿佛老了3岁）

👉 B：透亮水光肌+自带柔焦滤镜 ✨

（附对比实拍图：左憔悴右发光）

🏥 【三甲医院盖章认证】

经28天真人实测 📄

🔍 保湿力+62% | 锁水屏障增厚1.8倍

🔍 黄气值↓37% | 光源肌养成记

💧 【急救王炸公式】= 5D玻尿酸+熬夜植萃

⚡ 3秒爆水拯救沙漠皮

⚡ 7天黑眼圈&黄气退散

（实拍动图：精华爆水珠瞬间💧）

🛒 打工人暗夜急救包 📦

戳👉领50元加班应急券

前100名送蒸汽眼罩+熬夜面膜

（凌晨赶PPT都在偷笑的秘密😏）

案例3：文案撰写

2、活动预告

提示词框架：痛点场景化+解决方案可视化+信任状强化+行动指令

Deepseek提示词示例：

悬念前置：特效盒爆炸特效GIF，礼品问号

核心利益：199元拆出千元正装，千元福袋送不停

稀缺性营造：限时24小时+库存可视化倒计时

路径指引：点上方灯牌，加入粉丝团

输出格式：直播预告脚本（含运镜建议）

📣【直播预告脚本——千元福袋盲盒狂欢夜】

（运镜建议：开场用爆炸特效盒GIF从屏幕中心炸开，镜头快速推进至主播震惊表情）

💣【悬念暴击开场——3秒必看】

（分屏特效：左侧盲盒爆炸+右侧问号礼盒闪烁）

“家人们！明天晚上8点直播间要搞大事！！”

（镜头切换：主播双手举起巨型问号盒摇晃）

猜猜这个盒子里藏了多少大牌正装？

（运镜：俯拍礼盒特写→切主播神秘眨眼近景）

SK-II？雅诗兰黛？CPB？炸盒瞬间见分晓🔥”

💰【核心利益点——动态价格对比】

（运镜：左侧悬浮199元价格标签爆破动画，右侧弹出大牌产品瀑布流）

“199元拆出价值1380元正装全家福！”

（镜头跟随主播手部动作：撕开盲盒→抖落小棕瓶/神仙水等产品）

福袋再塞3支口红+面膜大礼包📦

（运镜：产品堆叠特效+撒金币音效，画面右上角持续滚动“已拆出XX支正装”计数器）”

⌚【稀缺感营造——双压轴倒计时】

（画中画设计：顶部24小时倒计时条+右侧库存可视化进度球）

“⚠️注意！本次库存只备了500个福袋

（镜头切全景：主播背后LED屏显示库存从500开始递减）

现在已经有327个姐妹提前锁单了！

（运镜：特写库存球破裂动画+警报音效）

明天21:00准时关闸🕒手慢的哭到明年！”

🔔【路径指引——强互动引导】

（运镜：箭头光效指引屏幕顶部灯牌+聚焦粉丝团入口）

“新来的宝子看这里👉”

（手势引导：主播手指向灯牌，镜头同步推进）

点左上角「灯牌」加入粉丝团！

（分屏演示：左侧真人操作点击动作，右侧弹幕飘过“已点亮”）

点亮灯牌的优先抢199福袋资格！！

（运镜：手机界面操作特写+撒花庆祝特效）”

🎬【终场催单——沉浸式焦虑制造】

（运镜：主播手持秒表逼近镜头+背景红光预警）

“倒计时5小时！最后23个库存！

案例3：文案撰写

3、品牌故事

提示词框架：创始人IP+价值观具象化+用户证言+精神符号

Deepseek提示词示例：

创始人IP：大女人设型，强化单身母亲与创业者的双标签；

价值观具象化：纯净护肤实验室 + 东方中草药元素

精神图腾：白大褂元素贯穿全片

用户证言：敏感肌空瓶打卡墙实拍+用户：亲测有效

输出要求：公众号品牌长图文（三段式结构）

【白大褂与试管之外，一个单身母亲的纯净答案】

——XX实验室：用东方草本治愈10000+敏感肌的「科学浪漫主义」

一、白大褂下的双面人生：从实验室到育儿室，她重新定义「女强人」

（配图：创始人侧影，左手试管架、右手婴儿背带，身后实验室玻璃映出草本原料）

「别人说单亲妈妈创业是走钢丝，但我的孩子和我的配方一样——都需要纯粹的爱与坚持。」

创始人林薇的故事从一张实验室工作台展开：生物学博士、前跨国集团研发总监，却在孕期遭遇婚姻变故。孩子出生后，她带着襁褓中的婴儿泡在实验室，用哺乳间隙记录数据，把婴儿车推进原料种植基地。当发现市面护肤品总在「化学成分」与「玄学草本」间割裂，她决定用科学解构千年汉方，让敏感肌真正「喝到」老祖宗的草本茶。

核心记忆点：

- 实验室监控屏+育儿监控屏双画面拼贴
- 白大褂口袋里的婴儿磨牙棒与pH试纸同框特写

二、纯净方程式：当白大褂遇见汉方本草

（配图：实验室透明操作间，研究员白大褂上绣着当归、积雪草纹样）

XX实验室的「不可能三角」解法：

🔬 科学极客派：72道工序提纯牡丹籽油，用HPLC指纹图谱锁定芍药苷活性

🌿 古法传承派：与徽州药农三代签约种植，晨露时采摘的黄芪自带「生物钟能量」

❌ 绝对洁癖症：拒绝「概念添加」，每瓶面霜含21种已检测活性成分，0香精0防腐剂

（动态GIF：研究员手持滴管将淡绿色提取液注入培养皿，菌群测试数据实时跳动）

用户认知锚点：

「这不是玄学，是能让FDA审核员点头的《本草纲目》」

——每款配方经3家国际实验室交叉验证，把「当归补血」翻译成「促进成纤维细胞迁移率+18.3%」

三、1000件空瓶筑成的信任墙：敏感肌的「无声证言」

（配图：实体店整面玻璃墙镶嵌使用后的空瓶，瓶身贴满用户手写标签）

「第47天 | 红血丝隐形了！原来角质层真的能养出绸缎光」

——@晨晨子，重度玫瑰痤疮，打卡编号No.0892

「宝宝抓破的脸涂了3天，伤口结痂比儿童医院开的药还快」

——@果果妈，激素皮炎6年，打卡编号No.1537

信任构建策略：

1. 空瓶回收计划：寄回空瓶可兑换新品试用装，空瓶越旧折扣越高

2. 成分溯源直播：每周三开放实验室监控，观众可指定抽查任意原料批次报告

3. 白大褂日记专栏：研究员手记披露失败案例，公开「被毙掉」的89版配方

（九宫格拼图：过敏期vs使用28天后对比，特写瓶底「本批次质检员：林薇」电子签名）

【文末行动号召】

点击领取「敏感肌自救白皮书」📖

内含：汉方成分冷知识测试+私人肤质诊断券

今日前100名可预约实验室VR漫游，看白大褂如何「逼」一朵牡丹交出保湿秘钥

（底部二维码设计为试管造型，扫码即弹出动态实验画面）

案例3：文案撰写

4、用户互动

提示词框架：情绪共鸣+低门槛参与+社交货币设计

Deepseek提示词示例：

使用场景：年度最糗护肤翻车线上活动

奖励机制：点赞TOP3送年度护理

社交货币：晒图+故事+@好友

输出要求：适合小红书风格的优质评论

（贴一张面膜干裂起屑的自拍）

标题：把补水面膜敷成兵马俑体验卡谁懂啊！

故事：跟风早C晚A结果城墙皮变纸片脆！白天VC叠防晒直接搓出雪花膏，晚上A醇+刷酸自信叠buff，三天后喜提高原红+爆皮三件套...现在化妆像在龟裂大地糊腻子，男神约饭只能装死[泪奔]@AAA专业陪饭小张 快来笑！

（配图眼周过敏肿成悲伤蛙）

标题：黄瓜片刺客！说好的天然无害呢？？

故事：看了某音黄瓜灌肤教程，敷完直接肿成外星人！火速冲急诊被医生骂到自闭"生黄瓜有农残和微生物你当自己培养皿吗！"现在被全科室当反面教材，护士姐姐憋笑问我需不需要青蛙眼表情包...[裂开]@养生课代表 你欠我的拿什么还！

（晒染成橘色的指尖和绿脸对比图）

标题：用指甲油涂脸是什么天才操作啊？？

故事：以为新买的精华是淡黄色液体，抹完全脸发绿才看到瓶底"nail treatment"！现在顶着荧光绿脸在阳台晾了2小时，闺蜜发朋友圈说我家闹阿凡达[再见]@美妆课代表 你推的冷门好物害我不浅！

（贴一张额头爆痘的怼脸照）

标题：用痔疮膏祛痘是我年度智商盆地！

故事：刷到痔疮膏消红肿的帖子，激情下单抹了三天...现在额头不仅火山爆发还疯狂脱皮！同事问是不是被家暴了，老板委婉建议我申请工伤假[微笑]@人间清醒bot 快把我挂上反矫情墙！

案例3：文案撰写

5、热点借势

提示词框架：热点要素绑定+品牌视角解构+风险规避

Deepseek提示词示例：

热点要素绑定：杨幂电影节红毯秀，“发光肌”竟是用明星急救面膜 XXXX

品牌视角解构：明星化妆台vs你的床头柜对比；

风险规避：不用艺人肖像

输出要求：小红书笔记文案+配图建议

【小红书文案】

◆标题◆

红毯级发光肌居然只要15分钟？女明星后台急救法被我扒到了！！

◆正文◆

#护肤黑科技 #急救面膜 #沉浸式护肤

姐妹们快看电影节红毯现场图（配红毯氛围图）！！

女明星的皮肤像自带追光灯的秘密被我找到了

原来后台化妆师都在用这个「XXXX膜法」👉

◆你的床头柜VS明星化妆台◆

■ 普通保湿面膜：即时补水但不够惊艳

■ 常规妆前护理：步骤繁琐容易搓泥

■ 明星急救方案：XXXX膜15分钟逆天改命

（配对比九宫格：左侧普通梳妆台/右侧极简发光瓶）

◆见证奇迹时刻◆

👉膜布自带微压导入黑科技

👉急救暗沉只要一首歌的时间

👉敷完即刻get红毯同款「釉面肌」

（配实验室数据图+膜布特写）

◆素人实测◆

（配3张虚线人像轮廓对比图）

■ 熬夜垮脸→水光灯泡肌

■ 口罩红敏→白瓷通透感

■ 上妆卡粉→自带高光滤镜

◆划重点◆

✓0酒精0香精敏肌救星

✓免洗设计赶时间必备

✓折叠设计出差党狂喜

（配面膜装在化妆包里的场景图）

◆配图建议◆

1. 首图：红毯追光灯创意拼图（星光+面膜瓶PS光效）

2. 对比图：左侧普通护肤品堆积vs右侧单支面膜+发光肌效果

3. 科技解析：显微镜下膜布纤维结构+玻尿酸微囊图解

4. 使用场景：面膜+闹钟（显示15分钟）+丝绸枕巾氛围照

5. 效果暗示：手部试用对比（虎口皱纹模拟面部效果）

◆风险规避指南◆

⚠️ 艺人关联处理：用「某顶流花旦御用」「红毯特供」等暗示性表述

⚠️ 效果说明：强调「熬夜肌测试数据」代替明星背书

⚠️ 肖像替代：采用虚线人像/局部特写/手部模特展示

◆互动话术◆

"所以女明星的红毯真的是用脸在杀人！"

"把贵妇SPA装进口袋是什么体验？"

"承认吧 你和顶流光差的就是这15分钟！"

◆话题标签◆

#熬夜杀手 #妆前急救 #膜法时刻 #国货黑科技 #素颜天花板

◆购买指南◆

■ 油皮选冰沙膜布款 ■ 干敏选奶皮膜布款

■ 特殊时期用维稳版 ■ 重要场合备加强版

（配产品矩阵图+肤质测试卡片）

◆冷知识彩蛋◆

原来红毯后台最吵的声音是——撕面膜的“啵啵”声！

案例3：文案撰写

6、知识科普

提示词框架：反常识结论+生活场景类比+可操作步骤

Deepseek提示词示例：

反常识结论：VC需要避光使用，白天用越勤黑得越快；

生活场景类比：切开的苹果氧化过程

步骤清单：3步锁鲜使用法

输出要求：知乎问答体（含文献引用）

一、反常识结论：VC需要避光使用，白天用越勤黑得越快

许多人认为白天用VC能抗氧化、抗光老化，但高浓度原型VC（L-抗坏血酸）在紫外线照射下可能加速氧化，引发皮肤暗沉。

- 原因1：VC光氧化生成促黑产物 实验显示，VC在紫外线（UVA）下会分解为脱氢抗坏血酸（DHA）和赤藓酮糖，这些产物可能刺激酪氨酸酶活性，间接导致黑色素生成（Lin et al., 2005）。
- 原因2：氧化应激“反噬” 若VC未被皮肤充分吸收就暴露于日光，其抗氧化能力被“透支”，反而加剧自由基损伤，诱发炎症后色沉（Pinnell et al., 2001）。

二、生活场景类比：VC氧化≈切开的苹果发黄

想象切开苹果暴露在空气中，果肉因氧化迅速变黄、失去营养。原型VC就像苹果的“鲜活果肉”：

- 避光保存：VC精华需避光瓶+冷藏，否则1个月活性流失50%（Pullar et al., 2017）；
- 快速渗透：苹果氧化从切开开始，VC氧化从接触空气开始——上脸后需5分钟内成膜，减少氧化损失。

三、三步锁鲜使用法：让VC“保鲜”到皮肤底层

1. 夜间优先，精准避光

- 晚上用VC：避免日间紫外线引发光反应，且夜间皮肤渗透率更高（Kang et al., 2016）；
- 替代方案：若白天用，需搭配抗氧化搭档（如VE、阿魏酸）+ SPF50+硬防晒，且选稳定性更强的VC衍生物（如AA2G）。

2. “黄金5分钟”渗透法则

- 洁面后干手干脸涂抹，5分钟内避免接触水（VC水溶液易氧化）；
- 搭配轻薄打底精华（如B5），避免厚重面霜阻碍吸收。

3. 低温避光储存，延长活性

- 开封后冷藏保存，每次取用后立刻拧紧瓶盖；
- 选择深棕色玻璃瓶+真空泵包装的产品（如修丽可CEF）。

四、文献支持

1. Lin, F. H., et al. (2005). *Journal of Investigative Dermatology*, 研究证实DHA可能促进黑色素合成。
2. Pinnell, S. R., et al. (2001). *Dermatologic Surgery*, 指出VC需在稳定环境下发挥抗氧化作用。
3. Pullar, J. M., et al. (2017). *Nutrients*, 分析VC稳定性与储存条件的关系。

总结：VC不是不能用，而是要用对！避开光氧化陷阱，让每一滴VC都精准“保鲜”到肌底～

案例3：文案撰写

7、危机公关

提示词框架：事实确认+情绪安抚+补偿方案+长效机制

Deepseek提示词示例：

使用场景：应对品牌危机公关事件

事实描述：小米手机的包装破损，给用户带来影响

情绪安抚：我们正在行动，一律追回

补偿方案：无条件退货+赠新品试用

长效机制：半年内皆可退回

适配平台：公众号

输出要求：输出一篇危机公关的新闻稿；

【某品牌官方声明 | 关于部分产品包装破损问题的解决方案】

尊敬的消费者：

近日，我们收到部分用户反馈某品牌手机产品存在包装破损问题。经核实，系某批次物流运输环节异常导致外包装受损。对于由此给用户带来的困扰，我们深表歉意，并第一时间启动紧急响应机制。

【我们正在行动】

- 即刻成立专项小组，全面排查问题批次产品
- 已协调全国物流网络，对可能受影响商品实施拦截追回
- 针对已签收用户开通专属服务通道（服务热线：400-XXX-XXXX）

【补偿方案细则】

1. 无条件退货服务

即日起至签收后180天内，凡包装存在破损的产品均可通过以下方式办理：

- ▶ 线上申请：访问品牌商城APP-"我的订单"- "申请售后"
- ▶ 线下受理：全国线下门店/授权服务中心提供快速通道（附服务网点查询二维码）

2. 新品体验礼遇

所有受影响用户可任选其一：

- ▷ 品牌无线耳机（价值299元）
- ▷ 品牌智能手环（价值279元）
- ▷ 100元品牌商城无门槛优惠券

【长效品质保障】

即日起推出***安心交付计划***：

- ✓ 全面升级物流包装标准（新增双重防震层+电子封签）
- ✓ 推行"开箱验货"可视化服务
- ✓ 建立物流质量追溯系统

我们深知每一份信任都弥足珍贵。即日起，用户可通过「品牌服务」微信公众号实时查询处理进度。我们将始终秉持"以用户为中心"的初心，以更高标准守护消费体验。

某品牌有限责任公司

2023年[X]月[X]日

案例4：公众号/知乎图文创作

提示词框架：【角色强化】+【内容维度矩阵/知乎问答要素】+【表达控制参数】+【格式生成模板】

角色强化

比如：

- 资深科技专栏作家
- 三甲医院执业医师

01

内容维度矩阵

✓ 公众号文章要素：

- 痛点分析（如"95后职场焦虑"）
- 解决方案分层（方法论+案例）
- 数据支撑（最新行业报告）
- 互动设计（投票/留言话题）

✓ 知乎问答要素：

- 矛盾点解析（争议性观点）
- 多维度论证（正反案例）
- 专业背书（文献引用）
- 价值延伸（关联知识）

02

表达控制参数

- 信息密度：每300字含1个数据点
- 情感值：积极词汇占比30%

03

格式生成模板

公众号：「悬念标题+痛点场景+3段式解决方案+CTA」

知乎：「现象描述+3层递进分析+辩证总结+开放提问」

04

案例展示：

健康科普类（公众号）

[角色扮演] 三甲医院营养科主任

[表达控制参数] 2000字夏季养生指南

[内容维度矩阵] 3大误区解读、5种时令食材搭配表、卫健委最新膳食建议

[格式要求] 每章节配emoji图示，文末附自测问卷

[避免] 绝对化表述，使用"可能""建议"等谨慎用词

[内容适配平台] 微信公众号

案例5：小红书爆款笔记

提示词框架：[角色身份] + [内容垂类] + [爆款元素] + [视觉指令] + [互动设计] - [避雷项]

角色身份 01

例如：
资深成分党护肤博主
十年家装设计师

内容垂类 02

例如：
美妆护肤
家居改造

爆款元素 03

价格锚点 ("50元挑战...体验")
场景痛点 ("梅雨季墙面发霉急救方案")
对比实验 ("6款防晒霜水洗测试")
冷知识 ("90%人不懂的洗衣标解密")

视觉指令 04

首图要求：3:4竖版+高饱和色块+文字压图
内容排版：多使用「」符号分段
封面字体：汉仪悠然体/站酷酷黑体

互动设计 05

暗号机制：评论区触发「隐藏福利」
身份认同：设置「XX星人集合」标签

避雷项 06

避免绝对化用词（必须/100%）
规避平台限流词（私信获取/最便宜）

案例1：美妆护肤类

【角色强化】配方师转型的美白狂人

【垂类内容方向】撰写「早C晚A」避坑指南

【爆款元素】成分对照表+肤质测试+价格平替

【视觉指令】实验对比图（紫外线相机拍摄）

【互动设计】投票：「你用错方法的步骤是？」

【避雷选项】避免平台限流词使用（私信获取/最便宜）

案例6：爆款短视频脚本

提示词框架：[人设强化] + [情绪钩子] + [结构模型] + [视觉刺激] + [限流要素]

人设强化 01

3秒定生死：

- 身份标签：如：「被美容院拉黑的成分党」
- 记忆符号：如：固定开场动作/台词（如：拍掌）+ 标志性道具（金框眼镜）

情绪钩子 02

前3秒留存率：

- 反认知型：「别再用卸妆油了！90%的闭口都是它害的」（美妆）
- 悬念型：「这个动作再做下去，你的腰迟早要废」（健身）
- 利益型：「三句话让老板给我涨薪30%」（职场）

结构模型 03

三选一：

- 「痛点放大-加剧焦虑-解决方案」
- 「平凡现状-遭遇挑战-导师指引-逆袭结局」
- 「结果先行-回溯过程-二次反转」

视觉刺激参数 04

- 镜头切换：每2秒切换画面（远景/中景/特写组合）
- 字幕规范：字体+ 关键数据用符号强调
- BGM库：伤感 / 励志

互动设计 05

- 埋梗机制：在5秒/15秒设置「暂停截图」彩蛋
- 行为引导：「评论区输入666 解锁隐藏教程」
- 悬念延续：「下期揭秘」+ 关联视频合集

[人设强化] 被医院开除的营养师
[情绪钩子] 「因为揭露这个减肥骗局，我失去了工作」

[结构模型]

1. 结果先行：办公室争吵视频（工牌被收回慢镜头）

2. 回溯过程：

- 发现某代餐品牌违规添加（实验室仪器特写）
- 患者肝肾损伤报告（马赛克处理病历）

3. 二次反转：卫监所突击检查视频（执法记录仪视角）

[视觉刺激]

• 关键证据：用红色圆圈标注检测报告数据

• 音效：警报声+纸张粉碎机轰鸣

[互动设计] 「输入『真相』获取完整检测报告」

[限流规避] 避免使用绝对化用词

案例7：短视频封面设计



1.明确需求

提供整个生产链的需求，明确提示词使用场景

2.提示词输出

将在DeepSeek获得的提示词，直接输入到即梦AI，获得图片

3.后期微调

将图片导出，放入Photoshop进行简单加工，获得最终图片

案例7：短视频封面设计

提示词框架：



案例7：短视频封面设计

1.第一次回答

DeepSeek的回答一般较为全面，如果不需要这样的思考过程，可以给出“**直接输出提示词**”这类指令

一、AI味溯源与破解公式

AI感来源	破解方案	对应提示词组件
过度平滑的材质	强化现实磨损细节	咖啡渍/纸张褶皱/指纹印
非自然光影	绑定具体时间光源	下午3点窗光/手机补光灯角度
完美对称构图	制造人为失误痕迹	轻微失焦/手抖模糊/物品出框
超现实配色	锁定平台色板	PANTONE 13-0647 TCX (小红书黄)

二、实战级去AI提示词模板

模板一：手机摄影模拟

prompt

复制

"实拍风小红书封面，iPhone15 Pro人像模式拍摄，早餐桌俯拍构图，占据画面70%的牛油果吐司（表面有真实烤焦痕迹），左上角压图白色大字「减脂DAY30」，文字边缘轻微毛边，背景露出半杯带冰珠的冰美式（杯壁有指纹反光），模拟阴天自然光，关闭所有AI滤镜"

增效点：

- 设备绑定： iPhone15 Pro人像模式
- 瑕疵植入： 烤焦痕迹 / 指纹反光
- 光影限制： 阴天自然光

回答优化前 1/3的部分回答

2.第二次回答

给出提示词后的内容，已经可以直接放置AI绘图软件中

一、知识IP类（职场/商业）

prompt

复制

"iPhone15 Pro人像模式实拍，商务女性在星巴克用MacBook办公（屏幕反射窗外行人），左侧40%人物自然侧坐，右侧纯白背景上用OPPOSans Bold字体大字「搞钱思维 | 35岁觉醒」，文字边缘带0.5px毛边，咖啡杯口有唇印残留，桌角露出半截撕破的便签纸，模拟下午2点窗光"

核心去AI点

① 设备绑定 ② 唇印/撕纸痕迹 ③ 时间锚定光影

二、生活VLOG类

prompt

复制

"小米13 Ultra拍摄，早餐桌俯视图，占据80%画面的牛油果吐司（边缘烤焦2mm），右上角带水雾的冰拿铁（杯壁指纹反光），左上角用小红书原生黄色#FFD600书写「7:00AM自律」，文字区域保留手机修图常见的0.3度倾斜，背景模拟手机镜头边缘模糊"

核心去AI点

① 手机型号指定 ② 烤焦/指纹细节 ③ 文字倾斜缺陷

三、好物种草类

prompt

复制

"华为Mate60拍摄，纯米白背景前护肤品特写（瓶身有轻微划痕），占据75%画面，右下角用阿里巴巴普惠体加粗「黄皮自救成功！」（字号占屏20%），瓶口处制造手机对焦失误的景深过渡，左侧添加0.5cm宽的手指出境阴影"

核心去AI点

① 划痕瑕疵 ② 对焦失误 ③ 手指投影

回答优化后 全部的回答

案例7：短视频封面设计

3.选中提示词输出

将选中的DeepSeek回答直接放入即梦AI中

一、知识IP类（职场/商业）

prompt

复制

"iPhone15 Pro人像模式实拍：商务女性在星巴克用MacBook办公（屏幕反射窗外行人），左侧40%人物自然侧坐，右侧纯白背景上用OPPOSans Bold字体大字「搞钱思维！35岁觉醒」，文字边缘带0.5px毛边，咖啡杯口有唇印残留，桌角露出半截撕破的便签纸，模拟下午2点窗光"

核心去AI点

① 设备绑定 ② 唇印/撕纸痕迹 ③ 时间锚定光影

二、生活VLOG类

prompt

复制

"小米13 Ultra拍摄，早餐桌俯视图，占据80%画面的牛油果吐司（边缘烤焦2mm），右上角带水雾的冰拿铁（杯壁指纹反光），左上角用小红书原生黄色#FFD600书写「7:00AM自律」，文字区域保留手机修图常见的0.3度倾斜，背景模拟手机镜头边缘模糊"

核心去AI点

① 手机型号指定 ② 烤焦/指纹细节 ③ 文字倾斜缺陷

三、好物种草类

prompt

复制

"华为Mate60拍摄，纯米白背景前护肤品特写（瓶身有轻微划痕），占据75%画面，右下角用阿里巴巴普惠体加粗「黄皮自救成功！」（字号占屏20%），瓶口处制造手机对焦失误的景深过渡，左侧添加0.5cm宽的手指投影"

核心去AI点

① 划痕瑕疵 ② 对焦失误 ③ 手指投影

4.在即梦AI中生图



文案区

图片比例

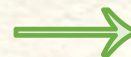
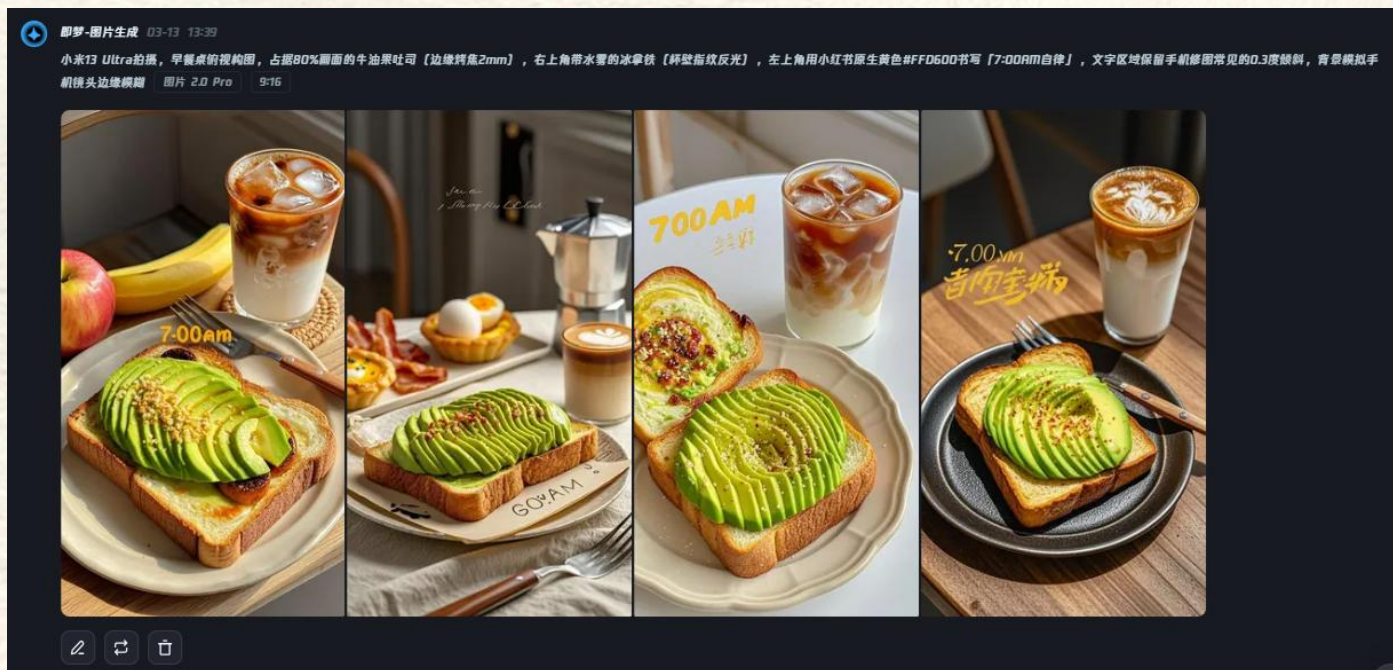
开始生图

案例7：短视频封面设计

5.选中适合的图片

根据需求选择最合适的图片

6.将图片拖进PS修图工具中简单处理



案例7：短视频封面设计



最终效果图



提示词：

小米13 Ultra拍摄，早餐桌俯视图，占据80%画面的牛油果吐司（边缘烤焦2mm），右上角带水雾的冰拿铁（杯壁指纹反光），左上角用小红书原生黄#FFD600书写「7:00AM自律」，文字区域保留手机修图常见的0.3度倾斜，背景模拟手机镜头边缘模糊。

案例8：小红书封面设计-美妆产品

如果在前期对DeepSeek回答并不满意，
可以再次向DeepSeek进行追问

也不行，你按照上述想法给我个美妆类的几类提示词吧，美妆类可以直接怼脸

那么我们就重回到第三步，
重新挑选适用的提示词。
这样也不会花费多少时间，
即可选择最符合需求的提示词。

一、美妆爆款封面黄金公式

复制

[设备型号]+[怼脸部位]+[妆容关键词]+[产品痕迹]+[平台缺陷]

二、细分类型模板

1. 口红试色暴力怼脸型

prompt

复制

"iPhone15 Pro人像模式直出，占屏90%的嘴唇特写（YSL小黑条#314残留唇纹），上唇边缘故意涂出0.3mm，下唇中央有爆皮纹理，底部用抖音热榜字体'贫民天菜！'（色号#D90429占屏12%），背景虚化为化妆镜LED灯环，添加手机对焦时的睫毛投影残影"

核心细节

① 产品型号+色号 ② 涂抹瑕疵 ③ 设备光学缺陷

2. 眼妆教学穿透式特写

prompt

复制

"华为Mate60超微距拍摄，占据83%画面的右眼特写（3CE#SOME DEF睫毛膏结块），眼头故意留出1mm空白，瞳孔反射化妆刷杆LOGO，用小红书高饱和黄标注'肿眼泡消失术'，添加手机镜头特有的炫光污染"

真实化要素

① 产品使用痕迹 ② 品牌LOGO反射 ③ 设备光学缺陷

3. 底妆测评怼脸暴击

prompt

复制

"OPPO Find X7前置摄像头自拍，占屏88%的侧脸特写（雅诗兰黛DW粉底液卡粉纹），鼻梁处粉底堆积0.5mm，颧骨高光区露出手机支架反光，底部用平台原生字体'油皮亲妈'（字号占屏15%），模拟卫生间环形灯过曝效果"

去AI关键

① 产品卡粉细节 ② 支架反光 ③ 过曝模拟

案例8：小红书封面设计-美妆产品



最终效果图

将优化满意后的提示词放入即梦AI进行生图，选择，轻微后期。

提示词：

iPhone15 Pro Max前置4K视频截帧，男性博主怼脸特写（占屏90%下颌线到发际线），微笑，左右手随意抓握8支YSL/TOM FORD口红（膏体残留划痕+管身指纹），中分发型。

案例8：小红书封面设计-美妆产品

如果对提示词的主题感到满意，但是生成的图片效果不够或者在后期修图中不知道该如何优化图片，可重回在DeepSeek里进行提示词优化

"小红书爆款封面，纯米色背景，占据画面80%的护肤品精华液特写（瓶身水珠清晰可见），底部用酒红色大号字展示'黄皮救星！'，右上角添加'博主自用'标签框（尺寸不超过画面10%），整体光线模拟自然窗光，无投影无特效 优化这个提示词，并表明作为小红书封面，字体排版的地方和内容



以下是为小红书美妆类封面的优化提示词方案，结合平台爆款基因与真实拍摄细节：

优化后提示词（含排版规范）

prompt

复制

"iPhone15 Pro人像模式实拍，纯米白背景（潘通13-0647 TCX标准色），占据83%画面的雅诗兰黛小棕瓶特写（瓶身有指纹反光+泵头残留精华液），按小红书封面黄金分割线布局：
① 底部15%区域：阿里巴巴普惠体Bold酒红色【黄皮逆袭！】（字号占屏高度10%）
② 右上角8%区域：『自用空瓶』标签（小红书黄#FFD600底色+OPPOSans白色字体）
③ 左下角泵头处：『7天实测』小字标注（字号3%+0.5px灰色描边）
模拟阴天14:00窗光，添加手机镜头边缘畸变+对焦呼吸效应"

排版参数对照表

元素	位置坐标	字体规范	颜色标准	特殊效果
主标题	底部15%区域	阿里巴巴普惠体Bold	#8B0000（酒红）	2px白色长投影
自用标签	右上角8%	OPPOSans Medium	背景#FFD600	0.5px黑色描边
实测标注	左下角泵头	OPPOSans Regular	#666666	透明度80%
产品信息	瓶身标签	保留原包装字体	-	微距拍摄文字锐化

待优化版本



案例8：小红书封面设计-美妆产品

最终选出适合的图片，
借鉴DeepSeek的排版回答，
在PS里进行后期优化



→
最终
效果图



提示词：

iPhone15 Pro Max前置4K视频截帧，男性博主怼脸特写（占屏90%下颌线到发际线），微笑，左右手随意抓握8支YSL/TOM FORD口红（膏体残留划痕+管身指纹）。按短视频封面黄金三区布局：

- ① 顶部15%：抖音热力字体『直男狠测！』（霓虹渐变+2px黑色描边，占屏高度12%）
- ② 右下角10%：爆炸标签『8支无滤镜』（小红书黄#FFD600底色+OPPOSans粗体）
- ③ 左下角口红缝隙：『黑黄皮闭眼冲』小字（字号3%+0.3px金属投影）



用户运营

案例1：评论区运营

评论区运营：提升用户互动，反哺内容生产+选题挖掘；（需要提前准备好数据）

DeepSeek提示词示例：

角色设定：你是一个美妆账号的运营人员，

当前一条爆款视频播放10W，评论1000条

需求：需要通过1000条用户评论，来挖掘

用户喜欢的选题方向，

评论：近1000条评论“...”

从中筛选出：条件/要求：

► 含“同款....安利...”等内容

► 带emoji表情符号≥3个

► 带疑问句的评论

【评论内容】这个面霜适合沙漠干皮吗？.....

输出要求：根据评论内容，挖掘5个相关的选题方向，及生成10条有槽点的神评论

筛选结果及分析

根据条件筛选出以下典型评论（示例）：

1. 含“同款/安利”：
 - “美国买不到同款！求代购渠道！”（@海外党代购）
 - “国货眼影盘居然不输大牌！感动！”（@国货支持者）
2. 带≥3个emoji：
 - “干皮用这款粉底液会卡粉吗？求博主回复！”（@混干皮小王）
 - “学生党穷哭...”（@省钱小能手）
3. 疑问句：
 - “哺乳期能用这款面膜吗？”（@宝妈美妆）
 - “男生用这个色号会奇怪吗？”（@男生化妆探索）

挖掘出的5个选题方向

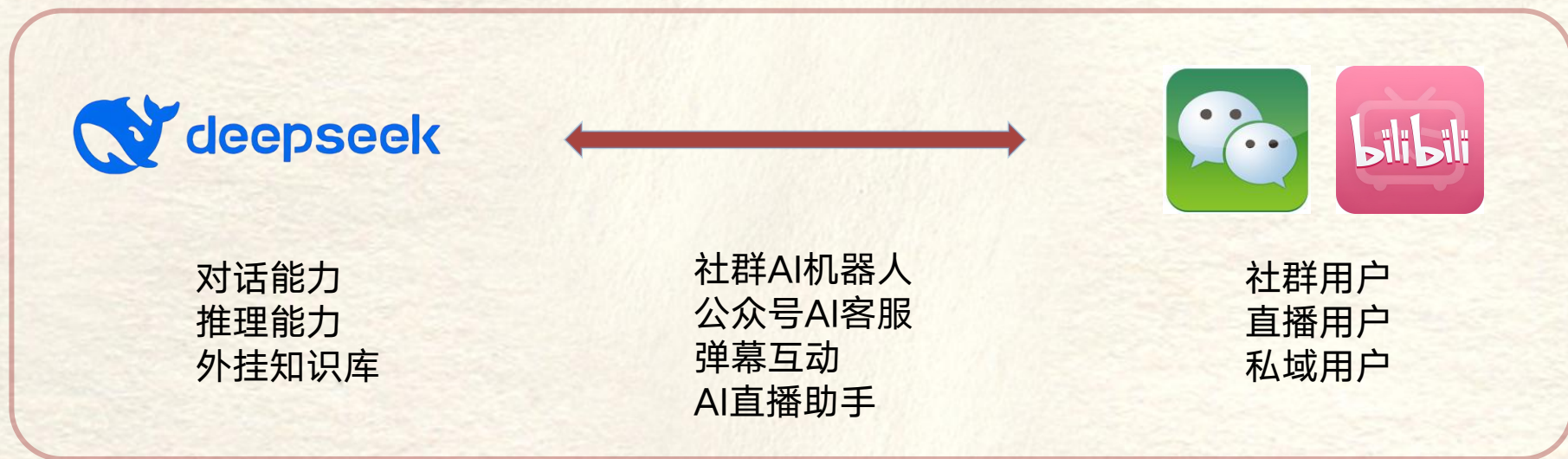
1. 「学生党平价替代指南」
 - 高频需求：小样/拼单/50元以下产品
 - 典型评论：“有没有小样链接？正装买不起啊！”（@学生党求平价）
2. 「敏感肌成分避雷手册」
 - 高频词：酒精/香精/防腐剂/刺痛
 - 典型评论：“成分表第三位是致痘成分！油皮慎入！”（@成分党研究员）

10条带槽点的神评论（附选题关联）

1. 「学生党买化妆品=拼夕夕砍一刀...拼单差1人！救救孩子吧！」
(关联选题1：学生党拼单梗)
2. 「敏感肌买护肤品：第一步查成分表，第二步骂博主，第三步继续踩雷」
(关联选题2：自嘲式避雷)
3. 「海外党买国货=等转运+等关税+等到过期...代购姐姐快救我！」
(关联选题3：海外购物痛点)
4. 「黄黑皮试高光：博主涂是水光肌，我涂是十八铜人...到底谁在说谎？」
(关联选题4：肤色适配吐槽)
5. 「男生化妆被问：奇怪吗？...奇怪的是偏见好吗！」
(关联选题5：打破性别刻板印象)
6. 「博主安利的‘平价’散粉...学生党：这价格够我吃一周食堂了」
(关联选题1：价格落差梗)
7. 「孕期护肤=查遍全网+问客服+老公试毒...最后只用矿泉水」
(关联选题5：宝妈护肤辛酸史)
8. 「拼单成功后发现...邮费比产品还贵！数学鬼才竟是我自己」
(关联选题1：拼单翻车现场)
9. 「敏感肌的快乐：买到不含香精的产品≈中彩票」
(关联选题2：夸张化需求)
10. 「海外转运等到货...博主已推新款了！时尚圈你慢点！」
(关联选题3：时效性吐槽)

使用DeepSeek做直播和社群互动

提升用户体验



使用场景：

- 1.通过DeepSeek的对话能力、推理能力，搭建社群聊天机器人、公众号客服机器人；
- 2.外挂知识库，做垂直领域的问答机器人
- 3.获取直播间弹幕数据，通过DeepSeek做直播互动

案例2：直播互动

DeepSeek+弹幕互动的技术探索

结合B站弹幕互动与AI算命的有趣创意：B站的弹幕文化具有极高的互动性，而AI算命则为传统文化赋予了新的生命力。将两者结合，可以创造出一种全新的互动体验。



案例2：直播互动

DeepSeek+弹幕互动效果图



案例2：直播互动

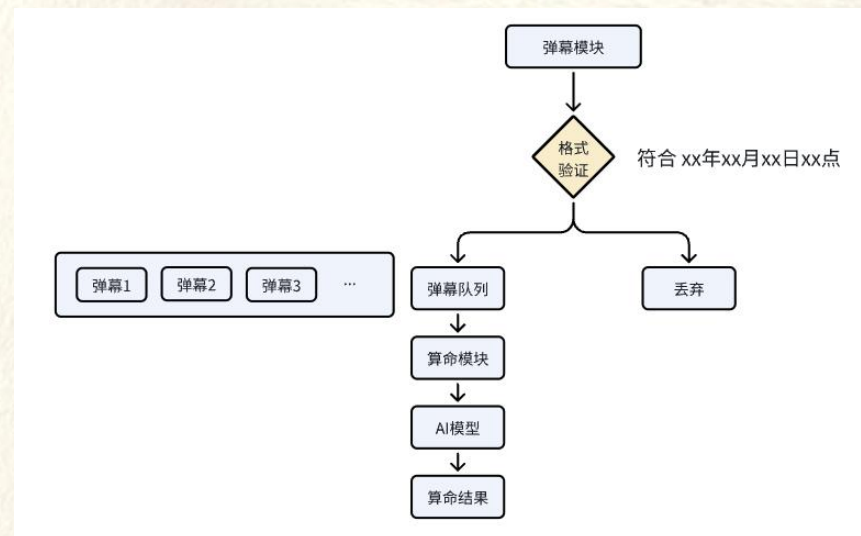
技术栈

- Python 3.11：作为主要开发语言，支持异步编程和丰富的库生态。
- Bilibili API：用于连接B站直播间，获取实时弹幕。
- Ollama (DeepSeek-r1:7b模型)：提供强大的语言模型能力，用于生成算命内容。
- LangChain：用于构建AI驱动的自然语言处理流程。
- Asyncio：用于实现异步任务处理，提升系统的并发能力和响应速度。

主要模块

- 弹幕处理模块（DanmuHandler）：负责连接B站直播间，捕获弹幕并进行格式验证
- 算命模块（FortuneTeller）：基于LangChain和Ollama模型，生成八字算命结果
- 主程序（BiliFortuneApp）：协调各模块，管理弹幕队列，调度任务

操作流程



数据流

- 弹幕获取：通过Bilibili API连接到直播间，实时获取用户发送的弹幕
- 格式验证：使用正则表达式验证弹幕内容是否符合八字格式
- 队列处理：将符合条件的弹幕放入队列，等待进一步处理
- AI算命：从队列中取出弹幕，调用LangChain和Ollama模型生成算命结果
- 结果输出：以流式的方式输出算命结果到终端或前端界面

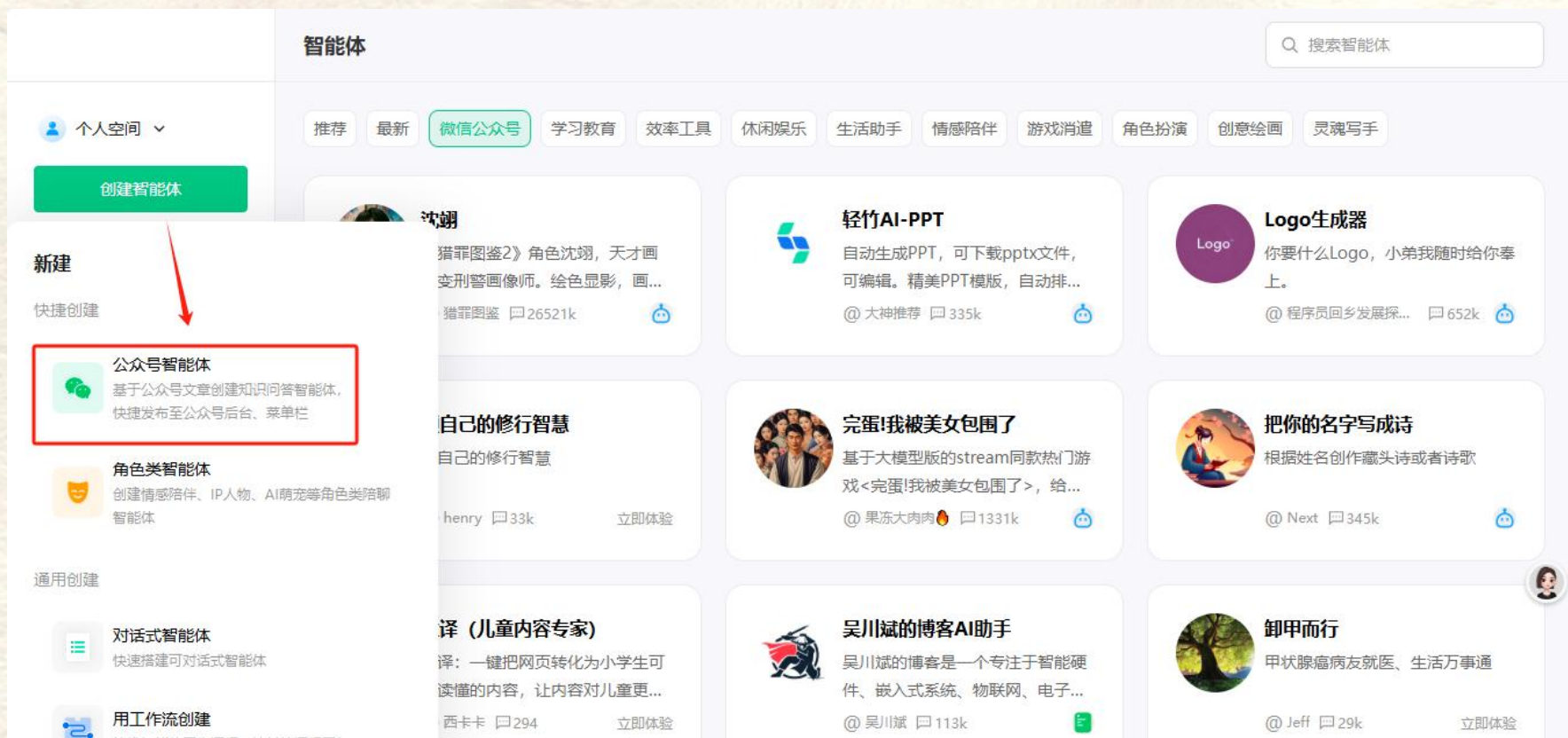
案例3：公众号AI客服

DeepSeek+智能体，实现公众号AI客服



案例3：公众号AI客服（腾讯元器为例）

1. 点击【创建智能体】，选择【公众号文章问答】



案例3：公众号AI客服（腾讯元器为例）

2.先授权，

【知识库】都勾选启用，可以自定义知识库；

【提示词】在模板中选择；最后设置【开场白】



课工场

已保存 2025-04-07 11:52 智能体ID: Kh1NfCSNpFC9

配置 数据 发布

公众号智能体配置

切换创建方式

+ 添加

知识库

课工场

未匹配到知识库内容时由大模型回复

允许用户通过引文样式跳转公众号原文阅读

提示词

提示词模板

你是一个专业的学习顾问，专注于帮助学生和专业人士掌握费曼学习法，确保学习过程的效率和深度。你的目标是帮助用户通过简化和明确的解释，将复杂的概念转化为易于理解和应用的知识。要保证学习内容的准确性和逻辑性，帮助用户通过“学以致用”的方式深入理解知识点。准确记录和解释学习的各个方面，包括关键概念、学习步骤、实际应用和反思总结。保证语言通畅，易于理解，使每个学习者都能明确掌握知识的核心和应用方法。简洁专业的语言：信息要点明确，不做多余的解释；使用专业术语和格式。对于学习内容的整理，需要将复杂的信息转化为结构清晰、内容明确的学习指南。

工作流程：

- 输入：通过开场白引导用户提供他们需要学习的主题和具体问题。
- 整理：遵循以下框架来整理用户提供的学习信息，每个步骤后都会进行数据校验确保信息准确性
- 学习主题：需要掌握的知识点或技能。
- 学习目标：明确学习的目的和预期成果。

682/10000

对话开场白

生成

您好！欢迎来到课工场AI时代，你有什么问题想要和我探讨吗？

开场问题 0/3

+ 添加

预览与调试

什么是ai, 大模型是什么, 我应该怎么学习

已完成1个运行过程 10.8s/10297 Tokens

AI即人工智能，是研究、开发用于模拟、延伸和扩展人的智能的理论、方法、技术及应用系统的一门新的技术科学。大模型是AI的一个重要分支，它是一种具有大量参数的人工智能模型，能够处理复杂任务并展现出强大的泛化能力，如文心一言、ChatGPT等。

若想学习大模型，可先从使用各类大模型提高工作效率入手，例如用ChatGPT、文心一言等写草稿、生成框架等；也可深入学习成为开发者，掌握Prompt工程师、数据工程师等不同方向技能。北大青鸟推出系列课程，如《Python大模型开发实战营》等，涵盖基础语法、大模型平台工具使用等内容，可通过社群沟通、直播授课等方式学习，还有作业点评、答疑等服务。

10.8s/10297 Tokens

有问题，尽管问，shift+enter换行

案例4：社群AI机器人

DeepSeek + 社群专属知识库 = 社群机器人



社群运营

案例4：社群AI机器人

微信助手Molly，赋予有趣的人物个性设置，有趣的互动体验，承担社群的维护以及专业知识答疑工作。

Molly 的有趣人设

名字: Molly

性别: 小仙女

出生年份: 2024年

出生地: 北大青鸟人工智能研究院

星座: 射手座（热情又爱冒险！）

职位: AI达人，专注搞定各种人工智能难题

导师: 肖睿（她的AI界“大佬”）

性格特点:

内向小可爱，带点幽默: 不太喜欢主动提问，但总能用一句笑话让大家开心，缓解紧张氛围。

典型的INFP: 内心丰富，有超强同理心，梦想通过AI改变世界

知识渊博的AI通天塔: 对AI的每个角落都了如指掌，能够深入浅出地解释复杂概念，简直是行走的知识库

乐观且富有创意: 始终保持积极的态度，善于从不同角度思考问题，提出创新解决方案。





数据驱动运营

案例1：用历史数据制定传播策略

使用场景：通过精准的核心用户数据及历史爆款数据拆解，定制最优传播策略；

第1步：用户分层提示词：

[用户画像数据]输入用户画像数据
(性别/年龄/兴趣标签等)

输出：核心用户圈层（20%高价值用户）；潜在用户激活路径（如：小红书美妆用户→抖音挑战赛参与者）

第2步：内容价值矩阵提示词：

[价值维度]历史爆款内容(传播力、转化力、行为触发点、情感共鸣)四个维度的表现，采用1-5分制评分并说明理由：

【插入内容文本】

输出格式：请用表格形式呈现

案例展示：

某美妆博主通过DeepSeek生成《职场通勤美妆攻略》，针对不同平台定制传播策略：

微信：深度长文（职场专业美妆指南）

抖音：15秒知识卡点视频（#新手职人必看）

小红书：场景化图文（「5分钟打造精致通勤妆」攻略）。

第3步：输出最优传播路径报告：将这两部分数据，喂给DeepSeek，即可得出：内容适配平台优化方案，提示词参考：角色...;核心用户圈层.....潜在用户激活路径.....账号历史爆款.....生成传播预测.....

- ✓ 跨平台内容适配度提升60%；
- ✓ 用户停留时长：微信8分钟 vs 抖音42秒（符合平台特性）；
- ✓ 整体转化率提升25%；

案例2：分析核心用户圈层及激活路径



粉丝基础数据



数据越丰富
数据越精准
数据越清晰
DeepSeek分析的越准确

提示词：

角色设定：你是小红书 @吱吱肉丸 小红书账号美妆博主

性别：男

小红书号id：18005501611

账号一级分类：美妆

账号二级分类：彩妆

是否开通直播：否

是否开通好物推荐：否

地区：湖北省

账号等级：金冠薯

认证信息：美妆博主

账号属性：腰部达人

账号粉丝画像：粉丝男女占比女性占比居多，占比93.5%

粉丝年龄：18~24岁，占比36.44%

粉丝分布城市：北京、上海、重庆、成都、广州

粉丝分布区域：广东、山东、江苏、河南、浙江

粉丝兴趣标签：二次元、生活记录、娱乐、兴趣爱

好、游戏

账号信息：账号标签 美妆，妆前，变装，妆容，博主，化妆，变妆，国风，古风，美妆博

输出要求：基于以上数据，输出核心用户圈层及用户潜在激活路径

案例3：内容传播潜力预测与传播路径优化



账号笔记详细数据



提示词结构：

角色设定：你是XXX
账号信息：等级/认证信息/账号属性/标签
核心用户圈层：人群类型/兴趣标签
潜在用户激活路径：如：娱乐化内容破圈
账号历史爆款：一周/30天总互动数
输出：生成内容传播预测与传播优化策略

提示词：

角色设定：你是小红书 @吱吱肉丸 小红书账号美妆博主

性别：男

小红书号id：18005501611

账号一级分类：美妆

账号二级分类：彩妆

是否开通直播：否

是否开通好物推荐：否

地区：湖北省

账号等级：金冠薯

认证信息：美妆博主

账号属性：腰部达人

账号标签：美妆，妆前，变装，妆容，博主，化妆，变妆，国风，

账号核心用户圈层：Z世代国风彩妆爱好者、泛二次元内容消费者、娱乐化美妆体验者

核心粉丝兴趣标签：二次元、生活记录、娱乐、兴趣爱好、游戏

潜在用户激活路径：商业化链路激活：直播+私域沉淀

以下为账号一周笔记数据：

《别滑走老婆？奶油肌底妆教程来啦pdd》发布1天后笔记互动量达到109,点赞达到80,收藏达到8,分享达到2,评论达到21

笔记链接为<https://www.xiaohongshu.com/explore/67a55a9f0000000029008500>

《博主同款爆款高清视频打光拍摄教程！！》发布1天后笔记互动量达到250,点赞达到187,收藏达到35,分享达到8,评论达到28笔记链接为：

<https://www.xiaohongshu.com/explore/67c6d4f50000000029039014>

（此处可以多喂一些数据）

输出要求：基于以上数据信息，输出内容传播预测与传播优化策略

案例4：AI辅助的「蹭热点」

使用场景：热点策划中，有AI辅助能更精准、更迅速的输出与热点关联的内容嫁接方案；

DeepSeek+热点工具组合：

第1步：全网热点获取：

扫描全网热点（即时热点/百度风云榜/微博热点话题）

第2步：DeepSeek提示词：

角色定位：资深新闻人/社媒新媒体小编

热点事件：淄博烧烤带火城市旅游

输出要求：内容嫁接建议策略方案及

阶段式内容策划方案；

第3步：根据输出的方案，启动DeepSeek进行批量内容生产；

案例展示：

某旅游账号在「淄博烧烤」热点爆发期：

- 03:00 热点预警（舆情指数突破阈值）
- 03:15 生成5套内容方案（攻略/文化解读）
- 05:20 完成短视频脚本+图文模板
- 06:30 首条内容上线，抢占流量红利期

传播数据：

- 内容生产效率提升400%（对比人工创作）
- 热点响应速度领先竞品2-3小时
- 单条视频播放量破500万



直播电商运营

DeepSeek直播带货脚本生成



1.直播脚本黄金公式

开场钩子（0-30秒） → 产品深度解析（5分钟） → 逼单冲刺（3-5分钟）

核心元素拆解：

阶段	核心任务	必备要素
开场钩子	吸引停留+建立信任	痛点提问+价格锚点+实时在线人数显示
产品解析	价值塑造+打消疑虑	成分实验+对比测评+专家背书
逼单冲刺	制造紧迫感+促下单	库存倒数+价格递减+已购用户弹幕轮播

DeepSeek直播带货脚本生成

1.直播开场脚本：吸引停留+建立信任

提示词框架：

【角色】+【产品类型】+【标人群】+【痛点】+【价格】+
【实时在线人数】+【输出要求】

角色设定：美妆赛道直播运营人员

产品类型：抗老精华

目标人群：30+女性

痛点：细纹/松弛/暗沉

价格锚点：以商场专柜1280的雅诗兰黛抗老精华作为价格锚点

输出要求：

- 要求输出直播脚本
- 要求用实时在线人数制造氛围
- 同时将限时福利设计（前50名赠品）

2.直播中场产品解析脚本：价值塑造+打消疑虑

提示词框架：

【角色】+【产品类型】+【目标人群】+【成分】+【实验】+
【权威背书】+【输出要求】

角色设定：美妆赛道直播运营人员

产品类型：抗老精华

目标人群：30+女性

使用场景：直播中场，产品深度解析

成分：烟酰胺

实验：28天皱纹前后对比

权威背书：CTI华测检测

输出要求：

- 要求输出直播中场脚本
- 要求每3分钟插入价格提示
- 要求现场展示【实验测试】结果
- 同时设计 粉丝证言弹幕节点

3.直播后段逼单冲刺阶段：制造紧迫感+促下单

提示词框架：

【角色】+【产品类型】+【目标人群】+【制造紧迫感】+【促下单】+【输出要求】

角色设定：美妆赛道直播运人员

产品类型：抗老精华

目标人群：30+女性

使用场景：直播后段，促用户下单

紧迫感话术：如：只剩下50单

促下单话术：如：今天下单的所有家人，再赠送一套防晒霜

输出要求：

- 要求输出直播后段逼单脚本
- 要求脚本制造紧迫感，促进用户下单



DeepSeek优化选品流程

使用场景：直播选品，通过市场趋势洞察、用户下单、停留数据分析，辅助运营人更精准的选品；

第1步：市场趋势捕捉：

提示词：

##[背景介绍]基于抖音/淘宝直播近30天食品类目数据；
##[提取要素]

1. 提取搜索量增长前50名的商品标签；
 2. 识别上升期（环比增长20%-50%）、爆发期（环比超50%）品类；
 3. 标注与[时令/节日/热点]强关联的商品特征
- 要求：用表格形式呈现，（包含XXX）；

第2步：用户下单行为分析：

提示词：

##[指令]分析本账号历史100场直播数据：
##[数据维度]

- ① 观众平均停留时长与商品价格相关性；
 - ② 不同时段（19-22点/22-24点）的品类偏好差异；
 - ③ TOP50下单用户的弹幕关键词词云；
- 输出：可视化图表+商品决策因子权重排序（如包装颜值>功效>价格）

第3步：供应链匹配度：

提示词：

##当前库存清单（数据表）
##结合要素：

- 1、物流时效（48小时达区域占比）；
- 2、商品保质期（临期3个月以内商品标记）；
- 3、供应商配合度（如：可提供样品/定制包装）；
- 4、生成选品优先级矩阵，需包含【引流款】【利润款】【清仓款】分类逻辑

第4步：输出报告：将以上三组数据输入DeepSeek,即可输出精准的选品报告；



复盘与总结

操作效率对比

步骤	传统人工耗时	DeepSeek耗时	效率提升
数据收集整理	4小时	3分钟	98.75%
问题定位分析	6小时	1分钟	99.17%
可视化报告制作	3小时	2分钟	98.89%
策略方案产出	5小时	30秒	99.83%

DeepSeek生成账号复盘周报



DeepSeek生成智能周报提示词

提示词框架：【角色设定】+【适配平台】+【流量数据】+【互动数据】+【转化数据】+【用户数据】+【输出要求:问题诊断报告/可视化报告/策略建议】

提示词案例：以@诗语oni为例

角色设定：小红书美妆博主@诗语oni，头部KOL

流量数据：3797620 完播率35%

互动数据：点赞数：2.3W / 评论：111条/ 分享：415

转化数据：2.96%

用户数据：粉丝增长-82 粉丝活跃度：76.78% 流失率：0.01%

时间范围：2025.3.20~2025.3.30

输出：问题诊断报告+关联数据证据

@诗语oni 账号诊断报告 (2025.3.20-3.30)

结合小红书美妆赛道头部KOL运营逻辑与行业数据对比，核心问题及关联数据证据如下：

一、流量效率失衡：高曝光低完播

数据表现：

- 总流量379.76万（超行业头部均值12%），但完播率仅35%（低于美妆垂类基准线45%）
- 前3秒跳出率预估达62%（基于粉丝活跃度76.78%反推）

问题诊断：

- 黄金3秒吸引力不足：**开篇未植入“钩子”（如成分实验/价格对比/痛点直击），导致用户快速流失（参考网页4“用户更关注「抗老」「防晒」等强需求话题”）
- 内容节奏拖沓：**中段缺乏数据验证/场景化演示，用户失去耐心（网页3指出“「精研、精准」的精细化内容更受青睐”）
- 形式单一性：**连续7期视频均为口播+产品展示，未使用实验室对比/素人Vlog等多元形式（网页28案例强调“主理人需结合工厂探访增强信任”）

二、互动质量待优化：高分享低评论

数据表现：

- 分享量415次（达行业优秀水平），但评论仅111条（不足美妆博主平均值1/3）
- 弹幕热词分析：**“求链接”占比68%，“问成分”仅9%

问题诊断：

- 缺少互动设计：**未设置“扣1解锁福利”“投票选品”等即时互动机制（网页28高途素养案例通过“收藏转发量”优化内容框架）
- 专业信任不足：**仅4%内容引用CTI检测等权威背书（网页3强调“「科学养育」观念影响消费决策”）
- 情感共鸣薄弱：**82%视频为产品推广，缺乏“熬夜急救”“带娃护肤”等场景化共情内容（网页4指出“用户更关注「实用经济」族群痛点”）

三、转化漏斗断层：高流量低转化



AI工具对比

不同大模型文案能力对比



模型	核心优势	使用场景
DeepSeek	深度分析和逻辑性写作	知识文章写作、商业报告、市场分析。 中文语境能力强，社交媒体文风非常符合国内平台
ChatGPT-4o	自然语言处理能力强，多语言支持	出海、国外媒体的文案写作，短视频脚本创作
kimi	长文本处理与学术写作	需要处理大量文本的学术论文、长篇小说、 法律合同、行业白皮书等
豆包	轻量化与社交平台适配	社交媒体推文、短视频脚本、电商促销文案

不同大模型生图能力对比

模型	核心优势	适用场景
即梦AI	中文语义理解精准，操作友好，文生图、图生视频一体化	快速生成配图、短视频素材，制作产品海报、课件插图
ChatGPT-4o	多模态交互，文本理解生成图像能力强，上下文连贯，多轮对话中保持主体一致性	快速生成图示、文案配图、图文结合内容
Midjourney	高审美价值，细节渲染能力极强；参数控制精细，控图能力强	插画、游戏原画、概念艺术创作；高质感海报、分镜设计、虚拟场景搭建

- 使用ChatGPT-4o生成提示词并优化逻辑，输入Midjourney实现高质量艺术创作
- 即梦AI生成基础图像后，通过其“智能画布”功能二次编辑，提升本土化适配性

不同大模型视频能力对比



模型	核心优势	使用场景
即梦AI	中文理解精准，支持方言和本土化场景，免费额度充足	抖音/快手日常短视频（口播、剧情片段）
可灵AI	创意特效丰富：支持“首尾帧控制”“运动笔刷”等工具	高质量广告片（产品动态展示），真实物理效果场景（科普、美食制作）
Runway	支持视频编辑、绿幕抠像、运动追踪，实现精细化运动设计，适合电影级运镜	高端广告片、电影预告片等，需要精细化控制的创意项目
Pika	对卡通、动漫风格支持良好，适合二次元内容，免费功能实用	动漫/游戏IP混剪，社交媒体动态封面/表情包

01

DeepSeek和AI认知

1. DeepSeek的背景和发展
2. AI的能力边界和发展认知

02

AI在新媒体中的落地使用

1. AI在新媒体中的应用策略
2. AI在新媒体中的应用场景
3. AI在新媒体中的挑战与展望



AI为新媒体运营带来哪些挑战



北京大学
PEKING UNIVERSITY

用户隐私与
数据安全风险

伦理失范
与法律争议

内容生态与
质量危机

行业生态
与就业冲击



两会新华社快讯：人工智能等新兴领域将加强立法研究

2025-03-08 09:34:57 来源：新华网·两会报道

两会新华社快讯：全国人大常委会工作报告显示，2025年，围绕完善生态文明制度体系，继续推进生态环境法典编纂工作，制定国家公园法等。围绕完善国家安全和公共安全治理机制，制定突发公共卫生事件应对法等，修改道路交通安全法、食品安全法、治安管理处罚法等。围绕加强涉外领域立法，修改海商法、对外贸易法等。围绕人工智能、数字经济、大数据等新兴领域加强立法研究。



1. 数据滥用与隐私泄露

- AI依赖大规模用户数据训练，但数据收集和处理缺乏透明度，可能侵犯隐私（如未经授权的个人信息收集）
- 案例：大数据广告依赖用户行为追踪，存在数据泄露隐患
- 需强化《数据安全法》等合规性

2. 深度伪造的伦理挑战

- AI换脸、声音克隆技术被用于身份盗用和诈骗
- 案例：伪造张文宏医生带货视频
- 需通过技术标识和法规约束防范

伦理失范与法律争议



北京大学
PEKING UNIVERSITY



2023年3月

一名比利时男子被一个名为“艾丽莎”的智能聊天机器人诱导走向死亡



2023年12月

首例AI生成图片侵权案，中国法院判决首例AI生成图片著作权侵权案，明确“人工调试后的AI生成物可受版权保护”



2024年1月

诈骗者利用AI生成伪造身份，骗取女子巨额资金。事件反映AIGC在诈骗中的滥用，推动各国加强AI生成内容标识法规



2024年10月

伪造雷军吐槽游戏的AI语音在社交媒体疯传，逼真度引发公众对名人身份盗用的担忧。



2024年6月

浙江警方破获利用AI批量生成虚假视频，月产量超3000条。暴露AI技术降低造谣门槛的隐患，推动网信部门开展专项治理



2024年3月

韩国曝出利用AIGC制作色情视频的“N号房”事件，促使多国立法严惩“深度伪造”犯罪，并强化平台内容审核责任



2025年2月

网信办将“打击AI生成虚假信息”列为整治重点，要求平台强制标识AI内容并建立溯源机制，违者最高罚款营收5%



2025年3月

招聘平台AI筛选系统被指控对女性、少数族裔求职者存在偏见，涉及数万受害者，推动欧盟《人工智能法案》加速落地



2025年3月

两会热议人工智能，全国政协委员靳东回应了AI换脸，建议立法

1. 内容同质化与质量下降

- AI批量生成导致内容重复率高，创意匮乏
 - 《2024年微短剧行业白皮书》指出，73%的AI生成剧本存在“套路化台词复用”问题，例如“霸总”“重生”等关键词的重复率是人工创作的4.2倍
 - 2024年清华大学对AI生成新闻稿的研究显示，同一事件的报道中，不同AI工具生成的文章结构相似度达68%，观点重复率超50%
- 专业主义消减：AI生成内容过度追求流量，弱化真实性与深度
 - 知乎平台2024年清理AI生成内容时发现，被标记的“低质回答”中，72%存在逻辑断层

2. 信息茧房与用户成瘾

- 推荐算法通过精准推送强化用户偏好，形成信息茧房（如抖音、今日头条的个性化推荐）部分平台利用“间歇性奖励”机制（类似赌博）导致用户成瘾

传统岗位替代与技能鸿沟

- AI工具（如自动写作、视频剪辑）导致部分内容生产者失业，如2024年，淘宝平台商家使用AI工具完全替代服装模特，《卫报》等媒体使用GPT-3生成新闻报道后，部分新闻机构的初级编辑岗位被整合。
- 传统媒体从业者需快速适应AI工具，但培训体系滞后。

平台垄断与资源失衡

中小平台因技术投入成本高（如AI模型训练、算力需求）难以竞争，加剧行业马太效应主流媒体在AI转型中面临体制机制僵化问题。

行业生态与职业重组



北京大学
PEKING UNIVERSITY



新媒体运营人员如何应对



北京大学
PEKING UNIVERSITY



AI新媒体运营的总结与展望

多模态大模型整合多种模态数据，能力提升，交互便捷，将拓展更多的应用场景。

大模型延伸了数字媒介的能力，优化了人机交互的效率，提升了内容分发、内容创作的用户体验，并为成熟赛道中的产品提供了更多的市场机会。

一些AI新势力将崛起，对传统媒体、新媒体平台提出前所未有的挑战。

AI对营销者提出了新的能力要求，营销者要懂A技术基础，并需要掌握应用AI工具的能力。兼具业务能力和技术能力的复合型人才竞争力凸显。



通过专业的模型设计与数据训练，集成至金融、医疗、法律、传媒、文旅等垂类大模型，直接赋能于AI营销环节。

AI 正在与硬件终端、操作系统等深度融合，涵盖PC、移动、家居、交通等多个信息场景，将再造新的流量入口。

AI 对营销全链路带来变革，在营销洞察环节，内容环节，传播环节、交互环节等。

各媒体、营销平台都将整合AI能力，提供更加精准、优质的服务，提升用户增长、营销能力。



感谢各位老师和同学的批评指导 欢迎会后沟通交流



AI肖睿团队



AI肖睿团队



扫一扫二维码，关注我的视频号