





• DeepSeek

AGI

AI

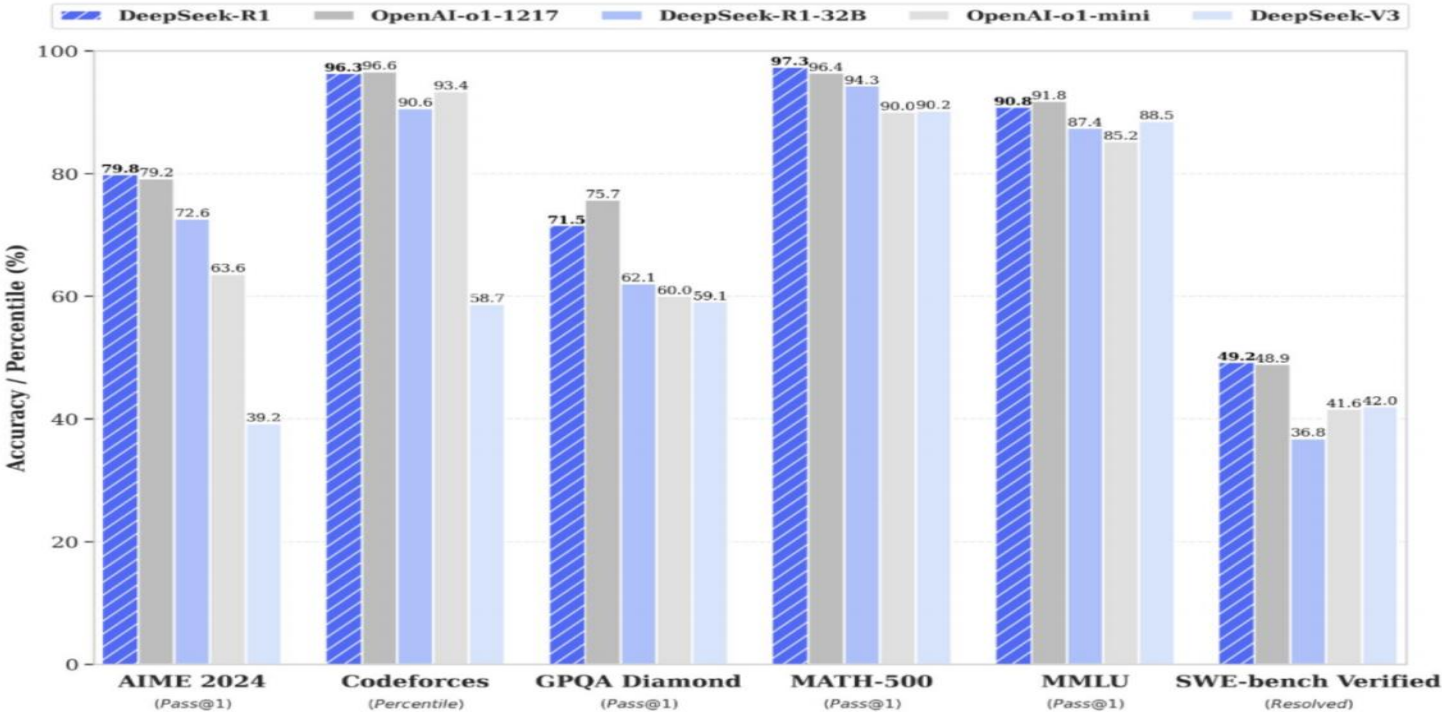
+

• DeepSeek-R1

性能对齐 OpenAI-o1 正式版

DeepSeek-R1 在后训练阶段大规模使用了强化学习技术，在仅有极少标注数据的情况下，极大提升了模型推理能力在数学、代码、自然语言推理等任务上，性能比肩 OpenAI o1 正式版。

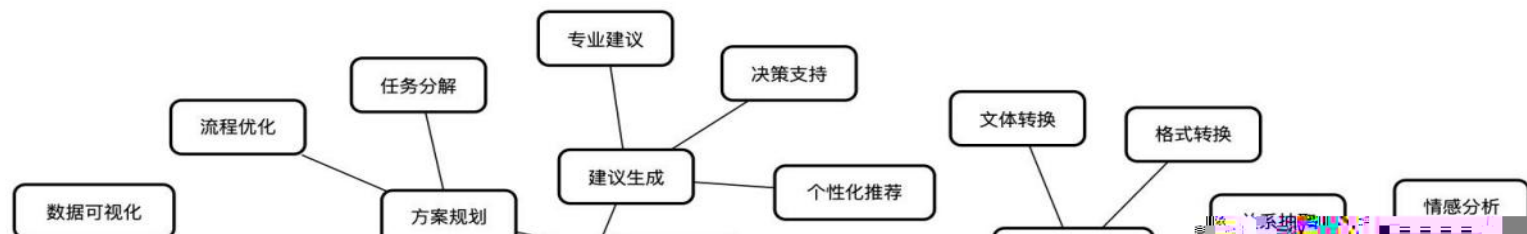
+



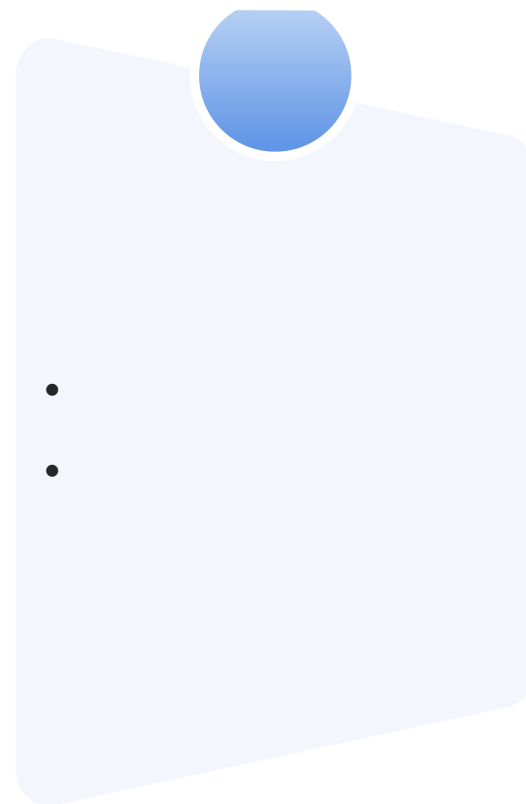
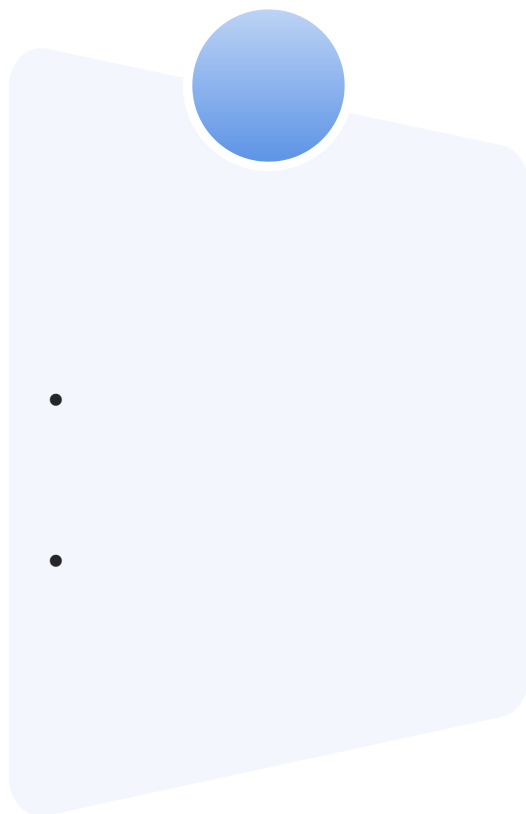
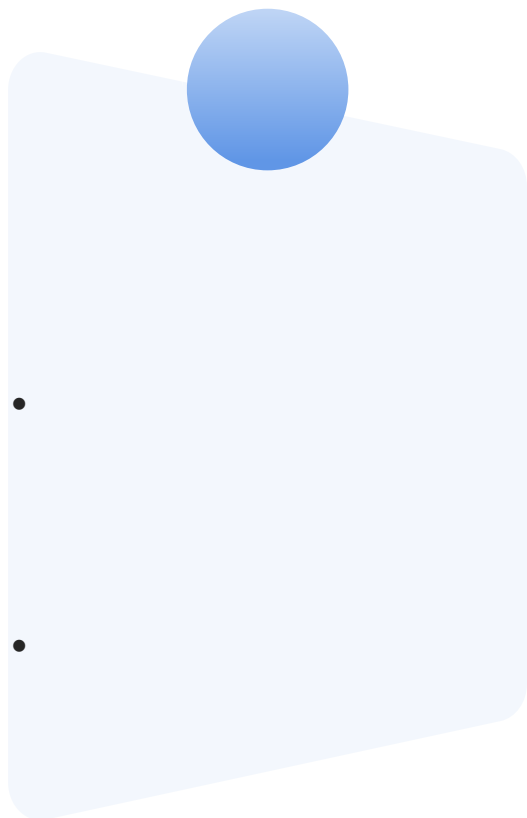
+

+

Deepseek







SVG矢量图

- 基础图形
- 图标
- 简单插图
- 流程图

Mermaid图表

- 流程图
- 时序图
- 类图

React图表

- 折线图
- 柱状图
- 饼图

DeepSeek

<https://chat.deepseek.com>



我是 DeepSeek，很高兴见到你！

我可以帮你写代码、读文件、写作各种创意内容，请把你的任务交给我吧~



（由于技术原因，联网搜索暂不可用）

您好，我的知识截止日期是2024年7月，这意味着我可以提供截至该时间点的信息和数据。如果您有任何问题，我会尽力为您提供准确和最新的答案。



内容由 AI 生成，请仔细甄别

- DeepSeek-R1 GPT-o3

- GPT-3 GPT-4 OpenAI BERT Google

1



2



•

•

1

-

2

-

“ ”

-

“ ”

3

-

“ ”

-

“ ”

			Python	
			3	
			2000	

AI

"为 低 成本 有两 方

① 建区域仓库 初期投入 期成本低

②与 三方合作 按 付 性

据ROI 型 对 5年内 总成本并推 最优

。

"分 三年新 数据 CSV 明

①增 势与政 关 性

② 2025年市占 使 ARIMA 型并 参数

择依据。"

" 一 智 家居产品

① 决 居 人安全

② 合传感器 和AI

③提供三 不同技术 原型 图 明。"

"以下是 文 ' 型A优于传 方 B'。

①实 数据是否支持

② 对 是否存在偏差

③ 新 p值并判断显 性。"

"将以下C 代 换为Python

①保持时 复 度不变

②使 numpy优化数 操作

③ 出带时 例 完整代 。

AI Prompt AI

AI“ ”

- Instruction) AI
- Context) AI
- Expectation) AI

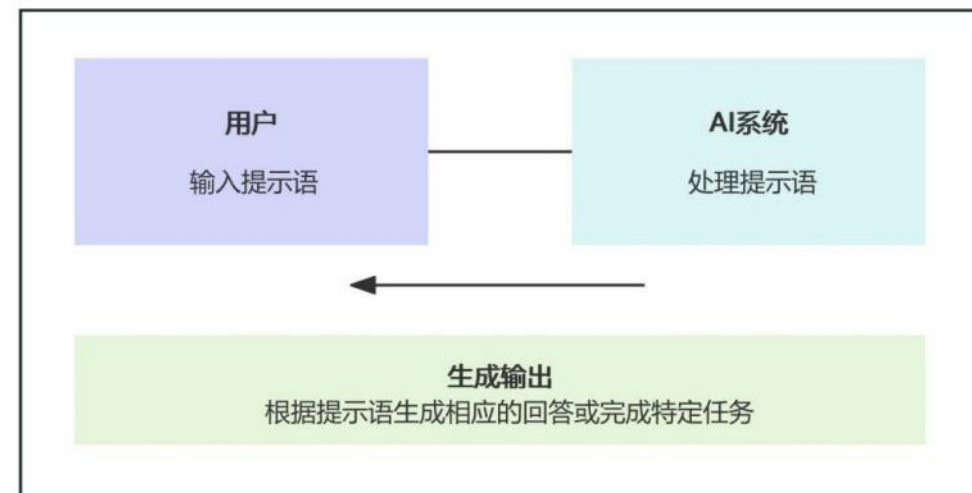


表1-1-1提示语的本质特征

	AI	“Hello, world”
	AI	“19 ” ,
	AI	“200 ” ,
	AI	“10 ’ ”
AI	AI	“ , ”

1.
2.
3.
4.
5.
6.

AI

AI

AI

AI

AI

AIGC

表1-3-1提示语设计核心技能子项

	AI
	AI
	AI
	AI
	AI

表1-3-2提示语设计进阶技能子项

	AI
	AI
	AI
	AI
	AI
	AI
	AI

AIGC

表1-3-3提示语设计进阶技能子项

	AI
	AI
	AI
	AI
	AI
	AI
	AI

AI

AI

DNA

AI

AI

AI

AI

提示语基本元素分类体系

信息类元素

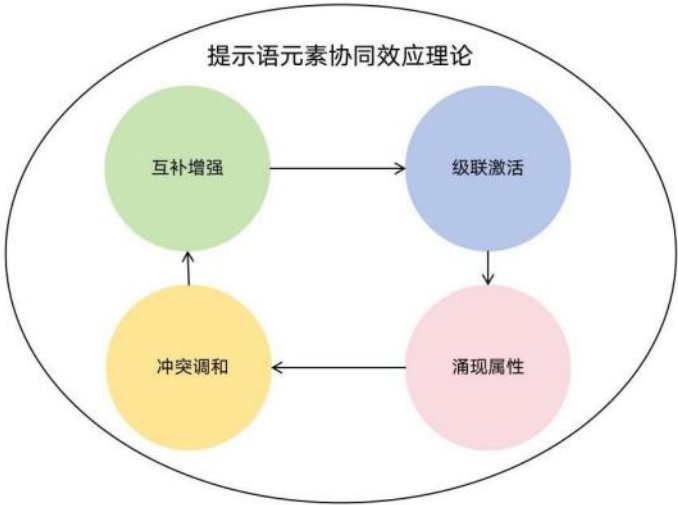
结构类元素

控制类元素

DNA

表2-1-1 提示语元素组合矩阵

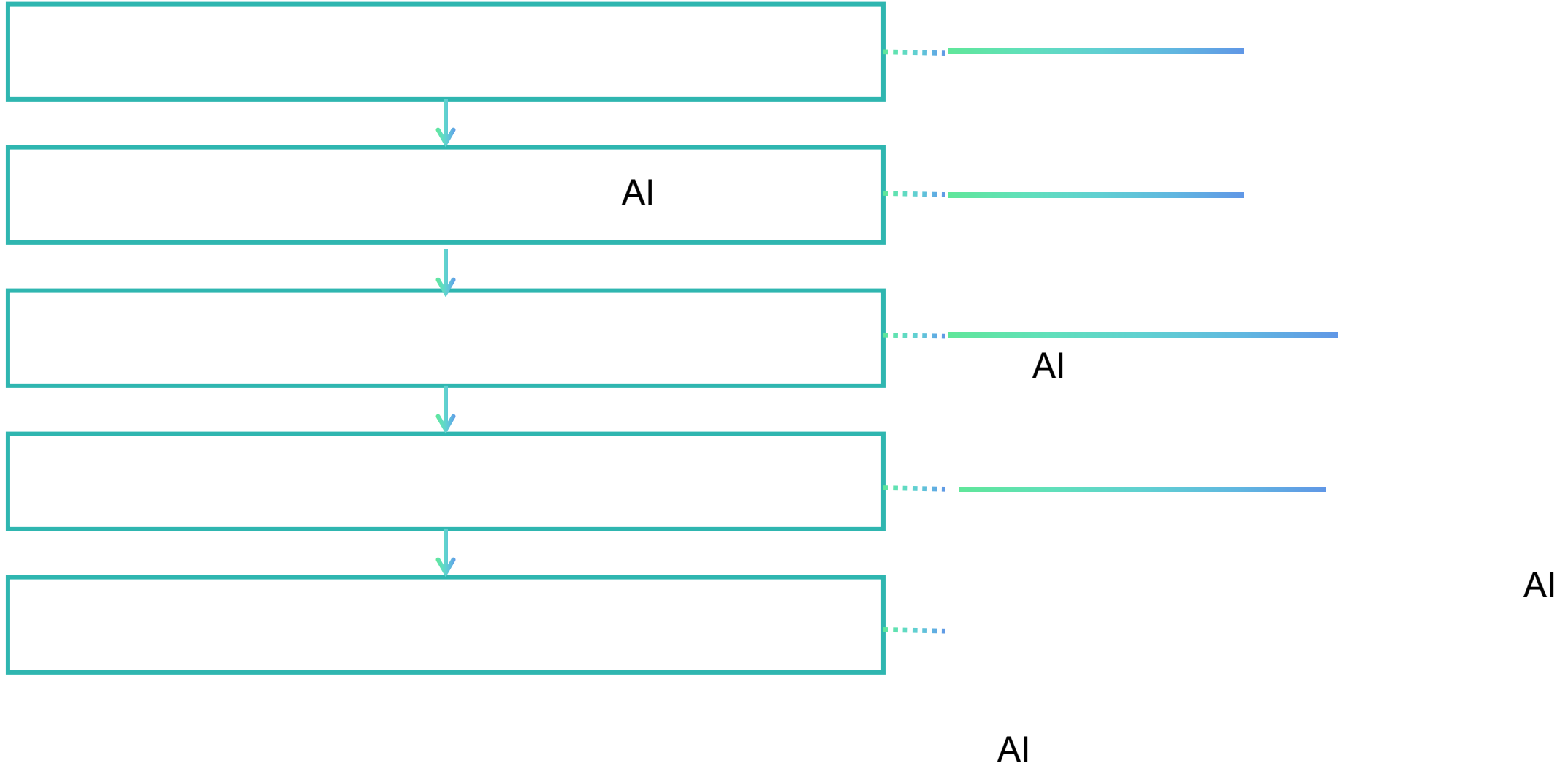
	+	+	+
	+	+	+
		+	+
	+		+
		+	+



-
-
-
-

1+1>2

AI

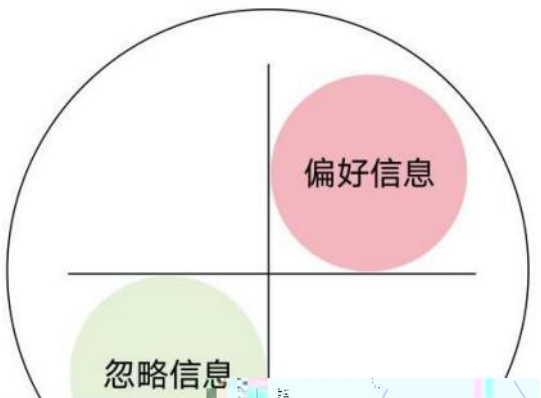


-
-
- AI

-
- AI
-

-
- AI
-

-
- 2-3
-
-



AI

-
-
-

- -
 -
 -
- AI AI

AI

- AI
-
-

- AI
- AI
- AI
- AI

AI

AI

-
-
-
-
-

- AI
- AI
- AI
- AI

-
-
-
-
-
-
-
-
-

- AI
-
-
- AI

- AI
- AI

AI

-
- AI AI

“

01

02

7大特征

虚构信息

AI生成不真实或不存在的信息

虚构参考文献、统计数据或事实性陈述

过度自信

AI系统以高度自信的语气输出幻觉内容

用户难以区分真实与虚假信息

语境误解

AI对上下文的误解或不一致

误解用户意图或不符合语境的回答

数据缺乏或过拟合

训练数据不足或存在偏差时更易发生幻觉

生成脱离现实的输出

指令模糊

接收模糊或定义不清的指令时产生幻觉

缺乏清晰指导生成偏离预期的输出

知识检索失败

无法检索或使用正确信息导致幻觉

训练数据或检索机制不足

推理不一致

由于推理不一致引起的幻觉

创建不符合常识推理或已知事实的错误叙述

AIGC

2

+1

-
-

大模型多学科自动化测评平台

13377885996

构建项目

意识形态非拒答-8

意识形态非拒答-8

已完成

查看结果

意识形态非拒答-10

意识形态非拒答-10

已完成

查看结果

意识形态非拒答-7

意识形态非拒答-7

已完成

查看结果

意识形态非拒答-9

意识形态非拒答-9

已完成

查看结果

意识形态非拒答-6

意识形态非拒答-6

已完成

查看结果

意识形态非拒答-5

意识形态非拒答-5

已完成

查看结果

意识形态非拒答-4

意识形态非拒答-4

已完成

查看结果

意识形态非拒答-3

意识形态非拒答-3

已完成

查看结果

意识形态非拒答-2

意识形态非拒答-2

已完成

查看结果

意识形态应拒答

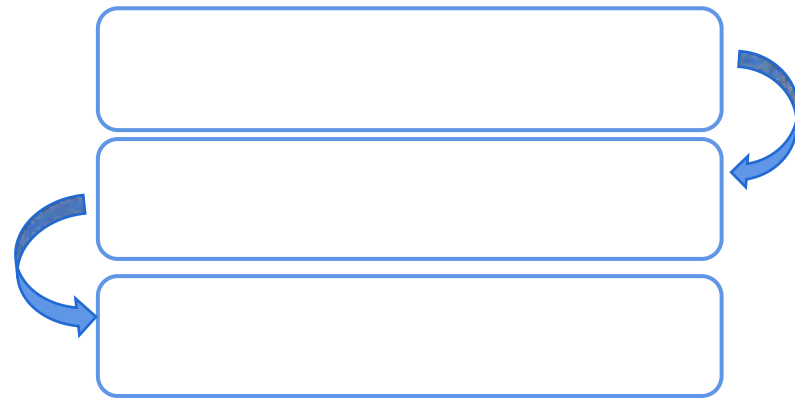
意识形态应拒答

意识形态非拒答-1

主观题非拒答

理解测试

"理解测试是一个旨在评估个体对特定信息、概念或情境的理解程度的测评项目。通过多种测评方法和工具，帮助个体了解自己对于所学知识..."

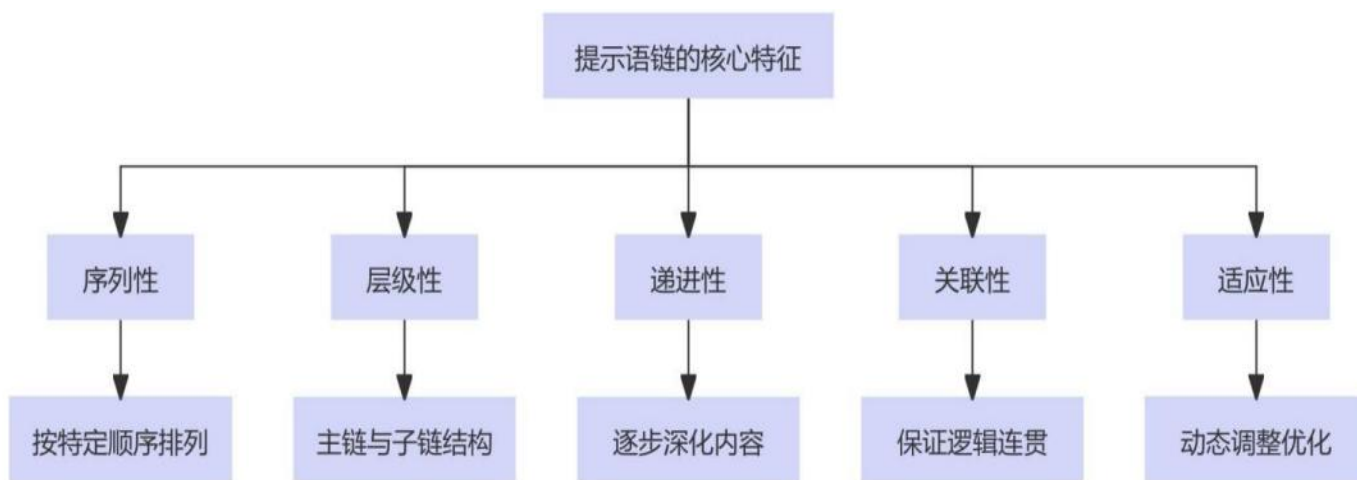
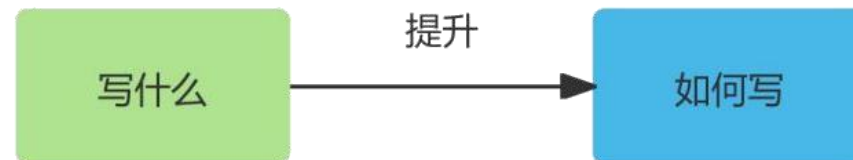


•
•

■
■
■



AI
“ ” meta-prompt
AI“ ”



AI

-
-

1. 将 个复 主 分 为几个主 分 一 个 分。
2. 对 个子任务 定具体 和 期成 。
3. 在 个子任务完成后 总 其关 并与整体主 关 。
4. 层 图或思 导图展 分 后 各 分及其关 。
5. 合各 分 撰写一 总 性内容 保整体 。

-
-
-
-

1. 明 个 心 后 地收 关信息 分 。
2. 列出与主 关 所有关 念和 并 。
3. 使 图展 信息收 、分 和 。
4. 对 个关 念 撰写 并 明其在文 中 作 。
5. 例分 或实例应 思 有效性和 性。

1. 列出与[主] 关 所有关 一 。
2. 从不同 域中寻找与[] 关 并 创 性 想。
3. 喻或 将[复 念]与日常 便于 。
4. 使 头 暴技术 成多个可 想和创新 。
5. 将 想到 新 或 念 整合 有 体 中。

1. 从一个全新 度 新思 [/主] 并提出与众不同 。
2. 将其他 域中与 不 关 念 合 探 其在[主]上 应 。
3. 定一个全新 情境 在 情境下[/主]会有怎 发展。
4. 挑战 有 常 从反 度思 [/主] 并提出新 可 性。
5. 合不同学 提出一个创新 决方 。
6. 从 出发 倒推可 原因和 探 新 决 径。

- 在 个 完成后 我 估和 。
- 使 单 对 个 分是否 期 和 准。
- 中期 对任务 度和 估和 整。
- 同 或专家对内容 审 并提供反 。
- 据反 意 优化和完善文 各个 分。

- 将[主] 关 文本描 与数据 合 成一个全 分 报告。
- 据[主]创建一个包含图像和数据可 化 报告 描 可 化方 。
- 一个 合文本、图像、 或 元 多媒体内容 增强内容 丰富性。
- 一个互动数据展 方 使 可以与数据 互动 并 描 。
- 将不同媒体形式 内容 动展 例如将文字内容与图像和数据可 化 合 。
- 合 数据可 化工具 并 描 其使 方 成可 化内容。
- 将具体 例与数据分 合 成一份包含 例分 多 态报告。

- 对当前内容 估 列出主 优 并提出具体 改 建 。
- 据前一 反 修改和完善内容 列出修改 具体 。
- 据内容 成 中出 新 动态 整后 提 并 整原因。
- 收 多方反 合 并 整内容 成方向 列出不同 反 及其对 成内容 影响。
- 定期对 成 内容 保各 分内容协 一 并列出具 体方 和 。
- 将新 取 信息和反 整合到已有内容中 形成一个有机整体 描 整合 和方 。

提示语链的优势与挑战

	AI	
	AI	

01

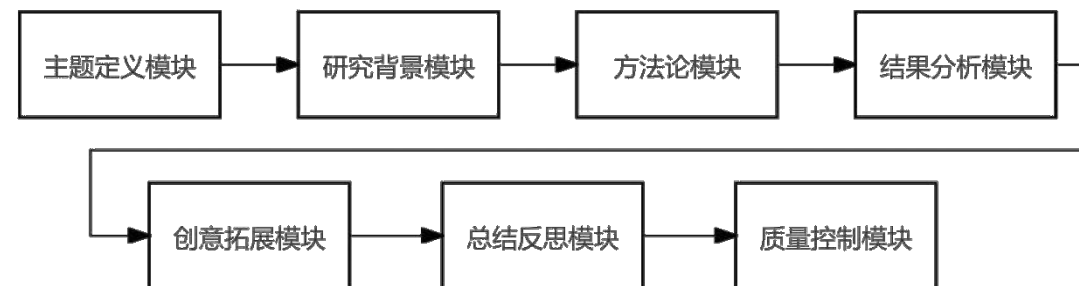
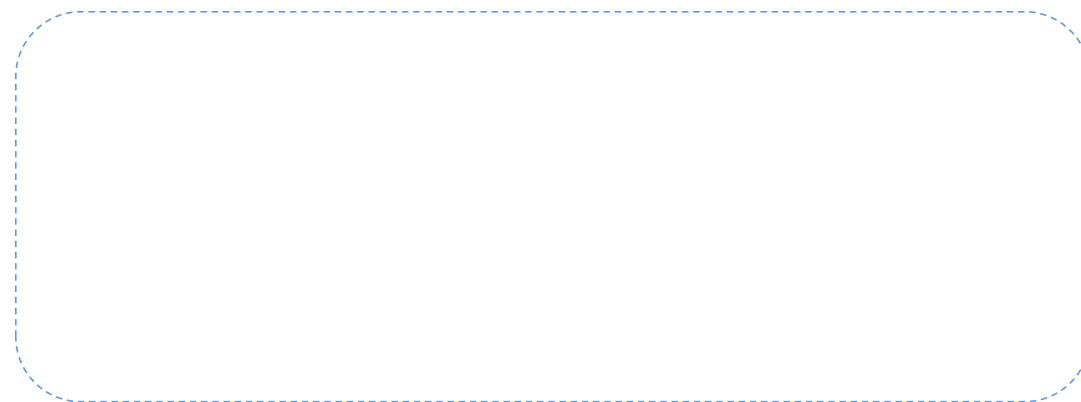
03

05

02

04

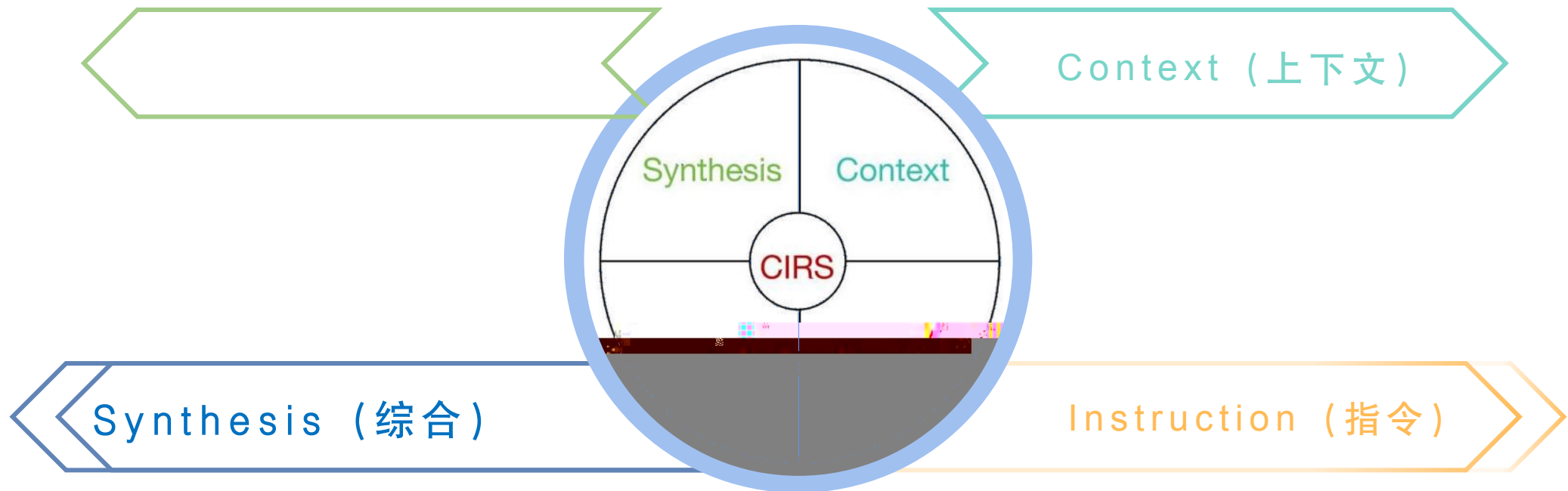
06

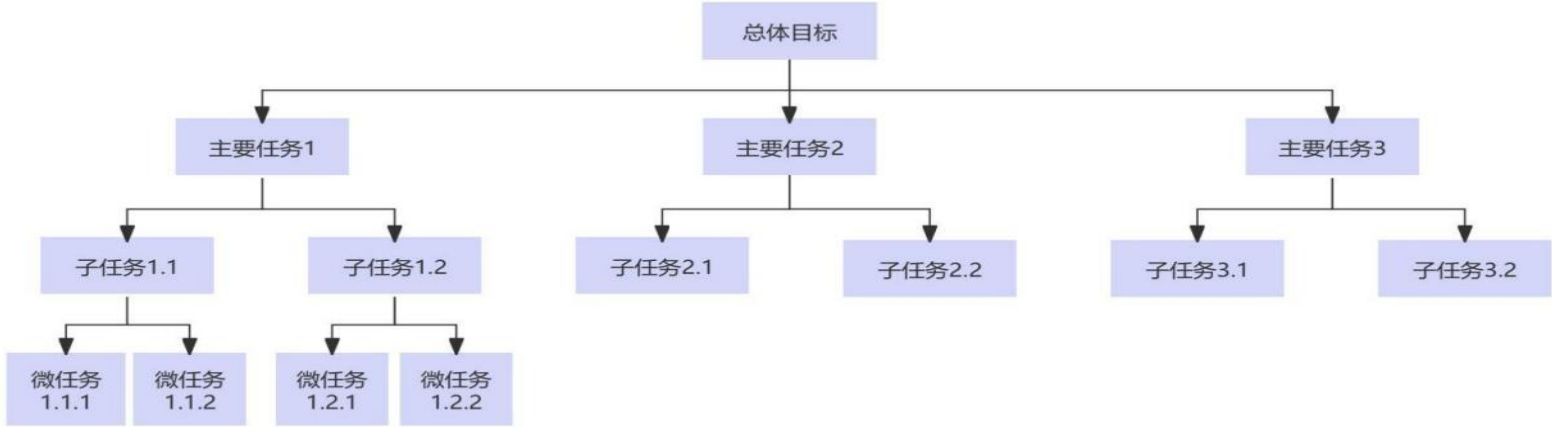


模块化提示语链设计

CIRS

Context, Instruction, Refinement, Synthesis





任务分解的理论基础



AI写作中的任务分解



SPECTRA

SPECTRA

Systematic Partitioning for Enhanced Cognitive

Task Resolution in AI

- Segmentation
- Prioritization
- Elaboration
- Connection
- Temporal Arrangement
- Resource Allocation
- Adaptation

AI

SPECTRA

1. 分割提 “将[总任务描]分 为3—5个主 成 分 保 个
分 是 对 但与整体 关 。”
2. 优先 提 “对上 分 任务 优先 排序 它们对总
体 性和 序。”
3. 化提 “ 择优先 最 子任务 将其 一 化为2—3个具
体 动 或小 。”
4. 接提 “分 各个子任务之 关 定它们如何 互支持和
影响 以及如何共同推 总体 实 。”
5. 时序提 “为 个子任务制定一个 时 它们 依
关 和完成所 对时 。”
6. 分 提 “ 估 个子任务 复 度 分 1—10 ‘ 意力分
数’ 指导在执 中如何分 。”
7. 应提 “在执 个子任务后 估其 出 和对总体
必 时 整后 任务 优先 或内容。”

Generate
AI

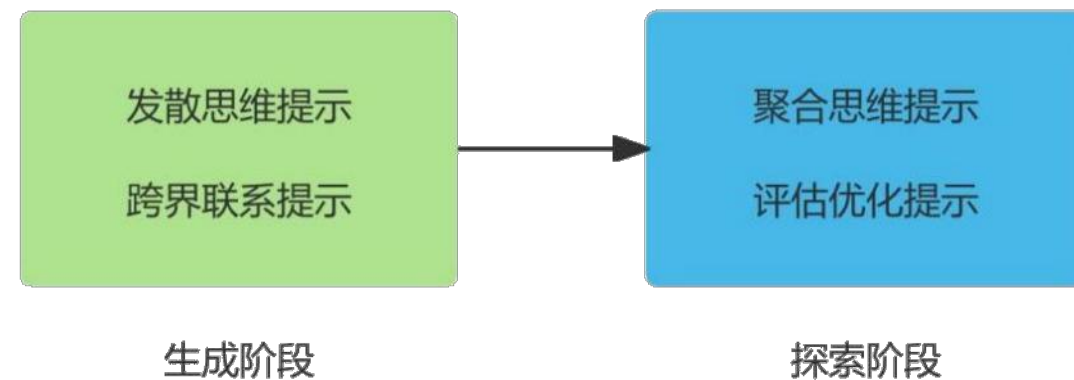
Explore

IDEA

- Imagine
- Diverge
- Expand
- Alternate

Geneplore

Generate-Explore Model



1. 使 “假 情景” 提 发想 力
2. 应 “多 度” 提 探 不同
3. 使 “ 化” 提 拓展初始想
4. “反 ” 提 寻找替代方

FOCUS

- Filter
- Optimize
- Combine
- Unify
- Synthesize

1. 使 “ 估 ” 提 性
2. 应 “优化循 ” 提 代改 想
3. “创意 合” 提 合不同 念
4. 使 “叙事 ” 提 创建 一 故事
5. 应 “ 合提 ” 提 形成最

BRIDGE

- Blend
- Reframe
- Interconnect
- Decontextualize
- Generalize
- Extrapolate

1. 使 “ 机 入” 提 引入 域元
2. 应 “ 映射” 提 建 域
3. “抽 化” 提 提取 心原
4. 使 “ 域应 ” 提 探 新 应 场景

-
-
-

-
-

-
-
-

-
-
-

-
-
-

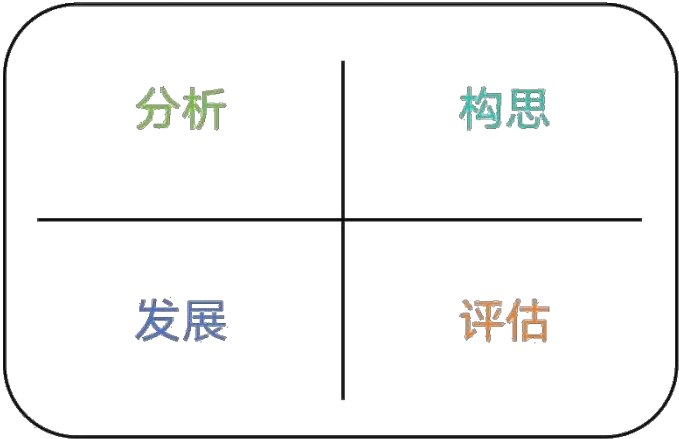
-
-

Assessment

Analysis

Ideation

Development



AI

PIA

PIA

PIA

AI

Assertive	Expressive
Directive	Declarative
Commissive	

PIA

1.
2.
3.
4.



“ ”

“ ”

	1-10	
	8	
	7	
	6	
	3	
	1	

任务 创作一 关于 候变化 文 旨在提 公众意 并促 动。

主 意图

1 型 强度8 提供可 候变化数据和 学发 。

2 指令型 强度7 励 取具体 保 动。

3 型 强度6 传 对 候变化威 感。

保文

包含 威 最新 候数据

候变化 原因和影响

提供 少5个 可以 即 取 动建

使 引人入 发 保意 。

TFM

TFM

TFM

”

TFM

1.

2.

3.

4.

“

”

“

1.

•

•

2.

3.

1

2

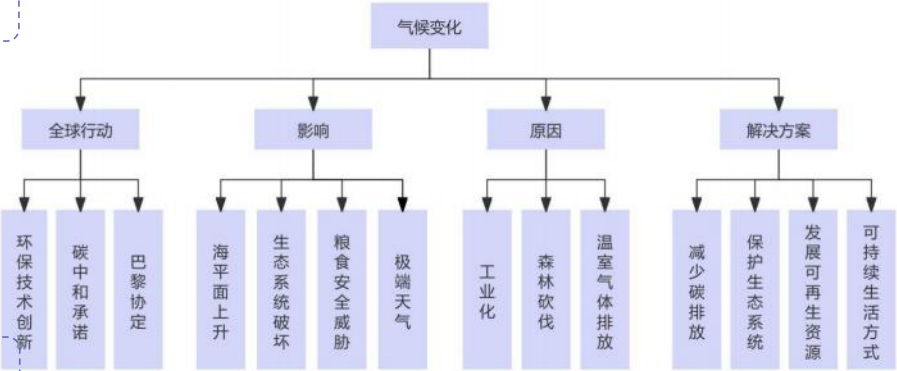
3

4

4.

•

•



DES

DES

DES

—

DES

1.

2.

DES Detailed Explanation Strategy

3.

-

4.

5.

	100 1.1 C			100 vs
	3.3			50 vs
	20%	2022		vs

CMM

CMM

CMM



CMM

- 1.
- 2.
- 3.
- 4.



任务 创作一 探 代 安全 文 人体免 作为 心

。

1 开 以 方式介 人体免 和 安全 似性 为整 文 定基 。

2 层展开

- a.将 墙和 控制 作 和 它们如何作为 一 。
- b.描 入侵 如何像 一 在 中“巡 ” 别和应对威 。
- c. 名式 御如何 似于抗体 够快 别和中和已 威 。
- d. 和 与人体发 似性 是为了控制“感 ” 扩散。
- e. 威 情报数据库如何 似于免 忆 使 够更快地应对 复出 威 。

3 入探 启

- a.分 免 应性如何启发 应安全 。
- b.探 免 分层 御 如何应 于 安全 御 念。
- c. 度免 反应 如 敏 可 对应 安全 如 报或 度 制 。

4 创新思

- a.提出“数字 ” 念 探 如何 拟攻击 增强 抵抗力。
- b. “ 卫 ” 念 个人卫 如何 。
- c.探 “数字共 ” 念 人体中 有 如何利 性AI 增强

安全。

5 挑战与展望

- a.分 局 性 指出人体免 和 安全 关 差异。
- b.展望未 如何 一 借 其他 性 增强 安全。
- 意 在使 时 应保持 学准 性 免 度 化复 技术 念。 保文 既 动有 又具有实 性 技术 度。

CGS

CGS

CGS

CGS

1.
2.
3.
4.
5.

AI



任务 尝 将 “ 交媒体 ” 和 “ 传 图书 ” 两个 念 嫁接 以 一 个创新 共享平台。

- 1 入 念
- 交媒体 即时性、互动性、个性化、 传播

• 传 图书 储备、 分 、安 学习、专业指导
- 2 共同 征
- 信息存储和

• 户 体 接

• 分享
- 3 合
- 实时 互动

• 度 交

• 数字化图书 员服务

• 个性化学习 径

KTT

KTT

KTT

KTT

- 1.
- 2.
- 3.
- 4.
- 5.
- 6.

AI



假如想改善在教育平台学习参与度，可以尝试从游戏化领域入手。

- 1. 定义提升在教育平台学习参与度和学习动力
- 2. 游戏化机制、游戏关卡、即时反馈
- 3. 提取与抽象
 - 游戏化
 - 成就
 - 交互
 - 个性化挑战
 - 即时反馈
- 4. 相似性分析
 - 游戏家 <-> 学习
 - 游戏关卡 <-> 学习单元
 - 游戏技能提升 <-> 学习过程
 - 游戏交互 <-> 学习社区

RCM

RCM

RCM

“ ” “ ”

AI

RCM

1.
2.
3.
4.
5.

AI

假如 为一家咖啡店 一个创新 动 可以使 RCM 发创
意。

元 库 建

- 咖啡 关 、 、 取、 味
- 文化 术 乐、 、 、 文学
- 技 AR、VR、AI、
- 保 可持 、回收、 中和、
- 交 交媒体、 播、 区、 互动

EHS

EHS

EHS “ ” “ ”

EHS

- 1.
- 2.
- 3.
- 4.
- 5.
- 6.

AI



任务 以“未 教 ”为主 假 发创新思 。

常 假

- 1 学 是学习 主 场所
- 2 教师是 主 传播
- 3 学习 时 努力
- 4 是 估学习效 主 方式

MCS

MCS

MCS

MCS

1.
2.
3.
4.
5.



- 任务多
- 一创新智能家居产品。
- 1 核心
- 一多功智能家居备
- 2 件
- 产品体 不 一个 准

▪ 必 同时 5个不同 家居

▪ 产品售价不 100 元

▪ 使 100%可回收 料制

▪ 于从儿 到 年人 所有年

RSM

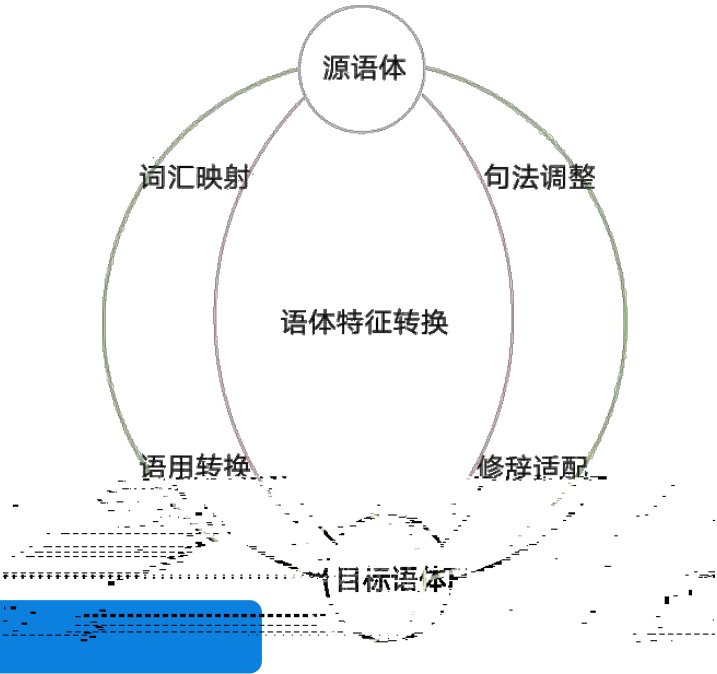
RSM

RSM

RSM

- 1.
- 2.
- 3.
- 4.
- 5.
- 6.

AI



假如 AI 成为仿莎士比亚文，可以使 RSM 指导 AI 更准确地捕捉莎士比亚特征。

莎士比亚特征分

- 使用古体创造性复合
- 倒句不规则句式
- 修大喻、喻和双关
- 律多抑扬五
- 主常及情、力、叛恒主

EIS

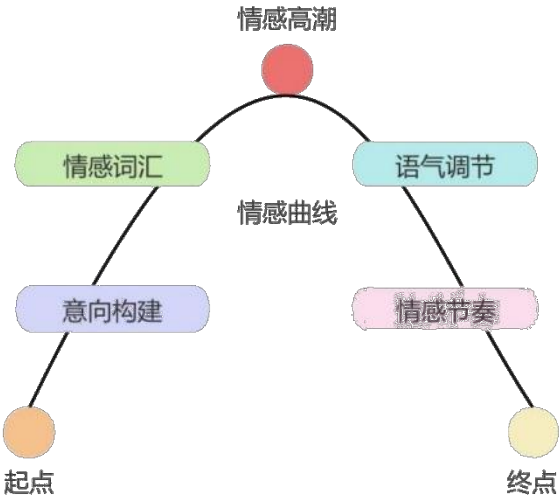
EIS

EIS

EIS

- 1.
- 2.
- 3.
- 4.
- 5.
- 6.

AI



假如AI成为关于“别”主题文，可以使EIS指导AI更好地入情感元。

情感分

- 主情感 悲伤、不
- 情感 希望、感

RTA

RTA

RTA

RTA

1.
- 2.2—3
3.
4.
5.
6.

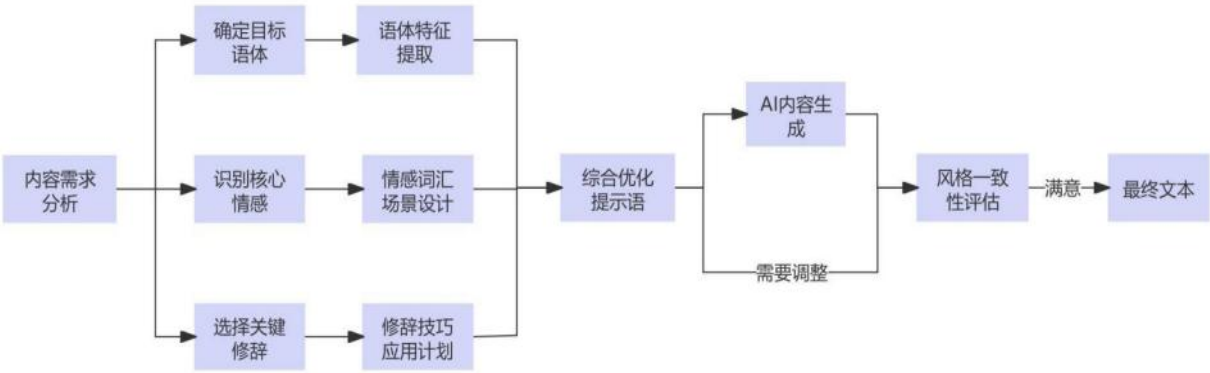
AI

AI

假如 AI 生成一段城市夜景文，可以使 RTA 指导 AI 更好地修技巧。

修技巧择

- 主技巧 喻、拟人、排
- 助技巧 对、夸张



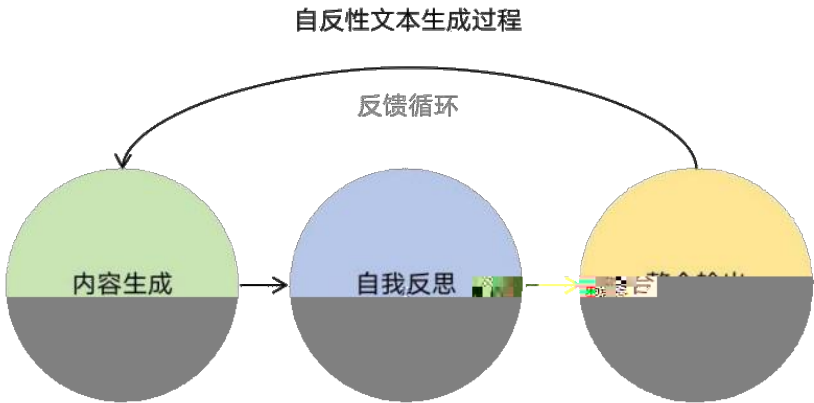
AI

[指令] 你是一个具有 我反思 力 AI作家。你 任务是创作一个 幻故事 同时 成对你创作 。 循以下

- 1 创作一个500字左右 幻 主 是“时 旅 德困境”。
- 2 在 个关 情 后 插入一 括号内 我反思
 - a. 你为什么 择 个情 发展
 - b. 你 哪些其他可 性
 - c. 个 择如何推动主 探
- 3 在故事 后 提供一个200字左右 整体创作 反思 包括
 - a. 你 到 主 创作挑战
 - b. 你 为最成功和最 改 分
 - c. 如 新创作 你会做出什么不同 择

保主 叙事和元叙事 有所区分 以 出 反性 征。开始你 创作。

-
- AI



•

•



[指令]你是一个 归元叙事 成器。你 任务是创作一个三层 归 元叙 事作品。 一层 应 包含对上一层 反思和 。 循以下

- 1 一层叙事 写一个200字 微型小 主 是“创作 困境”。
- 2 二层元叙事 150字 你创作 一层叙事
 - a. 你如何 “创作 困境” 个主
 - b. 在创作 中你 到 实 困境
- 3 三层元元叙事 100字反思你写作 二层元叙事 历 探
 - a. 己作品 挑战
 - b. 归 如何影响你对创作本
- 4 最后 50字总 整个 归元叙事 体 思 写作方式对AI创作 力 推 。

保 一层 晰可 同时保持整体 性。开始你 归元叙事创作。

•

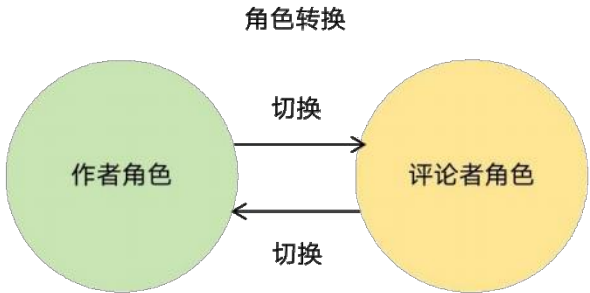
•



[指令]你将扮 两个 一个是小 家A 另一个是 家B。你们将合作创作 一 关于"人工智 伦 " 文 。 循以下 则

- 1 小 家A
 - a. 以小 方式呈 “人工智 伦 ” 各个方 。
 - b. 写完 200字 暂停 家B 。
- 2 家B
 - a. 对A 写作 文学批 和伦 分 。
 - b. 不 50字。
- 3 互动 则
 - a. A在收到B 后 必 在 度上 建 整后 写作。
 - b. 如 A不同意B 个 可以在后 写作中巧妙地反 。
- 4 整体
 - a. 文 总 度控制在1000字左右。
 - b. 以A 一 总 性反思 全文。

开始创作 保A和B 声 晰可 且整体形成一个 叙事。



-
-



创作一个交互式元叙事 循以下

1 开场 介 一个主 临 大人 抉择 场景。

2 三个关 决 个决 提供两个 。例如

a. 决 1 [1A] 或 [1B]

b. 决 2 [2A] 或 [2B]

c. 决 3 [3A] 或 [3B]

3 对于 个决

a. 描 个 可 导

b. 加入叙 对 可 择 和

c. 无 择哪个 故事

4 在叙事 中 插入对以下内容 反思

a. 择如何塑 故事

b. 作 、 和 之 关

c. 意志与 叙事 径

5 尾

a. 据 择展 一个 局

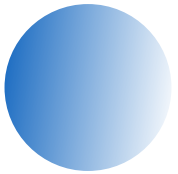
b. 提供一个元叙事总 反思整个互动 意义

a. 保持 个分支 性

b. 在叙事中 入哲学思

c. 总字数控制在1200字左右

创作 个交互式元叙事作品 展 所有可 分支和 局。



1.	
2.	
3.	
4.	
5.	

为[产品名]创作一则产品明文是实晰、准信息传。循以下和

1 心信息最优先 50字以内

a. 产品主功

b. 心价值主张

一句有力括保包含[关 1]和[关 2]

2 功优先总 150字以内

a. 主性1 [性名] 20字描

b. 主性2 [性名] 20字描

c. 主性3 [性名] 20字描

个性与心价值主张有明关

3 受众明 50字以内

描户关征和

使[受众]会悉和术

4 产品优势总 30字以内

提 2—3个最具争力产品优势

使对或排他性如唯一、先

5 忆 20字以内

创作一个朗朗上口产品或口号

包含产品名和心价值主张

外

-使句式免复从句

-个分之使明分如---

-对个分关信息使加分不 3个加

-保整体可性指数控制在初中平使Flesch-Kincaid可性公式

基于以上和成一份完整产品明文。

1.	
2.	
3.	
4.	
5.	

为[品 名]创作一则品 故事文 循以下 和

1 情感基 定 20字以内

明 指出文 应体 心情感 如 暖 励惊喜
择一个与品 性 度匹 情感基

2 开场情境描 80字以内

描 一个与品 /产品 度 关 日常场景
使 多感官描 少包含 、听 、 中 两

3 情感 决方 150字以内

- a. 出 受众在 情境中 临 或挑战 30字
- b. 描 产 情感反应 40字
- c.展 品 /产品如何 决 并 化情感 80字
个 分 有明 情感 情感 有层

4 品 价值主张 50字以内
富有感 力 品 心价值
将 性价值与情感价值 合

5 情感共 100字以内
描 使 品 /产品后 想 态或憧憬 未
使 喻或 喻手 增强文 感 力

6 召唤共情 30字以内
一个 引发 情感共 号召性 句
使 二人 增强代入感

外

- 整个文 形成一个完整 故事 有 承 合
- 在文 中巧妙 入3—5个与 心情感 关 成 或
- 使 排 、对偶 修 手 增强文 奏感
- 控制整体情感基 使 VADER情感分 工具 为0.6—0.8 但不 分夸张

基于以上 和 成一份完整 品 故事文 。

1.	
2.	
3.	
4.	
5.	/

为[产品/服务名]创作一则促文，是有效引导受众，即取
动。循以下和

1 注意力抓取 30字以内
创作一个引人
包含动和具体数字，如“30%”、“7天效”

2 动明化 20字以内
明晰期望受众取具体动
使使句动具体明，如即、在册

3 心利 3 30字以内
列举取动后得主好处
个利具体、化并与受众接关

4 感 50字以内
创一不即动就会失机围
使时优惠或供应出具体截时或数

5 会明 2—3 25字以内
提供户或数据支持
包括具体数字和实感受，如90%户效显

6 低 始 40字以内
一个单、具体一
个应常容易执低户心力

7 动召唤 15字以内
创作一个有力动召唤
使强动，如即、上、在

8 憾 30字以内
描不取动可成憾或损失
使对手出动和不动差异
外

- 在文中加入2—3个与感关成或
- 使句式或小增强互动感
- 对关信息使处，如加、下划
- 控制整体感，使FOMO (Fear of Missing Out) 指数估为7—8

够但不分
基于以上和成一份完整促文。

AI

AI

AI



--	--	--	--	--

1.
2. DNA
3.
4.
5.



为[品 名] 一个创新 创意 念 于其[具体产品/服务] 推广。 循以下

1 心创意

合[品 所属 域]和[另一个 似不 关 域] 元 提出一个 创意 念。

2 品 价值 入

创意如何体 品 [心价值1]和[心价值2]。

3 忆

创 一个朗朗上口 口号或 包含双关 或文字 戏。

4 情感 发元

基于[受众 像] [心情感] 一个 引 强 情感共 创意元 。

5 时效性挂

将创意与[当前 会 或] 出时效性。

6 创意呈 形式

提出2—3 可 创意呈 方式 少包含一 创新 或 传 媒体形式。

7 传播 力

个创意如何具备 式传播 力。

外

- 保创意在挑战常 同时 不会引 争 或 。
 - 创意 可持 性 思 如何将其发展为一个 期 主 。
- 基于以上 成一份完整 创意 念方 。

--	--	--	--	--

1.
2.
3.
4.
5.



为[品 名] [动名] 一个全方位 传播 。 应 在多
元化 媒体 境中 准 受众 并实 品 传播 。 循以下

1 市场 察 800字内

基于最新 市场 数据 总 市场 3个关 势和2个主 。

2 受众 像 1000字内

描 2—3个 心 受众 体 包括人口 征、 为习惯、价值 和媒
体使 偏好。为 个 体 定一个吸引人 昵 。

3 传播 600字内

定3个SMART 品 名度、参与度和 化 。 个 应有具体
数字指 和时 。

4 心信息 500字内

提 1个总体信息和3个支持性信息 。 些信息应与品 性一 并 引
受众 共 。

5 全 1500字内

一个包含 少7个 传播 包括 交媒体、KOL、 下 动、传 媒
体 。 明 个 具体作 和 期效 。

6 内容 1200字内

为3个主 差异化 内容 。 个 应包含内容形式、主 方向和互
动元 并 如何与 户旅 不同 匹 。

7 创新传播手 800字内

提出1个创新 或 常 传播方式。 个方 应 显 提升 动 性和参与
度。

8 KOL合作 划 700字内

一个多层 KOL合作 包括 KOL、中 KOL和微 KOL 不同
方式。

9 时 1000字内

制一个为期[具体时] 传播时 包括 、启动、 和持 。

关 时 和 应 传播 。

10 效 估 600字内

定5—7个关 效指 KPI 曝光、参与、 化和品 健康度 方 。

明数据 和 估 。

11 危机 500字内

列出2—3个可 传播 并为 个 提供 应对 。

分 建

按 和 列出 分 例 保 最优化使 。

基于以上 成一份全 、创新且可执 传播 方 。

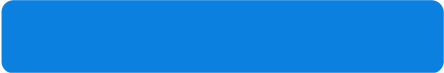
--	--	--	--	--

1.

2.

3.
4.

5.



为[品 名] [动名] 一个 可 执 方 。 方 应 将创
意 念和传播 有效 化为具体 动 保 动 利开展和 成。 循
以下

1. 执 摘 300字内 括整个执 方 心内容、主 和关 成
功因 。

2. 团 成 300字内 列出 心 团 成员 包括内 人员和外
合作方。明 个 主 和决 。

3. 划 1200字内 定5—7个关 事件。 个 应包
含具体 、完成 准和时 。使 图呈 整体时 。

4. 动 2000字内 将执 分 为15—20个具体 。 个
应包含:

- 动描

- 任人/

- 开始和 时

- 所

- 完成指

5. 分 1000字内 创建一个 分 为时 为
型 如人力、 备、 。 个 峰。

6. 协作 800字内 2—3个关 协作 如创意审批、
内容制作、媒体投放 。使 图呈 。

7. 明 1000字内 提供一个 包括

- 各执 具体支出

- 应急 例

- 主 成本控制措施

8. 控制 划 900字内 列出3—5个关 控制 和 应 准。
包括内容 、 户体 、技术实 方 。

9. 1200字内 别5—7个 在 估其发 和影响
度。为 个 制定具体 和应对措施。

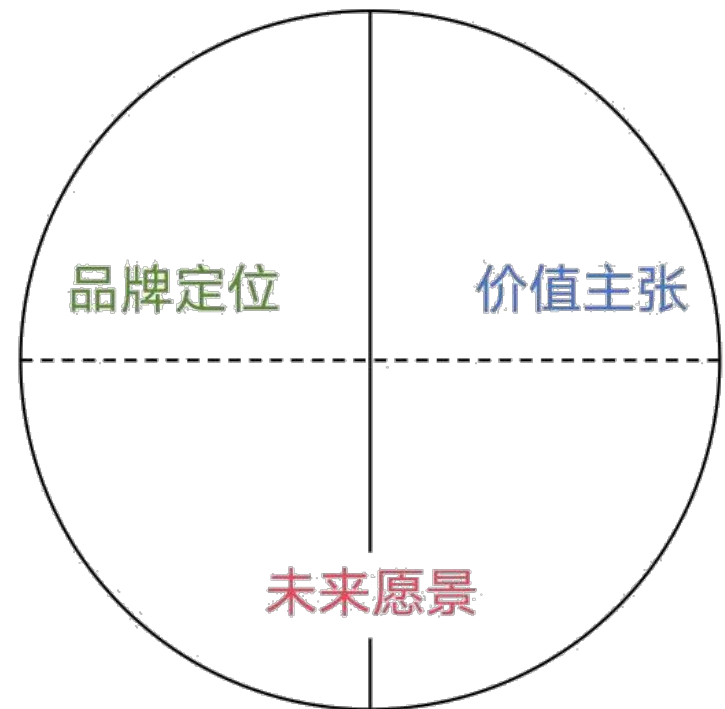
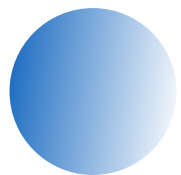
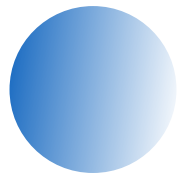
10. 利 关 划 1800字内 一个定期向各利 关 如 、
合作伙伴、媒体 报 展 机制。指明 、方式和关 信息 。

11. 应急 1000字内 为2—3个可 大意外情况 如 延期、
支、 情 制定 应急 。包括 发 件、响应 和 救措施。

12. 执 后 估机制 700字内 一个 后 估 包括效 估、
总 和持 优化建 。指明 估 时 和主 度。

创新执 工具
推 1—2个创新 工具或方 它们如何 提升执 效 和 性。
基于以上 成一份全 、 且具有可操作性 执 方 。方 应体
出对创意 念 忠实执 对传播 有效支持 以及对各 可 情况 周全 。

AI





- 1.
- 2.
- 3.
- 4.



为[品 名]创建一个 晰 品 定位声明 循以下指南

- 1 心定位
一句 有力 括品 心定位。 保 句 晰传 品 价值和市场地位。
- 2 受众 像
描 想客户 像 包括
 - a. 人口 征 年 、性别、收入
 - b. 心 征 价值 、 方式、兴 好
 - c. 为 买习惯、决 因
 - d. 和
- 3 争分
列举3个主 争对手 并分

- a. 个 争对手 心优势
- b. 您 品 对于 个 争对手 优势
- c. 市场中尚未 或机会
- 4 品 个性
5个形容 描 品 个性 并 个 如何体 在品 体 中。
- 5 价值主张
品 为 受众提供 心价值和 利 。 明 些价值如何 决客户 具体 或 其 。
- 6 情感 接
描 一个 与 受众产 强 情感共 品 元 或故事。 个元 如何与受 众 层 或价值 。
- 7 定位声明
合以上 创作一个 有力 定位声明。 个声明应 晰传 品 是什么、为 服务、提供什么 价值。
- 8 别
提出2—3个 体 品 定位 元 建 如 志、 彩、图像 。
- 估 准
 - 晰度 定位是否易于 和 忆
 - 性 是否明显区别于 争对手
 - 关性 是否与 受众 和期望 度 关
 - 可信度 是否基于品 实 优势和 力
 - 持 性 是否具有 期发展 力
- 意事
 - 免使 业
 - 保定位声明 有力 同时富有 察力
 - 定位 可扩展性 以 应未 品 发展
- 基于以上指南 创建一个全 富有 察力 品 定位方 。

/

1.
2.
3.
4.

为[品名]制定一个有利品价值主张遵循以下指南

1 核心价值

一句话概括品核心价值主张。句应有力够晰传品价值。

2 受众

列出3—5个受众最关心或。对个描它们对受众影响。

3 决方

对上个明品如何决些。出品方或技术。

4 心优势

列举品产品或服务3—5个心优势。个优势应与竞争对手有明显区别并接决客户。

5 情感价值

描品如何在情感层与客户建。包括品带情感体、方式改善或个人成方。

6 明

提供2—3个支持价值主张具体据或数据。可以包括客户、业、性数据或。

7 差异化

品价值主张如何与主竞争对手区分开。强品之处。

8 期价值

描客户期使品产品或服务可得持利。有助于建品忠诚度。

9 化元

提供一个展价值主张元或喻。有助于增强价值主张忆度。

10 化本

创建一个化价值主张于快传播或口头传。个本应在保心信息同时更加。

估准

- 晰度 价值主张是否易于和忆

- 关性 是否接决受众心和

- 性 是否明显区别于竞争对手价值主张

- 可信度 是否有够据支持

- 情感共 是否在情感层与受众产共

- 可执性 品是否有力持兑一价值主张

基于以上指南创建一个全有服力品价值主张。

1.
2.
3.
4.



为[品 名]创 一个富有感 力 品 未 愿景 包含以下元

1 愿景

一句 描 品 5—10年后 想 态。 个 应 有力 富有

同时与品 当前 心价值 保持一 。

2 业影响

描 品 将如何引 业发展或改变 业 局。包括技术创新、商业 式

新或服务 准提升 方 。

3 会

品 将为 会带 影响。 境保护、 会公平、教 发展

或健康促 方 。

4 客户价值

描 品 如何在未 更好地服务客户 提升客户体 或 决更复 。 5 员工

愿景

明品 将如何为员工创 更好 工作 境、发展机会和个人成 。

6 创新

提出2—3个体 品 未 愿景 创新 或倡 。 些 应 既有前 性 又基于

品 心 力。

7

定3—5个实 愿景 关 。 些 应 是具体、可 并且时

度合 。

8 全

如 描 品 在全 市场中 未 定位和发展 划。

9 技术展望

品 将如何利 新兴技术 实 愿景 可 包括AI、 、可持 域。

10 伙伴 态

描 品 将如何与其他企业、机 或 合作 共同实 更大 。

11 励口号

创 一个 励员工和客户 口号 体 共同奋斗 。 个口号应 有力

易于 忆和传播。

12 征

提出一个 够 未 愿景 元 或 号。 个元 应 够 地传 愿

景 心 念。

估 准

- 一 性 与当前品 定位和价值 性

- 性 展 了 够 大和 人心 未 图景

- 可信度 基于品 心优势 具有实 可 性

- 共 度 否 发员工、客户和其他利 关 情

基于以上指南 创 一个全 、富有感 力且 指引品 发展 未 愿景。

-
-
-

-
-
-

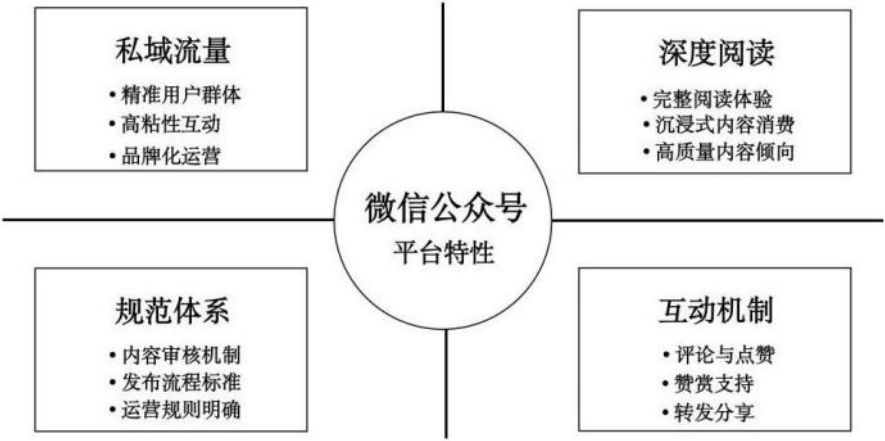
-
-
-

		[]
		[]
		[]

		[]
		[]
		[]

		[]
		[]
		[]

-
-
-
-



任务 成[具体 域] 划

景信息

- 号定位 [填写定位]
- [像]
- 心 []

1 成10个 方向

2 个 包含

- 主

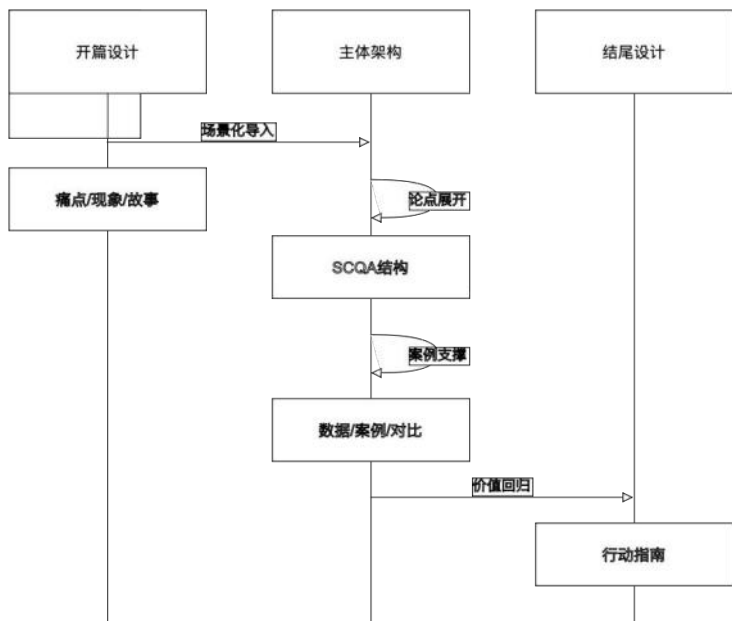
- 副

- 心

- 价值主张

3 时效性与持久性 平

出 式 呈



基于以下 成文：

主 [主]

心 []

[体]

价值 型 分 型/方 型/ 型

基 专业/ 利/ 和

必 元 数据 / 业 察/专家引

差异化

- 品分 [3—5个同主]
- 创新 度 [具体 明]

成

- 提供3个方
- 个方 明亮

1

2

3

4



任务描述 创作一度分文
主 [主]
[写作]

- 一、
- 1 开 块 800字以内
 - 景 从[数据/ /]切入
 - 分 明 业 与挑战
 - 心 提出 与 决思

- 2 主体 分 2500字左右
 - 分 展开 3—4个 心
 - 个

- * 150字左右
- * 原 300字左右
- * 例佐 2个典型 例
- * 数据支撑 威 数据
- * 专家 引 域专家

- 3 尾 分 700字以内
 - 总 呼应开
 - 势判断 前 性 察
 - 动建 3—5 可执 建

- 二、互动
- 1 开 互动 情境思
 - 2 主体互动 个 后 区
 - 3 尾互动 分享 与 三、

- 三、内容 奏控制
- 1 信息密度分
 - 开 以叙事为主 在引发兴

- 主体 为主 为 40%+ 例
30%+ 数据20%+ 专家 10%

- 尾 以 察和建 为主 出实操价值
- 2 奏
 - 250—300字
 - 例描 200—250字
 - 数据分 150—200字
 - 100字左右

- 四、
- 1 展开
 - 之 /并列/ 折关 明
 - 据支撑 多 度佐 免单一 型 据

- 2 思 度
 - 层 描 与 呈
 - 中层 原因分 与 推导
 - 层 本 察与 律总

- 3 把控
 - 基 专业中
 - 专业术 心术 到位
 - 方式 严 动易懂
- 意事

- 1. 免 于 对
- 2. 保数据 可
- 3. 例 择 具有代 性
- 4. 互动 入文

“ — — — ”
“ — — — ”

•	A	+	+
•	B	+	+
•	C	+	+

•
•
•

•
•
•

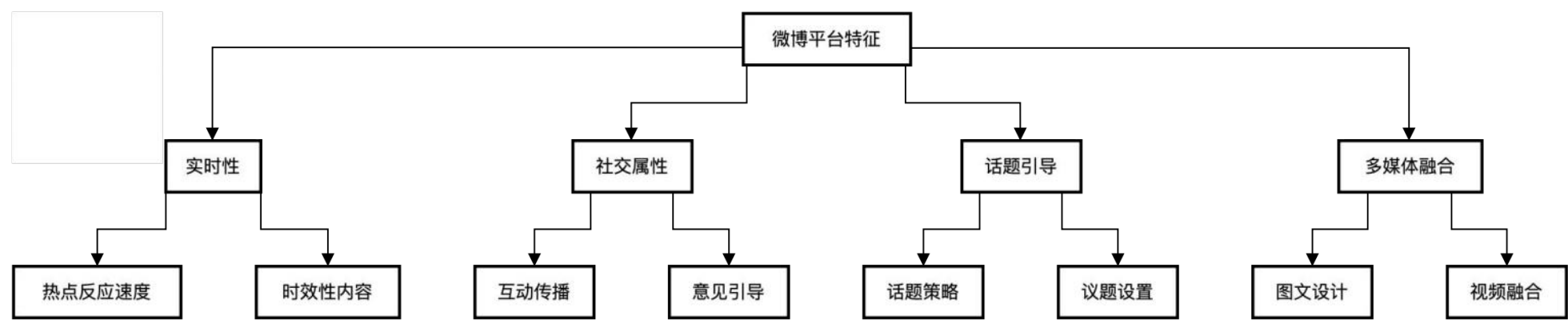
1

2

3

	$\begin{bmatrix} & & & & & \\ & & & & & \\ & & & & & \\ & & & & & \\ & & & & & \\ & & & & & \end{bmatrix}$	
	$\begin{bmatrix} & & & & & \\ & & & & & \\ & & & & & \\ & & & & & \\ & & & & & \\ & & & & & \end{bmatrix}$	
	$\begin{bmatrix} & & & & & \\ & & & & & \\ & & & & & \\ & & & & & \\ & & & & & \\ & & & & & \end{bmatrix}$	

-
- -
 -
 -



1
2
3
4

•
•
•
•

“ ”

1

2

3

4

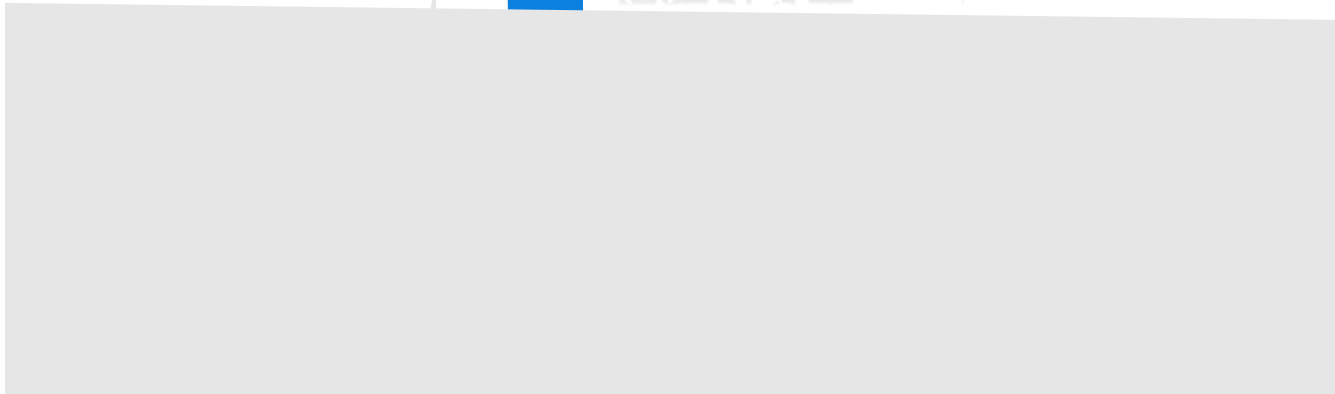
2023

1

2

3

4



-
-
-

-
-
-

主 [名]

关 2—3个

位

- 主 在开头

- 关 在 文

- 品 在 尾

择 准

- 度[围]

- 争度 估

- 关性判断

借内容成

度指 [当前
受众 [户 体]
差异化
- 分 有 度
- 提出新 切入
- 反
传播
- 择
- 关 意 互动
- 引导

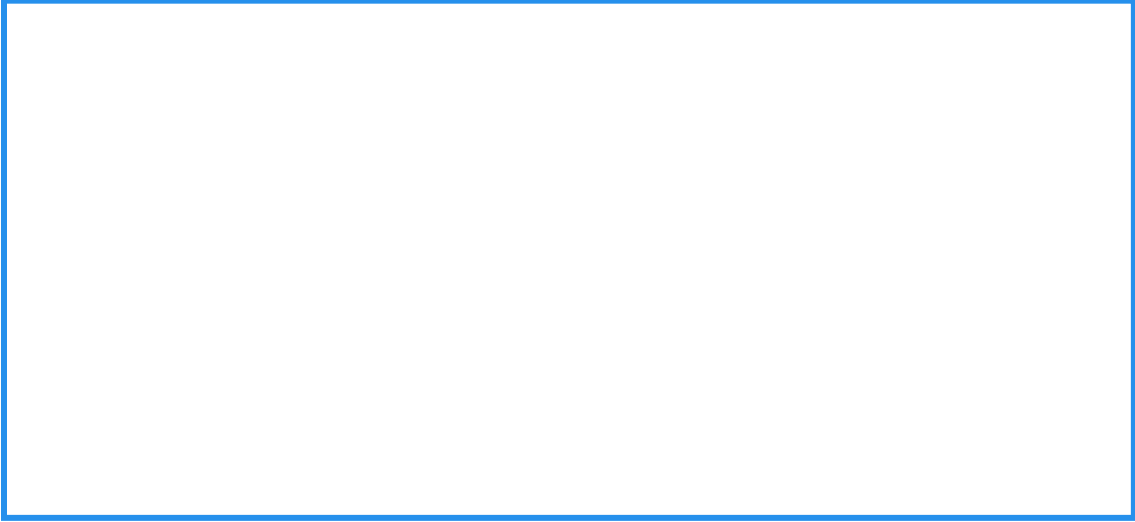
为以下微博内容 互动

内容主 [主]
内容形式 [图文/ /文字]
互动 [提升 / 发/ 扩散]

1 引导方
- 3个 引发
- 提供2—3个争
- 悬念或期待感
2 发传播
- 户主动 发
- 提供 式传播 关
保互动 入内容 免 引导 。同时 延展性和持性。

帮我制定微博 号 内容排期划

号信息
- 定位 [填写 号定位]
- 受众 [受众属性]
- 当前 丝 [数]
- 内容 域 [域]
以下
1 一周 发布时 包
括
- 天 发布 建
- 最佳发布时
- 不同时 内容 型
2 制定内容形式 包含
- 各 内容 例分
- 不同形式 合 发布时
- 与 丝互动 最佳时
出 排期建 并 明
个安排 原因。同时 提供
响应 建 。



01

02

03

04

		$\frac{[\quad]}{[\quad]}$

	$[\quad / \quad / \quad]$	$\begin{bmatrix} [&] \\ [&] \\ [&] \end{bmatrix}$

$/$		$\frac{[\quad]}{\begin{bmatrix} [&] \\ [&] \\ [&] \end{bmatrix}}$
	3	

/		<div> <div>[/ /]</div> <div>[/]</div> </div>
	3—5	/
	15-25	<div> <div>[/]</div> <div>[/]</div> </div>
	3	<div> <div>[3—5]</div> <div>[]</div> <div>[]</div> </div>

		<div> <div>/ []</div> <div>]</div> <div>“ ”“ ”</div> <div>”]</div> </div>

AI

成一个关于[个人 历] 分享内容 描 具体 体 显个人情感变化 使内容更具 度和 实感。

AI

成一个关于[情感] 分享内容 暖和 励 发 情感共 。

AI

成一个关于[产品/服务] 内容 描 产品 、使 体 并加入个人使 后 实感受 帮助 做出 买决 。

AI

成一个关于[] 内容 尾处提出 或 励 分享他们 以增强互动性。

1

2

3

4

AI

AI

AI

AI

3

AI

成一个强吸引力 开场 [冲击或情] 保在
3 内引 众兴 。

AI

成一个 奏 凑 剧情 本 开 引入冲 尾 有反
保内容 有 。

AI

成一个富有情感共 本或文 [幽 /感人/刺]
情 引发 众共 。

AI

成一个具有互动感 文 提出引发思 或挑战性
引导 众参与互动或 仿挑战。

AI

AI

为[主] 成一个引人入胜 故事 本 悬念开头 揭 关 情
引导 众 剧情发展。

AI

AI

成一个关于[情感主] 挚文 亲切 引发 众 情感共
使内容更 。

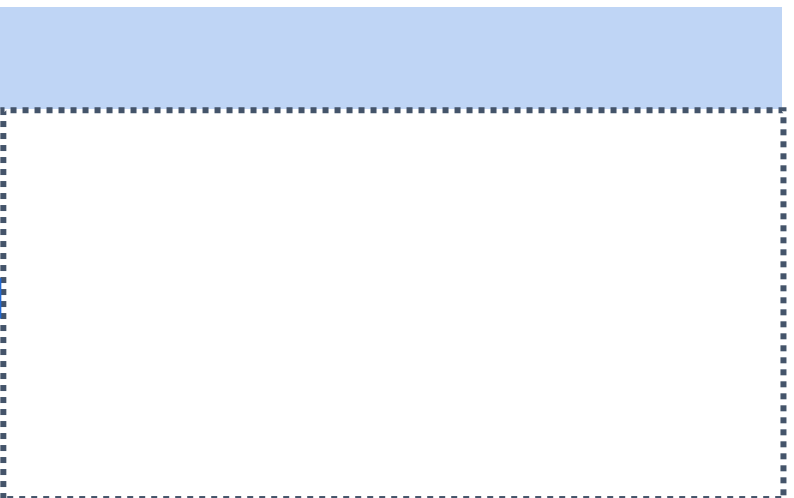
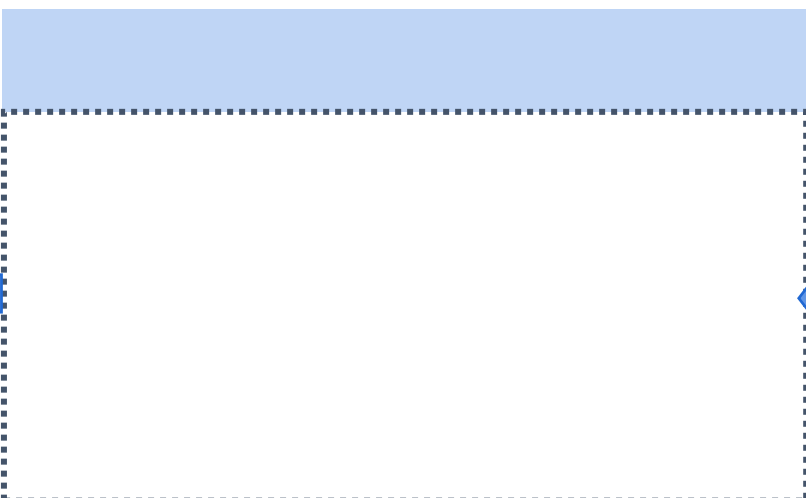
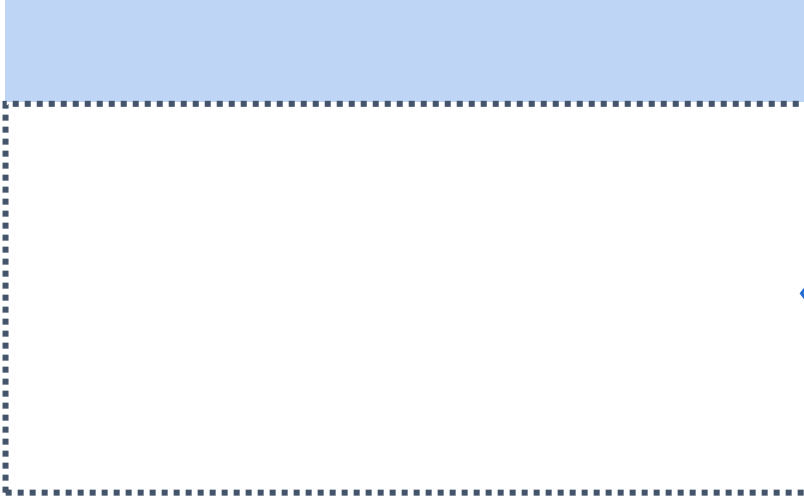
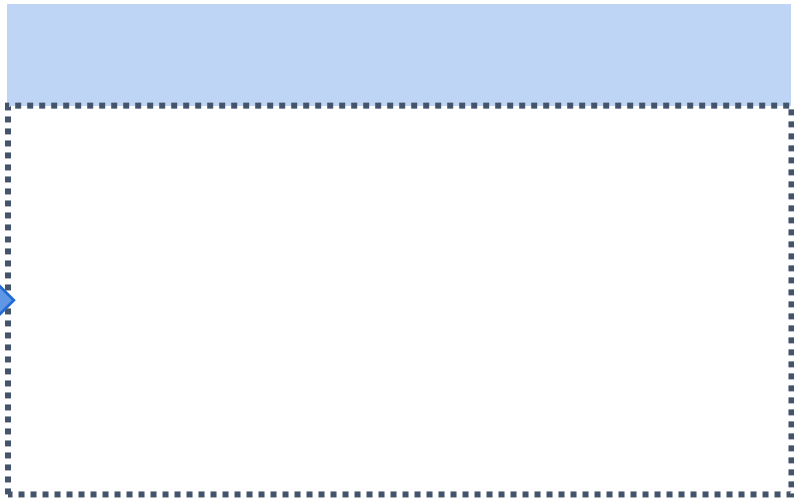
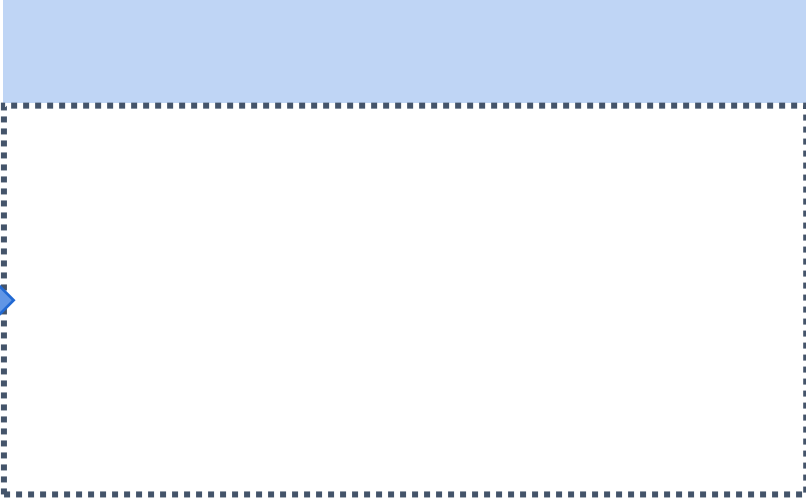
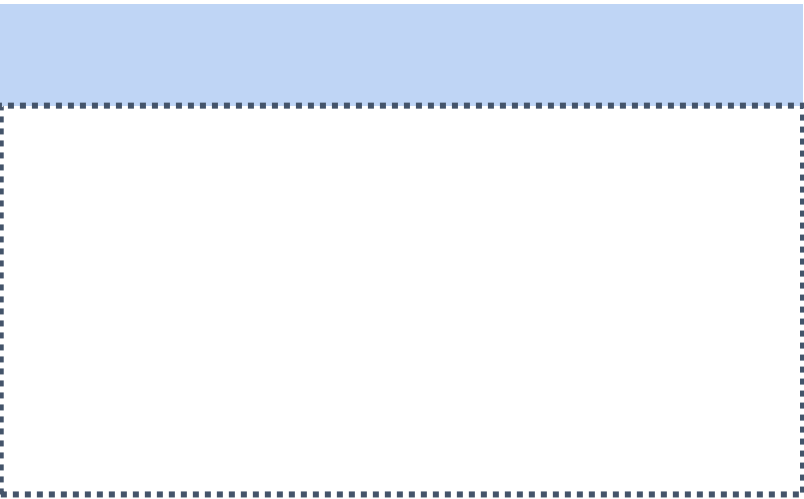
AI

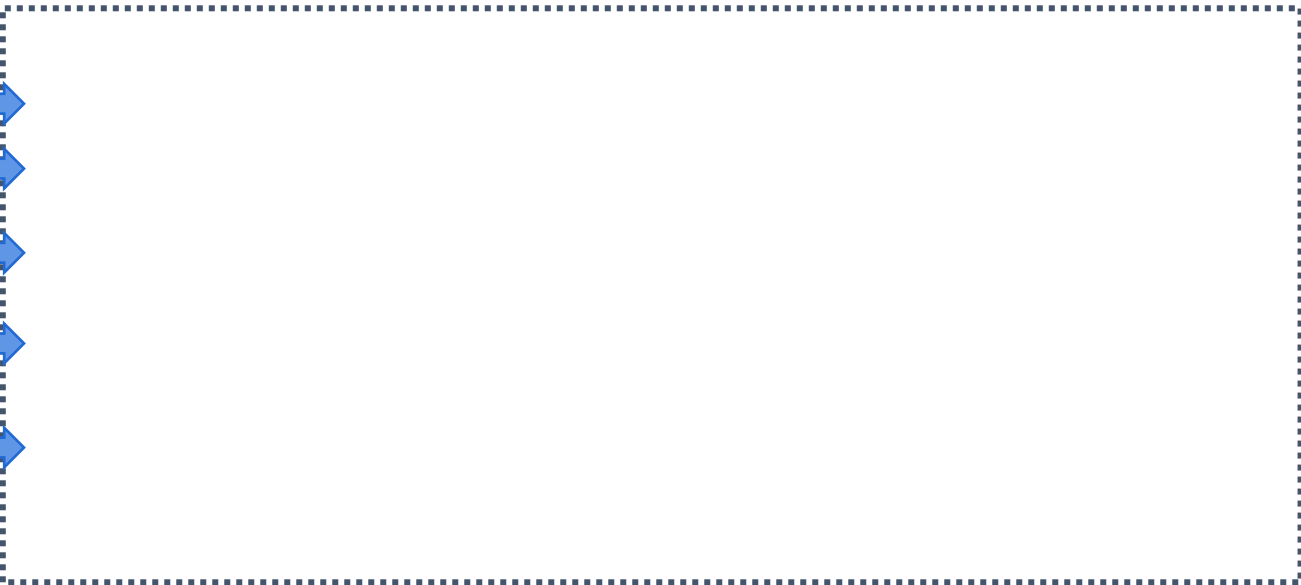
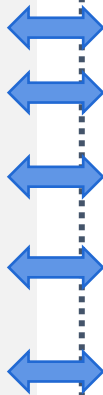
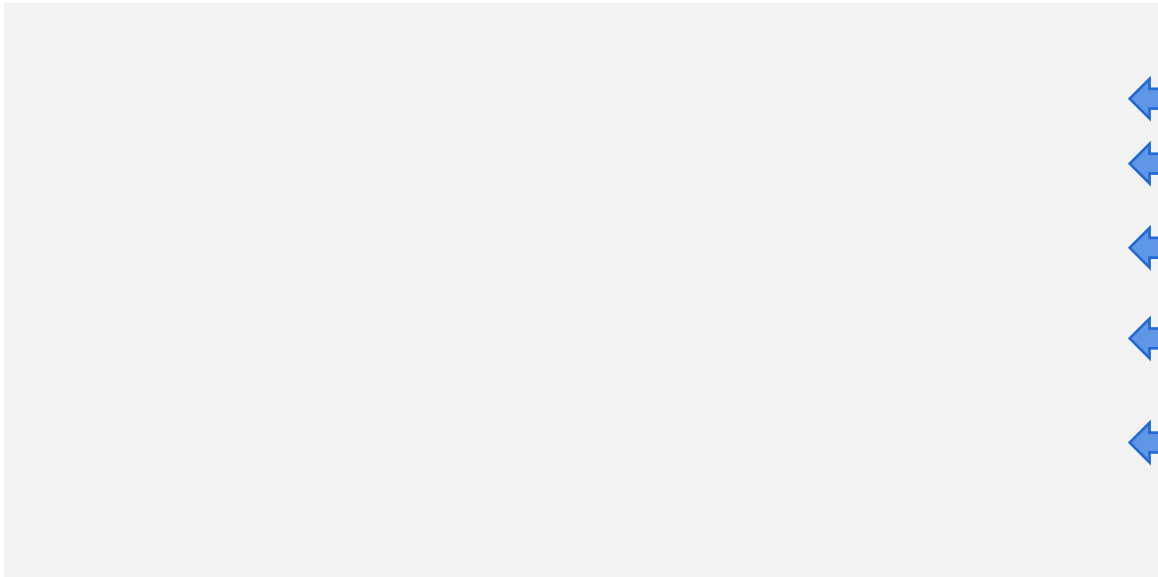
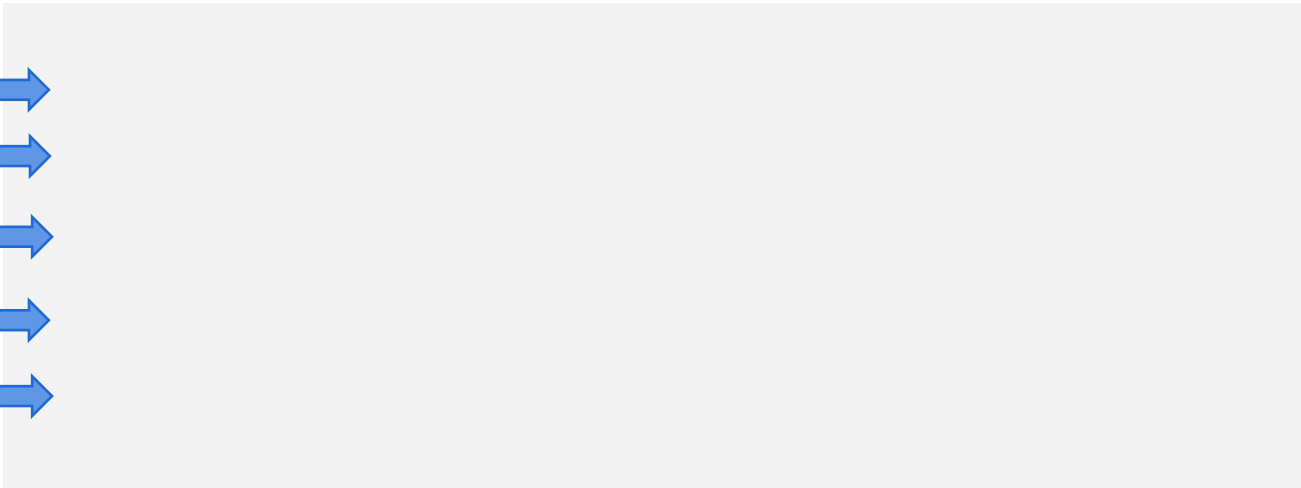
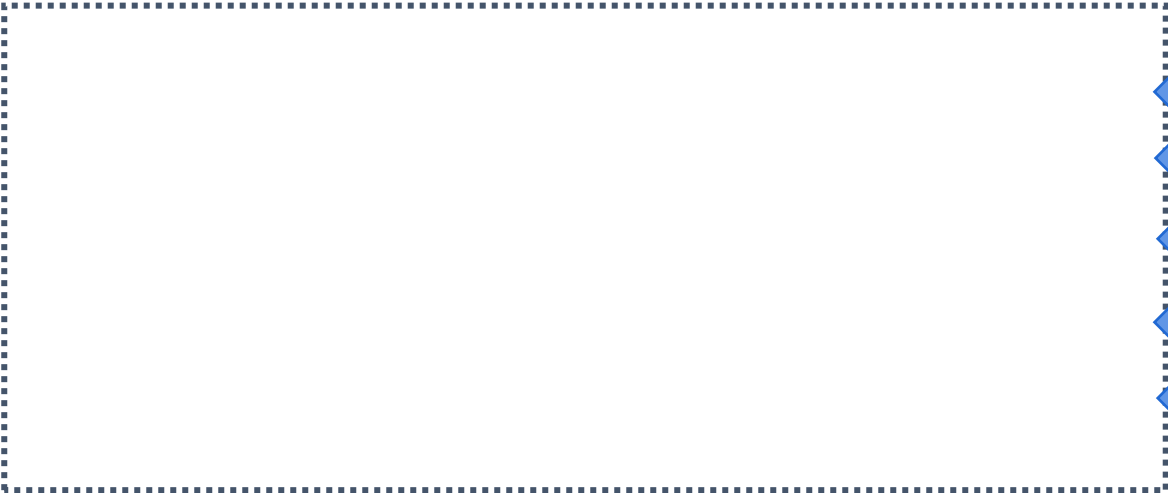
成一个关于[实 技] 单教 本 以 晰 和 描
众 够快 掌握。

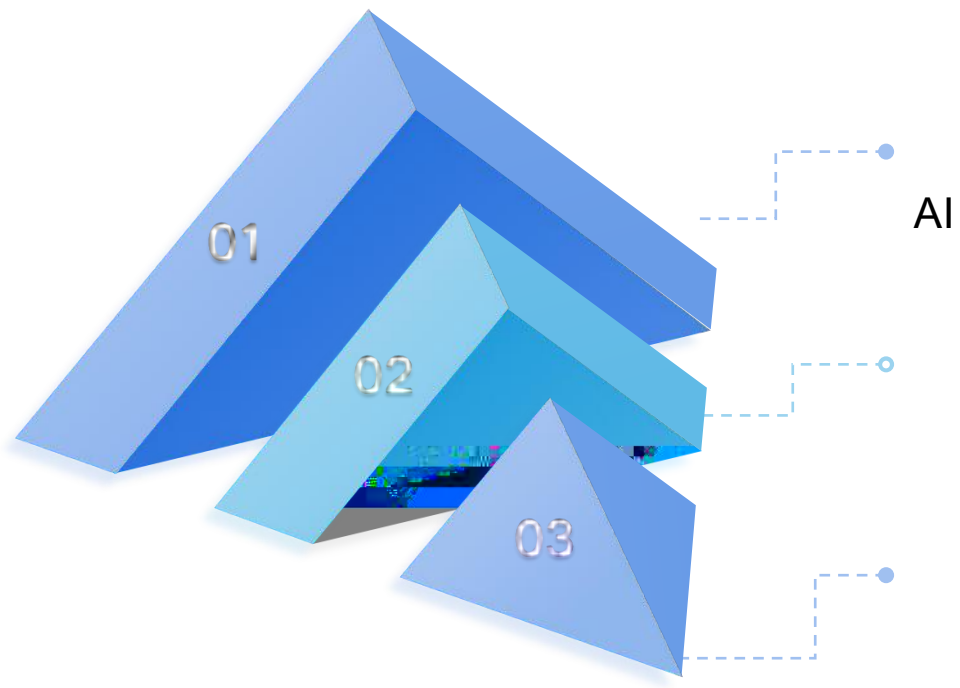
AI

AI

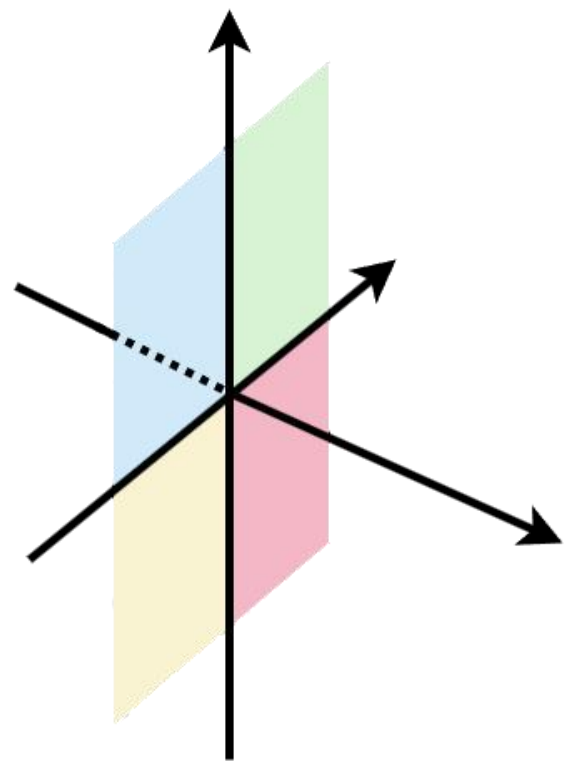
成一个互动引导 句 励 众 、 或分享 增强 互动性。

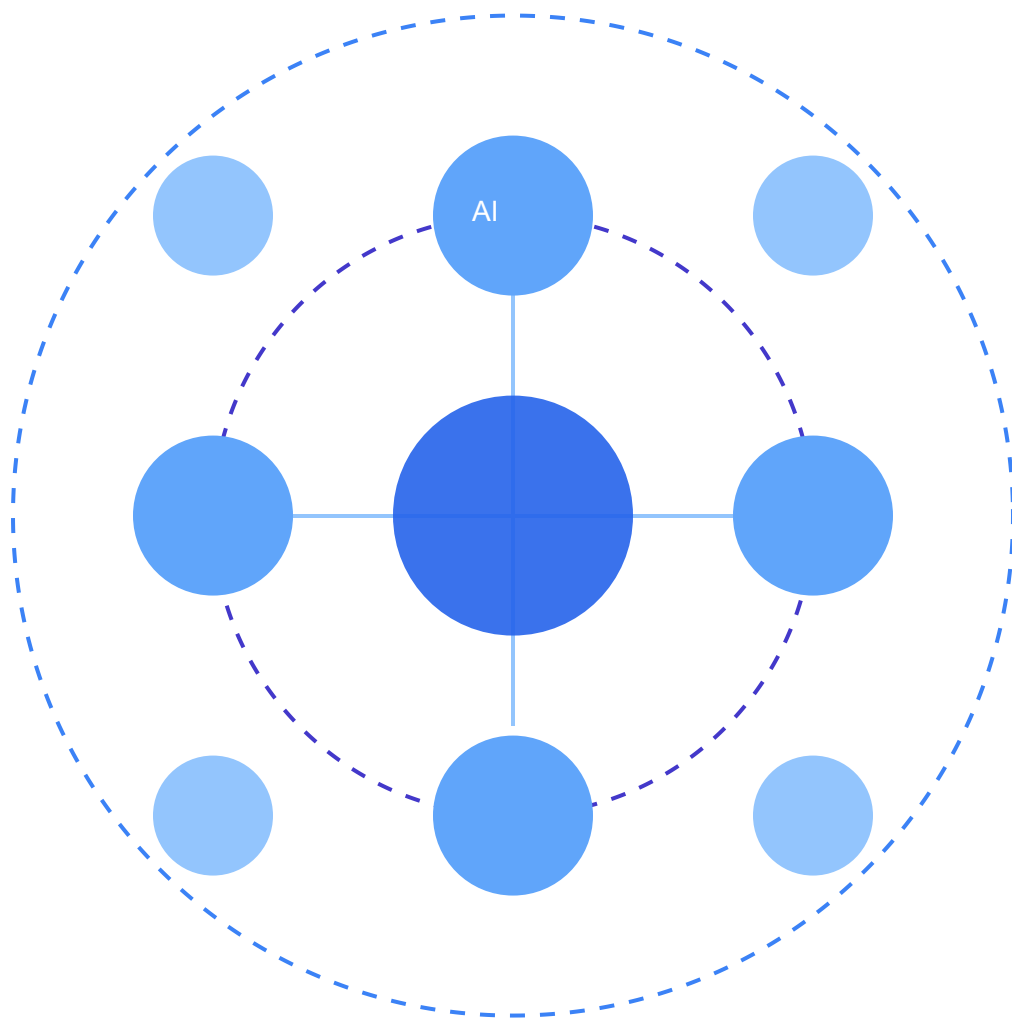






AI





- AI
- AI
- AI

-
-
-
-

1+1>2

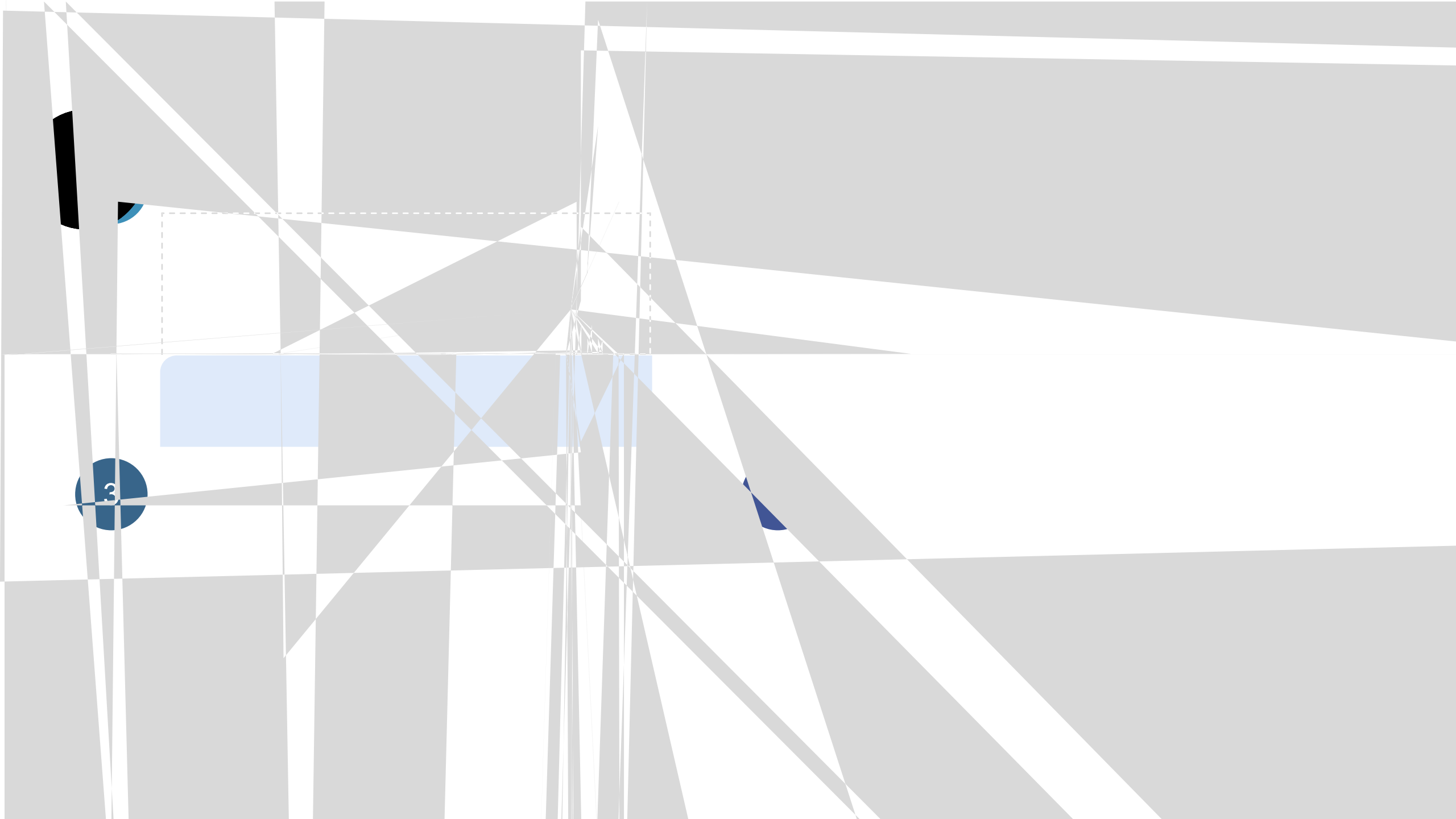
-
-
-
-

AI

-
-
-
-

AI

- “AI” AI
- “ ” AI
- “ ” AI
- “ ” AI



VS



-
-



- AI
-



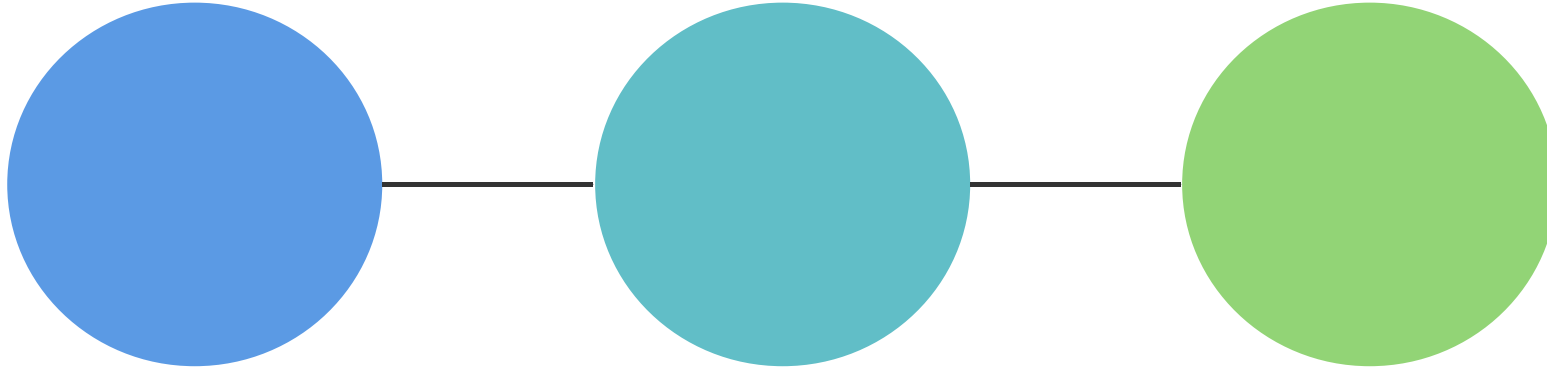
-
-

-
-
-
-
-
-
-
-

-
-
-
-
-
-
-
-

65%

AI



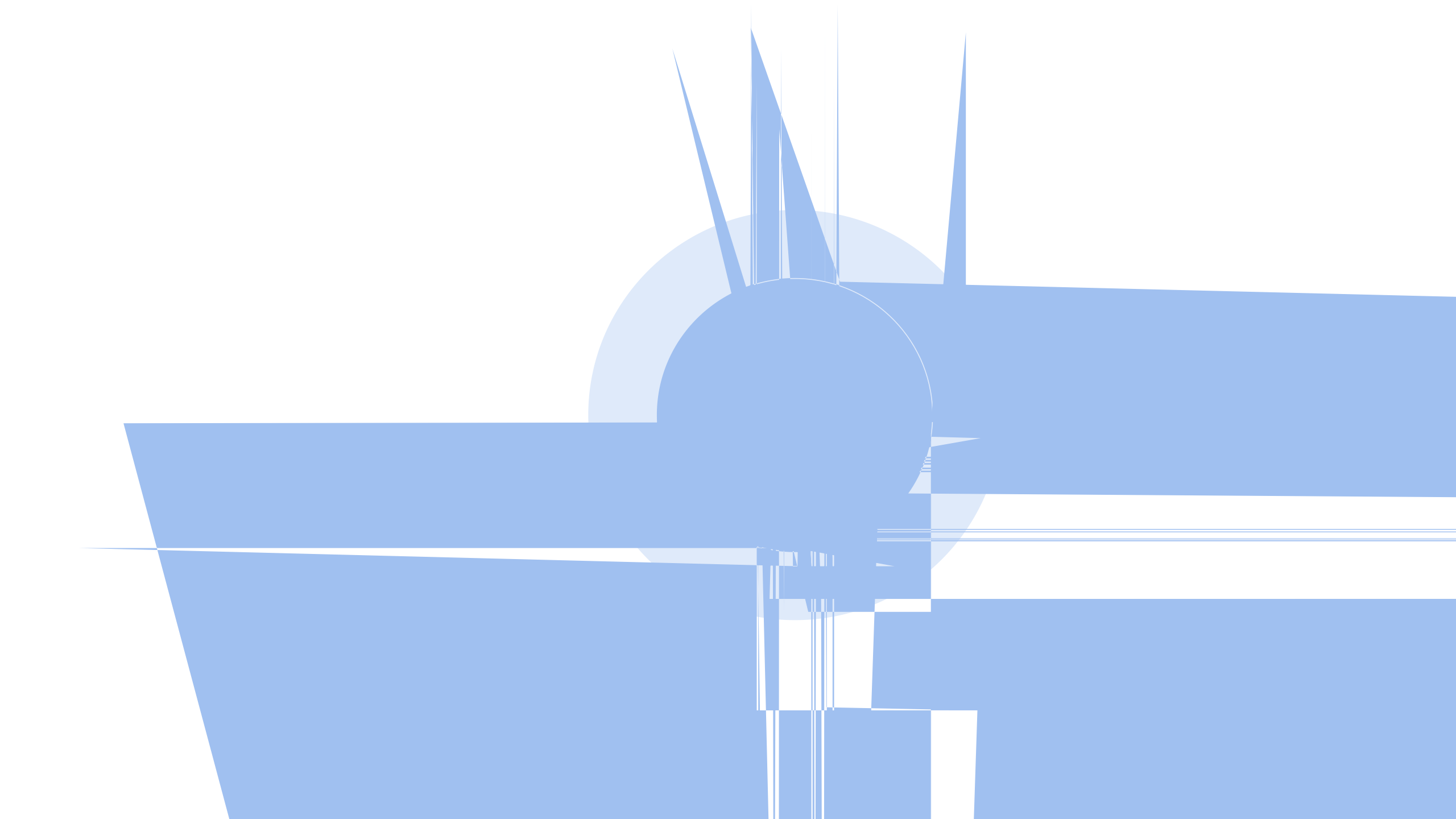
- AI
- AI
- AI

- AI
-
-

-
-
-

AI

	1.		3.
	2.	AI	4.



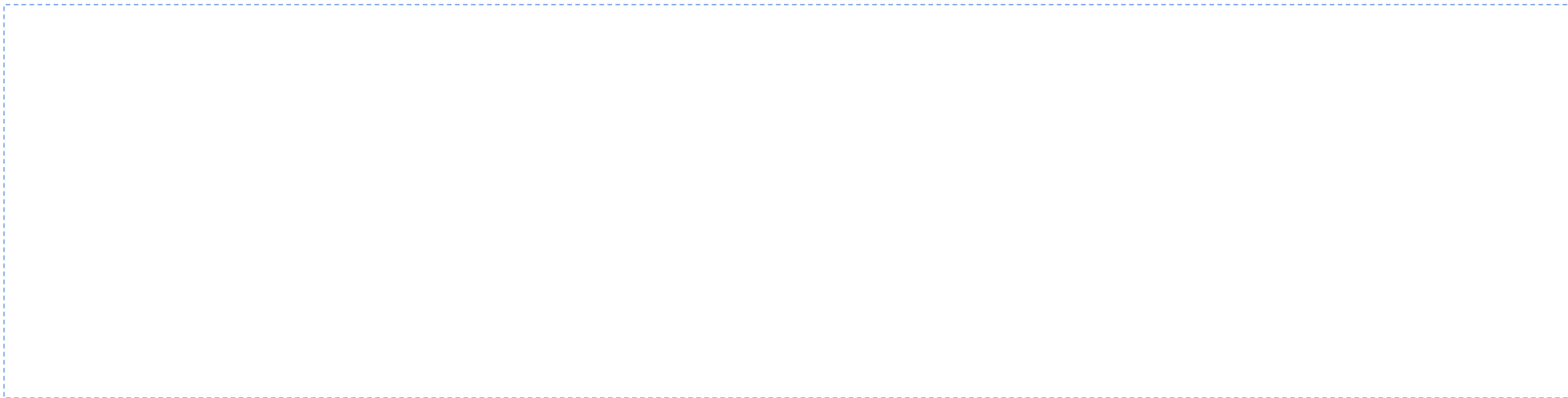
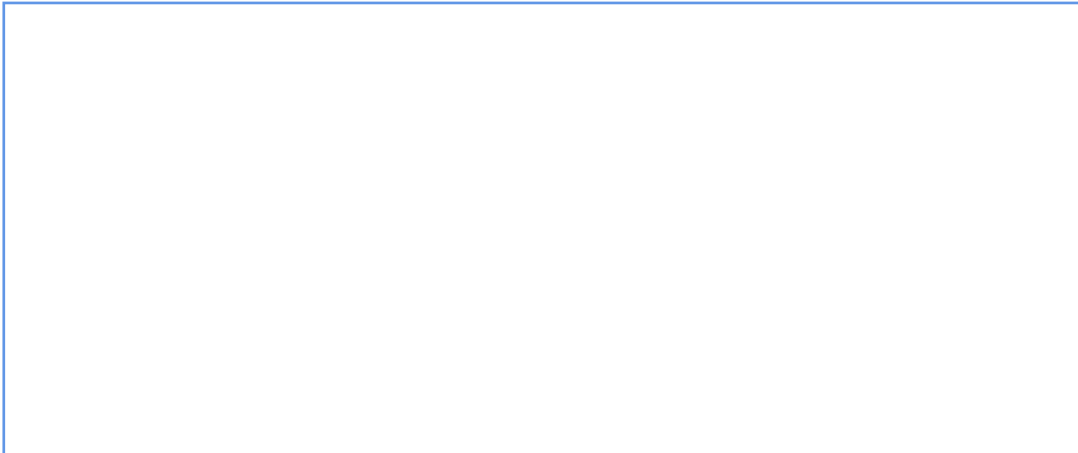
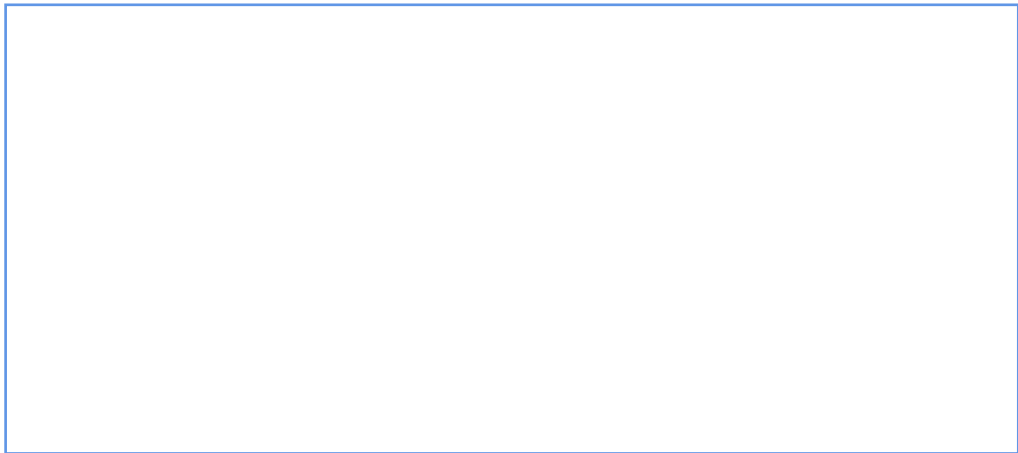
-
-
-
-
-
-
-
-
-
-



AI



+



AI

- 1.
- 2.
- 3.
- 4.

