课程产品化文件

企业生成式 AI 实战课程大纲

六门课程丨同一份完整大纲

MiniMaxH3 商业视频丨SeeDream 商业生图丨Nano Banana 精准改图

Seedance 2.0 + Veo 3 双引擎视频丨出海 AI SEO丨WorkBuddy 办公智能体

讲师：张翔

系列定位：企业 AI 应用实战——从内容生产、海外增长到智能办公

系列定位与课程总览

本系列覆盖商业生图、精准改图、视频生成、出海搜索增长与办公智能体，形成从内容生产、市场获客到组织效率提升的企业 AI 应用课程组合。六门课程均采用 1 天 6 小时的工作坊结构，可独立采购，也可组合为模块化训练营。

序号	课程	时长	核心实战产出
1	MiniMaxH3 商业视频实战	1 天 / 6 小时	15 秒竖屏样片或 3 镜分镜方案 + 结构化提示词
2	SeeDream 商业生图实战	1 天 / 6 小时	1 张主视觉 + 2 张适配变体 + 版本记录
3	Nano Banana 精准改图实战*	1 天 / 6 小时	1 张主图 + 3 张精准改图变体 + 素材角色表
4	Seedance 2.0 + Veo 3 双引擎视频实战*	1 天 / 6 小时	双引擎项目包：Seedance Prompt + Veo JSON + 成片/原型
5	出海企业 AI SEO 与线索增长*	1 天 / 6 小时	关键词机会图 + 本地化落地页框架 + 30 天冲刺计划
6	WorkBuddy 办公智能体实操	1 天 / 6 小时	办公智能体流程包：任务简报 + 产物 + 验收与复用模板

注：更适合有出海资质并且已部署海外业务的国内企业。

课程一 / SORA 2

课程名称：企业营销与内容团队用 MiniMaxH3 分镜提示词与爆款复刻流程交付可变现短片——商业视频实战工作坊

课程背景（前言）

企业短视频进入高频、多渠道、快速迭代阶段，传统拍摄往往受制于预算、场地、演员和制作周期。MiniMaxH3（国产视频模型黑马）将文字、角色、镜头、对白与音效整合到生成流程中，为品牌传播、广告创意和内容运营提供了新的生产路径。

但真实业务中，团队常遇到画面描述含糊、动作失控、角色不一致、分镜不可复用、生成结果与转化目标脱节等问题。本课程以课件中的九类提示词微课堂、四大变现场景和 AI UGC 广告复刻案例为主线，把“会生成”升级为“能按商业目标稳定交付”。

课程收益

- 采购方可获得一套从商业目标、爆款拆解、分镜提示词、生成迭代到后期交付的标准化流程，便于营销与内容团队复用。
- 学员能够把一个模糊创意拆解为主体、场景、动作、镜头、光色、对白/音效等可执行字段，并形成 1 份结构化提示词模板。
- 学员能够按 4 秒节拍或时间码编写至少 3 个镜头指令，降低动作冲突和镜头失控带来的返工。
- 学员能够针对短剧切片、广告短片、动画/科幻先导片、游戏过场动画四类场景完成商业价值判断与方案选型。
- 学员能够复刻“钩子—问题—解决方案—行动号召”的 AI UGC 广告结构，并输出 1 条 15 秒竖屏样片或完整分镜方案。
- 学员能够使用提示词逆向、配乐、配音与剪辑工具完成素材闭环，并按画面、声音、字幕、版权和投放规格执行交付检查。

学员对象

适合人群：企业市场部、品牌部、新媒体/短视频运营、广告创意、电商内容、内部传播及培训内容制作人员；适合希望把 AI 视频纳入日常营销生产流程的管理者与执行人员。无需专业剪辑基础，但应具备基本电脑或手机操作能力。

人数与课前准备：建议 15–30 人；为保证现场生成、点评与逐组辅导质量，实操班建议不超过 35 人。学员需自备电脑或手机，并提前准备可用账号及 1 个真实业务主题。

授课方式

讲授与框架拆解 25%丨讲师示范 25%丨个人/小组实操 35%丨案例研讨与作品评审 15%。课程采用“讲解一个方法—现场演示一次—学员完成一轮—按标准复盘”的闭环。

授课天数

1 天，共 6 小时（不含午休及课间休息）；可拆分为 2 次 × 3 小时线上/线下工作坊。

课程模型

商业目标 → 爆款拆解 → 分镜提示词 → 多轮生成 → 拼接后期 → 投放复盘

工具清单

- Sora 2：文字/图像生成视频、Remix、角色与片段延展。
- SeeDream 或 Gemini：脚本改写、提示词代写、视频/图像反向分析。
- TikTok Ads Library 等广告案例库：检索已验证的 UGC 广告结构。
- Suno / Udio：配乐；ElevenLabs / Index TTS：旁白、对话与音效。
- 剪映等后期工具：字幕、时间轴、音画合成与成片导出。

课程大纲

时间合计 360 分钟；各部分结束均安排要点总结或作品复盘。

第一部分： 把商业目标转为可执行的视频任务（45 分钟）

一、 从业务结果定义短片，而不是从工具功能出发

1. 明确观看对象与转化动作

（1） 区分品牌曝光、产品教育、获客转化与内容涨粉四类目标。

（2） 用目标受众、核心信息、情绪反应和行动号召四项写成项目简报。

2. 选择适配的内容形态与渠道规格

（1） 匹配竖屏短剧、UGC 广告、TVC、先导片与游戏过场等交付形态。

（2） 确定时长、画幅、字幕、安全区、声音和版本数量。

二、 完成 MiniMaxH3 的基础上手与案例观察

1. 梳理账号、入口与作品社区

（1） 完成登录、基础设置、生成与下载流程演示。

（2） 用 Remix 次数、互动与主题重复度识别潜在热门题材。

2. 建立合规素材边界

（1） 核对人物肖像、品牌标识、音乐、字体与参考素材的授权范围。

（2） 为客户素材建立可用、需确认、禁止使用三类清单。

第二部分： 用九个提示词维度稳定控制画面（90 分钟）

一、 把想法写成模型可以执行的场景

1. 说清主体、环境与光色

（1） 用人物/物体、地点、时段、天气、材质和主色调补足画面条件。

（2） 对照“人—景—光”定位偏差来源并增量修改。

2. 把复杂动作拆成单一节拍

（1） 一次只安排一个清晰动作，并用“第一步/第二步”或秒数标记顺序。

（2） 把长需求拆成 4 秒一段的可测试镜头，逐段生成后再拼接。

二、 用镜头语言与风格预设建立叙事观点

1. 控制景别、角度、构图与运镜

（1） 用俯拍、平视、侧拍、近景、中景与广角表达亲密、威压或孤寂。

（2） 为每个镜头写明机位、运动方向、主体动作和转场关系。

2. 先定情绪，再定画面质感

（1） 将光线方向、强弱、色温与对比度转化为可执行描述。

（2） 使用电影、纪录片、商业广告等风格预设保持成片统一。

三、 把对白、音效与视觉指令分层书写

1. 分离场景、人物、对白和声场

（1） 用独立字段写明角色发言顺序、台词、环境音与关键音效。

（2） 避免把镜头指令、对白和音乐混写导致模型误判。

2. 套用结构化提示词骨架

（1） 按风格、场景、人物、动作、气氛五个字段搭建模板。

（2） 把同一模板用于团队审稿、版本对比与批量复用。

第三部分： 用角色一致性与分镜控制延长叙事（60 分钟）

一、 保持人物与视觉资产连续

1. 建立数字分身与虚拟角色规范

（1） 统一人物外貌、服装、道具、口吻和禁止变化项。

（2） 为不同角色建立可复制的角色卡与引用规则。

2. 使用静态参考锁定造型

（1） 先生成或选择关键帧，再以同一参考图驱动后续镜头。

（2） 检查人物身份、服装、场景元素和品牌资产是否连续。

二、 把 15 秒片段组织为完整故事

1. 用时间码编写分镜

（1） 标注每段起止时间、景别、动作、台词、声音和转场。

（2） 利用 SeeDream 代写并人工校正精准分镜提示词。

2. 通过片段延展与拼接建立叙事一致性

（1） 保持上一镜头的姿态、视线和运动方向，设计自然接点。

（2） 用旁白、音乐和字幕连接跨片段信息。

第四部分： 把四类变现场景做成可销售方案（105 分钟）

一、 评估四大商业场景

1. 短剧切片与反差内容

（1） 用反差、反转、反常设计前 3 秒钩子与高密度转场。

（2） 讨论流量型内容与品牌安全之间的边界。

2. 广告短片与产品视觉

（1） 从化妆品、家居、餐饮到本地服务，提炼产品卖点、证据与 CTA。

（2） 用商业光线、产品高亮和多角度镜头提升可投放性。

3. 动画/科幻先导片与游戏过场

（1） 设计世界观、角色冲突与吸睛画面，形成预告片结构。

（2） 区分氛围镜头、叙事镜头和辅助 B-roll 的作用。

二、 复刻高转化 AI UGC 广告

1. 四步完成爆款拆解与再创作

（1） 在广告库找到已验证案例，提取钩子、问题、解决方案、行动号召。

（2） 用 Gemini 提取核心脚本、SeeDream 构建提示词、Sora 生成视频。

2. 从“做同款”升级为“解释为什么有效”

（1） 判断成功来自选题、脚本、视觉风格、节奏还是 CTA。

（2） 为新产品替换卖点与受众，避免机械复制。

第五部分： 完成工具链交付与作品评审（60 分钟）

一、 补齐生成前后的工具链

1. 反推提示词与补齐声音

（1） 使用 Gemini/SeeDream 分析参考视频的镜头、动效与脚本。

（2） 使用配乐、配音、音效工具补齐音画层次。

2. 完成剪辑与输出

（1） 在剪映中完成片段拼接、字幕、音量平衡与封面。

（2） 按平台要求导出画幅、码率、时长与文件命名。

二、 提交课程作品并复盘

1. 完成一个真实业务样片

（1） 每组提交 1 条 15 秒竖屏样片，或 1 套含 3 个镜头的完整分镜方案。

（2） 同时提交项目简报、提示词、版本记录和素材授权说明。

2. 按五项标准评审

（1） 从目标匹配、镜头可控、角色一致、声音完整、CTA 清晰五个维度打分。

（2） 沉淀可复用模板与下一轮优化动作。

本课程阶段收获：学员完成可审阅、可修改、可交付的项目成果，并带走适用于真实业务的模板、清单与复盘标准。

课程二 / SEEDREAM 图像生成

课程名称：品牌、电商与内容团队用 SeeDream 图像生成与分层编辑打造商业视觉资产——场景化实战工作坊

课程背景（前言）

品牌、电商和内容团队需要持续产出海报、产品图、封面、信息图、缩略图和社交媒体素材，但传统流程常因沟通轮次多、版本量大、设计资源不足而影响上市与投放节奏。SeeDream（字节旗下生图模型） 图像生成把语言理解、参考图复刻、中文排版和对话式修改整合在同一工作流中。

工具能生成图片并不等于能交付商业视觉。本课程基于课件中的 21 个入门场景、15 个进阶变现场景与“分层编辑四步法”，训练学员从需求定义、提示词、参考图、增量改稿到规格化输出，形成可复用的视觉生产能力。

课程收益

- 采购方可获得覆盖品牌、出版、教育、电商、社交媒体与内部展示的场景模板库，缩短创意沟通与初稿制作周期。
- 学员能够把业务简报改写为包含主体、风格、构图、文字、色彩、用途与限制条件的场景化提示词。
- 学员能够利用参考图完成风格迁移、人物/商品组合、场景搭建与局部修改，并连续执行至少 3 轮增量编辑。
- 学员能够用“展开联想—风格化—妆点舞台—增加文字”的分层编辑法生成一套结构清晰的商业画面。
- 学员能够从品牌海报、电商产品图、内容封面或信息图中选择 1 类，完成 1 份可交付作品及多尺寸适配方案。
- 学员能够识别文字瑕疵、事实幻觉、品牌合规、肖像授权和印刷/平台规格风险，并执行交付前检查。

学员对象

适合人群：品牌与市场人员、电商运营、内容编辑、新媒体运营、培训师、产品经理、设计协同人员及个体内容创作者；适合需要高频制作视觉内容但并非专业设计师的人群。

人数与课前准备：建议 15–35 人；以现场实操与作品点评为主时不超过 40 人。学员需自备电脑、可用账号，并准备 1 张个人照片、1 个品牌标识或 1 个产品素材。

授课方式

讲授与方法框架 20%丨讲师场景演示 30%丨任务闯关 35%丨作品评审与商业化研讨 15%。全程使用真实素材进行“生成—修改—适配—交付”。

授课天数

1 天，共 6 小时（不含午休及课间休息）；可拆分为入门与进阶两个 3 小时模块。

课程模型

需求定义 → 参考图拆解 → 场景化生成 → 分层编辑 → 规格适配 → 商业交付

工具清单

- SeeDream 图像生成：文字生图、参考图生成、对话式修改与中文视觉内容。
- Sora.com：作品灵感与公开提示词观察。
- Recraft：将图片矢量化；Figma：修改 SVG 文字与版式。
- TripoSG 等 3D 转换工具：将平面玩偶图转换为可继续加工的模型文件。
- 可选视频/口型同步工具：把商品模特图延展为带货短视频。

课程大纲

时间合计 360 分钟；各部分结束均安排要点总结或作品复盘。

第一部分： 从视觉任务与模型能力开始正确选题（45 分钟）

一、 把商业需求翻译成视觉任务

1. 识别六类常见交付物

（1） 区分品牌海报、产品图、出版封面、教育信息图、社交媒体素材和个人 IP 视觉。

（2） 明确受众、媒介、尺寸、核心信息、品牌元素和行动目标。

2. 判断哪些任务适合直接生成

（1） 适合用生成模型完成创意探索、草案、变体和低成本验证。

（2） 对高精度文字、事实数据、商标与印刷文件预留人工校正环节。

二、 建立提示词的最小完整结构

1. 写清主体、风格与画面组织

（1） 描述主体特征、场景、构图、光线、色彩、材质与画幅。

（2） 加入用途、文字内容、必须保留与禁止变化的要素。

2. 使用参考图而非只写形容词

（1） 用参考图传递人物、产品、风格、版式和姿势。

（2） 明确每张参考图的用途，降低错误融合。

第二部分： 快速生成品牌、个人 IP 与内容视觉（75 分钟）

一、 打造品牌与个人形象资产

1. 从真人照片到卡通形象与宣传海报

（1） 完成照片卡通化、个人宣传海报和九宫格发型/形象方案。

（2） 保持人物身份特征，同时改变风格、服装与场景。

2. 融合品牌标识与城市/空间元素

（1） 将 Logo 融入云朵、天际线、建筑或产品结构。

（2） 核对品牌形状、色彩与视觉重心，避免标识失真。

二、 生产封面、插图与知识卡片

1. 参考既定风格制作海报和图书封面

（1） 从版式、色彩、字体气质和主视觉四个维度拆解参考图。

（2） 按书名、故事梗概或品牌主题连续修改作者、角色与标题。

2. 生成学习路径、导游图和金句图卡

（1） 把复杂内容转化为路线、分区、图标与关键文字。

（2） 控制中文可读性、信息层级与留白。

第三部分： 完成电商产品图与精确改图（80 分钟）

一、 生成可销售的产品视觉

1. 制作产品对比、详情页与场景图

（1） 组织产品卖点、对比指标、视觉证据和购买场景。

（2） 生成产品营养对比、商品海报、Q 版品牌空间与文化衫效果图。

2. 把人物、商品和空间自由组合

（1） 让指定人物穿戴商品、替换配饰并置入目标环境。

（2） 为空房添加家具，检查比例、透视、光线与遮挡关系。

二、 用对话式修改减少返工

1. 删除、替换与保留

（1） 删除无关人物或物体、修改画面文字、保留指定背景与主体。

（2） 每轮只修改一类变量，并复述“不变项”。

2. 建立版本记录

（1） 记录原图、提示词、修改指令、版本号和用途。

（2） 对比不同版本，选择最符合业务目标的一版。

第四部分： 用分层编辑与风格融合做进阶创作（80 分钟）

一、 掌握分层编辑四步法

1. 展开联想并完成风格化

（1） 先确定主概念和关键角色，再选择 3D、等距、摄影或动画风格。

（2） 锁定画幅、色彩和视觉语言，避免同时大改多个维度。

2. 妆点舞台并增加文字

（1） 逐步添加背景物、道具、氛围与前中后景关系。

（2） 最后加入标题、品牌信息或水印，并检查层级与可读性。

二、 把平面作品延展到新媒介

1. 制作玩偶、贴纸、漫画与 UI

（1） 将个人/集体照转为手办包装、乐高形象、表情包、卡通贴纸和四格漫画。

（2） 把 UI 草图转为高保真界面，并保留结构逻辑。

2. 处理文字和可编辑文件

（1） 将含文字的图片矢量化为 SVG，再进入 Figma 校正。

（2） 在交付前核对字体、错别字、品牌色和印刷边界。

第五部分： 把视觉能力映射到可变现场景（50 分钟）

一、 识别付费客户与业务价值

1. 设计、出版、教育与企业展示

（1） 为设计公司生成色盘风格图，为出版社/教育机构生成科普图和插图。

（2） 为高管演示制作信息图，为影视公司生成道具与杂志封面。

2. 电商、医美、内容创作者与城市宣传

（1） 制作跨语言产品图、带货模特、皮肤对比、视频缩略图、名片与邮票。

（2） 把一次生成整理为套餐、版本数、交付标准和报价依据。

二、 持续发现并验证新玩法

1. 从搜索、社交媒体与作品社区获取灵感

（1） 记录高互动案例的主题、风格、提示词和可迁移元素。

（2） 建立个人提示词素材库与场景标签。

2. 用反向分析、练习、模仿、融合与分享形成正循环

（1） 从优秀图片逆向推测提示词，再根据业务需要改写。

（2） 通过多次生成和公开复盘建立提示词与画面效果的直觉。

第六部分： 完成一份商业视觉作品并评审（30 分钟）

一、 提交可交付作品

1. 完成一主两变体

（1） 从品牌海报、电商产品图、内容封面或信息图中任选一类。

（2） 提交 1 张主视觉、2 张尺寸/文案/风格变体及提示词记录。

2. 执行交付前检查

（1） 核对人物、商品、文字、事实、品牌、授权和输出规格。

（2） 按目标匹配、视觉层级、修改可控、商业可用四项完成互评。

本课程阶段收获：学员完成可审阅、可修改、可交付的项目成果，并带走适用于真实业务的模板、清单与复盘标准。

课程三 / NANO BANANA

课程名称：电商、设计与运营团队用 Nano Banana 多图融合与精准改图批量生成营销素材——任务式实战工作坊

课程背景（前言）

电商与运营团队的真实工作往往不是从零生成一张图，而是基于人物、商品、服装、姿势、背景、Logo 和现有物料持续替换、合成与批量变体。传统修图依赖专业软件与人工操作，容易形成排期瓶颈。

谷歌生图模型 Nano Banana 的优势集中在对话式改图、多图融合、角色/物体保持和局部控制。本课程以课件中的 30+ 场景、电商六种玩法与 Prompt 黄金法则为基础，训练团队把“换人、换装、换景、换配件、换材质、换姿势”做成可审计、可复用、可批量的营销素材流程。

课程收益

- 采购方可建立以素材组件和任务模板为核心的快速改图流程，支持新品、活动、跨市场与多 SKU 的高频内容需求。
- 学员能够在 Nano Banana / Pro 的适用入口中完成模型选择，并依据任务判断使用文字、单图或多图输入。
- 学员能够通过多图角色分工、红框/涂鸦标记和正向描述，完成至少 3 类局部修改且保持非目标区域稳定。
- 学员能够围绕换背景、模特换衣、多角度姿势、饰品/配件替换、A/B 主图、商品分离六种电商玩法形成操作模板。
- 学员能够按“细节—语境—迭代—分步—正向描述—镜头语言—搜索溯源”七项规则优化 Prompt。
- 学员能够提交 1 套包含主图、变体和版本记录的营销素材包，并执行事实、肖像、商标、细节与规格检查。

学员对象

适合人群：电商运营、商品企划、品牌市场、内容运营、平面/空间设计协同人员、培训内容制作人员及需要批量改图的业务团队。适合有真实素材和明确改图需求的学员。

人数与课前准备：建议 15–30 人；任务式实操班不超过 35 人。学员需准备人物照、产品图、品牌标识、参考姿势/场景图中的至少两类素材，并确保拥有使用授权。

授课方式

框架讲授 20%丨案例拆解与讲师示范 25%丨任务闯关 40%丨电商方案研讨与评审 15%。每个任务强调“目标区域—参考素材—不变项—验收标准”。

授课天数

1 天，共 6 小时（不含午休及课间休息）；可拆分为精准改图 3 小时 + 电商批量玩法 3 小时。

课程模型

素材盘点 → 多图融合 → 局部控制 → 增量迭代 → 批量变体 → A/B 验证

工具清单

- Nano Banana / Nano Banana Pro（Gemini 图像模型）：生成、改图、多图融合与文字理解。
- Google AI Studio / Gemini：模型入口、对话式迭代与 Prompt 管理。
- 即梦等视频工具：把手办、讲解图或关键帧延展为短视频。
- 可选第三方入口：按企业网络、账号、成本和数据合规要求选用。
- 常用后期工具：用于文字校正、尺寸适配和最终排版。

课程大纲

时间合计 360 分钟；各部分结束均安排要点总结或作品复盘。

第一部分： 建立模型选择与精准改图工作流（45 分钟）

一、 识别模型、入口与任务边界

1. 区分 Nano Banana 与 Pro 的使用场景

（1） 根据速度、复杂度、细节要求和调用成本选择模型与入口。

（2） 在企业场景中核对账号、数据、版权与敏感素材要求。

2. 把改图任务写成四项简报

（1） 明确目标区域、参考来源、不变项和验收标准。

（2） 将素材按人物、商品、姿势、背景、风格和品牌组件命名。

二、 掌握七项 Prompt 黄金法则

1. 用细节、语境与正向描述提升可控性

（1） 具体说明主体、色彩、布光、构图、用途与期望情绪。

（2） 写“要呈现什么”，减少模糊否定词。

2. 用分步、迭代与镜头语言降低复杂度

（1） 把宏大任务拆成连续步骤，每轮只改一个变量。

（2） 使用广角、微距、低角度、棚拍等术语控制构图与质感。

第二部分： 完成多图融合与局部精准修改（75 分钟）

一、 执行删除、替换与保留

1. 精准去除或替换指定元素

（1） 删除人物眼镜、封面角色或画面干扰物，同时保留非目标区域。

（2） 对书名、作者、角色与场景进行连续增量改稿。

2. 用红框、涂鸦和姿势参考控制位置

（1） 在目标图中标出放置区域，并指定来源图中的物体或姿势。

（2） 检查比例、透视、光线、遮挡和人物身份是否一致。

二、 让多张参考图各司其职

1. 人物换装、配饰与姿势迁移

（1） 让指定人物穿参考服装、佩戴饰品或采用目标姿势。

（2） 明确脸部、身形、服装、配件和背景哪些必须保持。

2. 人物分离与高清重建

（1） 从人群中分离指定模糊人物并生成单人高清图。

（2） 对结果执行身份、五官、发型和服装一致性检查。

第三部分： 生产品牌、电商与产品概念视觉（90 分钟）

一、 快速制作商品与品牌素材

1. 生成产品概念、包装与周边效果图

（1） 制作品牌键帽、Logo 造型书架、硅胶腕托、手办与挂件。

（2） 通过材质、结构、光线与产品摄影语言增强可信度。

2. 组合实物与插画形成创意广告

（1） 把真实产品与手绘涂鸦、插画角色或矢量风格融合。

（2） 把海报贴入建筑空间或活动现场，验证地推与空间效果。

二、 建立人物与品牌的内容资产

1. 生成证件照、宣传照与黑白艺术照

（1） 控制背景、服装、姿势、光线、景别和人物身份。

（2） 用姿势参考生成瑜伽老师或专业人士宣传照。

2. 修复、增强与风格转换

（1） 修复老照片/老动漫，直接增强曝光、色彩和构图。

（2） 叠加玻璃、胶片等指定材质，并保留主体细节。

第四部分： 把图像能力转化为内容与知识产品（70 分钟）

一、 制作可传播的内容产品

1. 生成地图、绘本、连环画与关系图

（1） 用一致角色、多角度和中英双语组织儿童绘本/连环画。

（2） 生成旅游手账和人物关系图，并对事实与关系进行人工核实。

2. 生成教学与演示视觉

（1） 为古典诗词、课程、科普主题和 PPT 生成结构化插画。

（2） 制作养生茶、魔方、成语和菜谱等步骤型图解。

二、 从静态图延展到短视频

1. 设计关键帧与动作提示

（1） 将手办、建筑讲解图或角色画面作为首尾帧。

（2） 写明第一人称/镜头动作、主体动作和结束画面。

2. 检查跨媒介一致性

（1） 确保人物、产品、Logo、色彩和场景在图像与视频间一致。

（2） 记录源素材和衍生文件关系，便于版本管理。

第五部分： 搭建电商六种批量玩法与验证机制（50 分钟）

一、 用组件化方法快速生成变体

1. 换背景、换装、换姿势与换配件

（1） 面向跨境、季节与渠道快速替换生活场景。

（2） 用一个模特生成多套服装、多角度姿势和不同饰品/配件组合。

2. 生成 A/B 主图与目录级产品图

（1） 替换颜色、花纹、按钮位置和背景色，形成多版本测试。

（2） 从复杂场景分离单品，生成对比图和组合套装。

二、 把批量生成纳入运营流程

1. 建立 SKU × 场景 × 渠道矩阵

（1） 定义每个 SKU 所需主图、详情页、社媒图和广告变体数量。

（2） 统一文件命名、版本号、审核状态和投放用途。

2. 用业务指标选择版本

（1） 在投放前按信息清晰、商品真实、品牌一致和平台合规筛选。

（2） 在投放后以点击、停留、转化或询盘结果进行 A/B 复盘。

第六部分： 交付一套营销素材包并完成评审（30 分钟）

一、 提交任务成果

1. 完成一主三变体

（1） 提交 1 张主图、3 张换景/换装/换配件/换姿势变体。

（2） 附素材角色表、提示词、版本记录和授权说明。

2. 执行六项质量检查

（1） 核对人物身份、商品细节、品牌标识、空间逻辑、文字事实和输出规格。

（2） 将不稳定环节写入下一轮测试清单。

本课程阶段收获：学员完成可审阅、可修改、可交付的项目成果，并带走适用于真实业务的模板、清单与复盘标准。

课程四 / SEEDANCE 2.0 + VEO 3

课程名称：企业营销与视频团队用 Seedance 2.0 与 Veo 3 完成多模态商业成片交付——双引擎实战工作坊

课程背景（前言）

企业视频需求同时覆盖社交短片、出海广告、客户见证、流量内容、游戏/MTV 虚拟画面和科幻先导片。单一模型难以覆盖所有素材输入、音画生成、结构化控制和交付要求，团队需要建立按任务选模型的双引擎策略。

字节旗下视频模型 Seedance 2.0 强调图片、视频、音频、文字的多模态参考与 @ 素材编排；Veo 3 强调音画同步与结构化场景控制。本课程将两个分册合并，训练学员从入口选择、素材组织、Prompt/JSON、生成、声音到剪辑交付，形成一条完整商业视频生产线。

课程收益

- 采购方可获得一套按业务目标、素材类型、画面控制与渠道要求选择 Seedance 2.0 或 Veo 3 的决策框架。
- 学员能够在首尾帧模式与全能参考模式之间正确选择，并用 @ 素材名说明图片、视频、音频与文字的用途。
- 学员能够依据平台当日界面核对素材数量、时长、格式和生成参数，形成可复用的参数速查表。
- 学员能够编写包含场景、风格、运镜、主体、背景、光线、音频、色板、对白和字幕的 Veo 3 结构化 JSON 提示词。
- 学员能够针对出海贴片广告、爆款流量视频、游戏/MTV/电影虚拟画面、科幻预告片四类 Veo 场景完成方案选型。
- 学员能够提交 1 套双引擎商业视频方案，至少包含项目简报、素材清单、分镜、Seedance Prompt、Veo JSON 与成片/可生成原型。

学员对象

适合人群：企业市场与品牌人员、短视频/广告制作人员、出海营销、电商内容、社交媒体运营、内部传播与培训视频制作团队；适合希望建立多模型视频工作流的管理者与执行者。

人数与课前准备：建议 12－25 人；因账号、生成等待与素材辅导较多，实操班建议不超过 30 人。学员需自备电脑/手机，准备 2－4 张图片、1 段参考视频、1 段音频或 1 个真实业务简报。

授课方式

双模型对比讲授 20%丨界面与 Prompt 演示 25%丨分组实操 40%丨方案路演与评审 15%。采用“同一商业任务、两种模型路径”的对比式教学。

授课天数

1 天，共 6 小时（不含午休及课间休息）；可拆分为 Seedance 2.0 半天 + Veo 3 半天。

课程模型

业务任务 → 入口选择 → 多模态编排 → 双引擎生成 → 音画后期 → 场景交付

工具清单

- Seedance 2.0（即梦/小云雀等入口）：首尾帧、全能参考、多模态素材与 @ 语法。
- Veo 3（Gemini / Flow 等入口）：文生/图生视频、音画同步与结构化控制。
- Gemini / AI Studio、SeeDream 或 Claude：视频反向分析、提示词完善与 JSON 生成。
- Suno / Udio：音乐；ElevenLabs：旁白、对白、音效与声音处理。
- 剪映等剪辑工具：字幕、时间轴、音画合成、封面与成片导出。

课程大纲

时间合计 360 分钟；各部分结束均安排要点总结或作品复盘。

第一部分： 用业务任务选择正确的模型与入口（60 分钟）

一、 建立 Seedance 2.0 与 Veo 3 的选型逻辑

1. 从素材条件与交付要求做决策

（1） 比较文字、图片、视频、音频参考、音画同步、对白和结构化控制需求。

（2） 按社交短片、出海广告、虚拟画面与先导片选择主模型。

2. 核对平台入口、成本与数据边界

（1） 演示即梦/小云雀与 Gemini/Flow 等入口及账号准备。

（2） 以授课当日界面为准核对套餐、生成次数、数据与版权要求。

二、 建立参数与素材速查表

1. 核对 Seedance 输入规格

（1） 按界面核对图片、视频、音频数量、时长、文件上限和输出时长。

（2） 为每种素材命名并记录用途、授权与版本。

2. 区分首尾帧与全能参考模式

（1） 首尾帧适合单张关键帧加文字的快速起步。

（2） 全能参考适合混合输入图片、视频、音频和文字的复杂任务。

第二部分： 用 Seedance 2.0 编排多模态素材（90 分钟）

一、 从零完成首尾帧生成

1. 建立关键帧与过渡关系

（1） 选择首帧/尾帧并描述主体如何从起始状态过渡到结束状态。

（2） 控制画幅、时长、镜头运动与结束画面。

2. 写出单镜头可执行 Prompt

（1） 按主体、动作、场景、镜头、声音和文字六项组织指令。

（2） 一次控制一个主要动作，避免多目标相互冲突。

二、 掌握全能参考模式与 @ 语法

1. 让每个素材承担明确角色

（1） 用 @素材名 指定人物、动作参考、风格参考、音频或场景用途。

（2） 用方法一直接输入 @ 或方法二通过工具栏选择素材。

2. 完成多素材广告案例

（1） 组织画框人物、产品、脚步声、转场、产品特写、字幕与旁白。

（2） 生成后检查素材引用是否正确、动作是否连贯、品牌是否清晰。

第三部分： 用 谷歌视频模型 Veo 3 的结构化 JSON 控制音画（90 分钟）

一、 把创意写成结构化字段

1. 构建十项 JSON 模板

（1） 写明 scene_description、visual_style、camera_movement、main_subject 与 background_setting。

（2） 补充 lighting_mood、audio_cue、color_palette、dialog 与 subtitles。

2. 把镜头、对白与声音对齐到时间

（1） 为每段画面标注主动作、运镜、对白和音效出现点。

（2） 用全英文提示词完成生成，并对画面、口型与声音进行核对。

二、 评估 Veo 3 四大应用场景

1. 出海贴片广告与客户见证

（1） 为 YouTube、TikTok、Instagram、Facebook 等渠道设计本地化短广告。

（2） 突出人物可信度、产品证据、品牌露出与行动号召。

2. 流量内容与虚拟画面

（1） 设计爆款情境、反常画面和可传播段落。

（2） 模拟游戏、MTV 或电影中的虚拟镜头并保持风格连续。

3. 科幻短片预告与先导片

（1） 用世界观、冲突、视觉奇观和悬念搭建预告结构。

（2） 明确哪些镜头由生成模型完成，哪些需要后期或真实素材。

第四部分： 完成同一商业任务的双引擎方案（75 分钟）

一、 从简报到分镜与素材清单

1. 选择真实业务主题

（1） 每组选择产品广告、客户见证、流量短片或先导片中的一种。

（2） 写明受众、卖点、渠道、时长、CTA、品牌与合规限制。

2. 把项目拆成镜头与素材组件

（1） 标注每镜的生成模型、输入素材、Prompt/JSON、声音和转场。

（2） 为关键画面准备备用镜头与替代素材。

二、 对比 Seedance 与 Veo 的生成路径

1. 提交两套提示方案

（1） Seedance 方案突出多模态参考与 @ 素材编排。

（2） Veo 方案突出结构化字段、音画同步与镜头控制。

2. 用质量与成本选择主路径

（1） 比较画面一致、动作完成、声音质量、生成速度、成本和后期工作量。

（2） 确定主模型、备选模型与人工后期边界。

第五部分： 补齐音画工具链并完成交付评审（45 分钟）

一、 用配套工具完成成片

1. 反向分析、音乐与配音

（1） 用 Gemini 分析参考视频的镜头、动效和节奏，再完善提示词。

（2） 用 Suno/Udio 和 ElevenLabs 补齐音乐、旁白、对白与音效。

2. 剪辑、字幕与导出

（1） 在剪辑工具中完成时间轴、字幕、安全区、音量平衡和封面。

（2） 按目标渠道导出并保存源素材、工程文件和版本记录。

二、 路演并通过交付检查

1. 提交双引擎项目包

（1） 至少包含项目简报、素材清单、3 镜分镜、Seedance Prompt、Veo JSON 和成片/原型。

（2） 说明主模型选择、失败版本和下一轮优化。

2. 按六项标准评审

（1） 从目标匹配、素材引用、镜头连贯、音画一致、品牌合规、渠道可用六项打分。

（2） 沉淀团队可复用的参数表、Prompt 模板和交付清单。

本课程阶段收获：学员完成可审阅、可修改、可交付的项目成果，并带走适用于真实业务的模板、清单与复盘标准。

课程五 / 出海 AI SEO

课程名称：出海企业 AI SEO 实战：谷歌搜索、内容本地化与线索增长

课程背景（前言）

出海企业的自然流量竞争已经从单纯的关键词排名，转向市场选择、搜索意图、技术可抓取性、多语言内容质量、品牌可信度与线索转化的系统竞争。若只把中文内容批量翻译并发布，往往会出现需求错位、页面重复、语言不自然、收录不稳定和有流量无询盘等问题。

生成式 AI 能显著加快市场研究、关键词聚类、内容简报、初稿与本地化改写，但 Google 强调内容应准确、可靠、以用户为先；为操纵排名而批量生成低价值页面可能触发垃圾内容政策。本课程以“搜索可见—内容可信—页面转化—线索可追踪”为主线，帮助团队把 AI 纳入可审计的出海 SEO 工作流。

课程收益

- 采购方可获得一套从目标市场、理想客户、搜索需求、技术架构、本地化内容到线索归因的标准流程，便于市场、内容与销售团队协同。
- 学员能够选择 1 个目标国家与 1 类理想客户，绘制包含认知、比较、决策三个阶段的搜索意图地图。
- 学员能够建立不少于 20 个关键词的机会清单，并按业务相关度、意图、竞争与转化价值完成优先级排序。
- 学员能够使用检查表核对抓取、索引、站点结构、规范网址、站点地图、移动体验及多语言 hreflang 等关键技术项。
- 学员能够以 AI 辅助、人工核验的方式完成 1 份本地化内容简报和 1 个高意图落地页框架，保留事实来源、品牌观点与本地表达。
- 学员能够设计从自然搜索到表单、邮件或预约的转化路径，并用 Search Console、GA4、UTM 与 CRM 字段形成可复盘的线索看板。

- 学员能够提交 1 份 30 天 SEO 冲刺计划，明确页面、负责人、截止时间、领先指标与结果指标。

学员对象

适合人群：出海企业市场负责人、海外营销、SEO/内容运营、跨境电商、外贸获客、品牌、公关、网站产品及销售运营人员；适合已有官网或计划建设海外官网的团队。无需编程基础，但应具备基本网站与营销常识。

人数与课前准备：建议 15–30 人；项目制工作坊建议不超过 35 人。学员需自备电脑，并提前准备 1 个目标市场、1 个产品/服务、官网或竞品网址及可公开使用的业务资料。

授课方式

框架讲授 20%丨官方规则与案例拆解 20%丨小组研究与现场实操 45%丨方案路演与复盘 15%。课堂以真实产品为对象，连续产出关键词地图、技术检查表、内容简报和增长计划。

授课天数

1 天，共 6 小时（不含午休及课间休息）；可拆分为“搜索与内容”3 小时 + “技术与转化”3 小时。

课程模型

市场与 ICP → 搜索需求 → 技术地基 → 内容本地化 → 发布获客 → 数据复盘

工具清单

- Google Search、Google Trends 与 Keyword Planner：需求发现、趋势观察和关键词验证。
- Google Search Console：索引、查询、页面、国家/地区与搜索表现诊断。
- Google Analytics 4、UTM 与 CRM：行为、转化事件及线索来源归因。

- PageSpeed Insights、Rich Results Test 与站点爬取工具：体验、结构化数据与技术问题检查。
- SeeDream、Gemini 或 Claude：研究辅助、聚类、内容简报、初稿与本地化改写；关键事实必须回到原始来源核验。
- Google Sheets 或 Looker Studio：关键词库、内容排期与增长看板。

课程大纲

时间合计 360 分钟；各部分结束均安排要点总结或作品复盘。

第一部分： 把自然流量目标连接到海外线索增长（45 分钟）

一、 从业务结果定义 SEO 项目

1. 明确目标市场、理想客户与商业优先级

（1） 选择国家/地区、语言、行业、企业规模、购买角色与核心痛点。

（2） 区分品牌认知、产品比较、询盘预约与渠道招募等增长目标。

2. 建立可衡量的搜索获客漏斗

（1） 将展现、点击、有效访问、微转化、有效线索与成交连接为指标链。

（2） 定义品牌词/非品牌词、市场、页面类型与线索质量的分层口径。

二、 识别 AI SEO 的价值与边界

1. 把 AI 放在高杠杆环节

（1） 用 AI 辅助研究、分类、内容结构、语言润色与版本生成。

（2） 把市场判断、专家观点、事实核验、合规与最终发布责任留给人。

2. 避免规模化低价值内容

（1） 识别批量拼接、无新增价值、虚假经验与页面近似重复的风险。

（2） 用原创数据、客户问题、案例证据和专家经验提升信息增量。

第二部分： 建立市场、关键词与竞争机会地图（70 分钟）

一、 从客户任务而不是中文直译找词

1. 采集本地市场的真实表达

（1） 从 Google 联想、相关搜索、趋势、论坛、客户访谈与销售记录获取种子需求。

（2） 区分术语、口语、行业简称、问题句和产品类别词，避免中式表达。

2. 按搜索意图与旅程聚类

（1） 将关键词分为信息、方案、比较、品牌、交易与售后意图。

（2） 把词簇映射到首页、品类页、产品页、解决方案页、案例页和知识内容。

二、 用竞争差距选择优先级

1. 拆解搜索结果与竞争页面

（1） 记录结果类型、内容角度、页面结构、证据、媒体形态与转化入口。

（2） 识别已有强者覆盖不足、客户问题未被回答和本企业独有证据。

2. 形成不少于 20 个关键词的机会清单

（1） 按业务相关度、意图强度、竞争难度、内容成本与转化潜力评分。

（2） 选择 1 个快速机会、1 个战略主题和 1 个转化页作为首轮冲刺。

第三部分： 搭好多语言网站的技术地基（75 分钟）

一、 确保页面可抓取、可索引、可归一

1. 执行技术 SEO 基线检查

（1） 核对 robots、状态码、站点地图、内部链接、规范网址、重复页面与移动体验。

（2） 区分发现、抓取、渲染、索引和排名问题，避免把所有波动都归因于内容。

2. 建立清晰的信息架构

（1） 围绕市场、产品、场景、资源与转化设计目录和导航。

（2） 用主题集群、面包屑和上下文链接建立页面关系。

二、 正确管理多语言与多地区版本

1. 选择可维护的区域 URL 架构

（1） 比较国家域名、子域名和子目录在定位、成本与维护上的差异。

（2） 为不同语言使用独立 URL，并提供明确的语言/地区切换入口。

2. 核对 hreflang、canonical 与站点地图

（1） 为互为替代的语言/地区页面建立双向 hreflang 与自引用关系。

（2） 对同语言近似页面选择首选版本，协调 canonical 与 hreflang，避免信号冲突。

第四部分： 用 AI 完成以用户为先的内容本地化（85 分钟）

一、 先做内容简报，再让 AI 起草

1. 构建可执行的本地化内容简报

（1） 写明目标受众、搜索意图、核心问题、差异化观点、证据、CTA 与内部链接。

（2） 列出必须引用的原始来源、禁止虚构项、品牌语气和当地合规要求。

2. 用检索—提纲—初稿—核验四步法协作

（1） 先收集可验证材料，再让 AI 组织结构、生成草稿和改写语言。

（2） 对数字、功能、法规、客户案例和引用逐项回到原始来源核验。

二、 从翻译升级为市场本地化

1. 调整表达、证据与购买情境

（1） 替换当地术语、计量单位、货币、日期格式、案例与文化语境。

（2） 由母语或目标市场人员复核可读性、可信度与冒犯风险。

2. 优化页面结构与搜索呈现

（1） 编写准确的标题、摘要、H1/H2、图片替代文本与结构化信息。

（2） 让正文按用户问题自然分段，不为 AI 搜索机械堆叠问句或极短内容块。

第五部分： 把搜索访问转为可信的询盘路径（50 分钟）

一、 设计高意图页面的转化结构

1. 用价值、证据与行动降低决策阻力

（1） 组织痛点、方案、优势、场景、案例、资质、FAQ 与下一步行动。

（2） 让 CTA 与搜索意图匹配：下载、试用、报价、预约或联系渠道伙伴。

2. 建立线索质量与隐私边界

（1） 只收集成交所需字段，说明隐私用途并设计清晰的成功反馈。

（2） 定义有效线索、无效线索、重复线索与销售接受线索的判定标准。

二、 用站内外可信信号支持增长

1. 沉淀品牌与专家证据

（1） 发布原创案例、研究、产品数据、专家作者信息和可核验的客户结果。

（2） 通过行业媒体、合作伙伴和客户资源获取真实推荐与相关链接。

2. 拒绝不可持续的操纵手段

（1） 识别购买垃圾链接、虚假评价、隐藏内容和伪造提及等风险。

（2） 把资源投入到可被用户验证的产品价值与内容资产。

第六部分： 用数据完成 30 天增长冲刺（35 分钟）

一、 搭建搜索与线索联合看板

1. 连接 Search Console、GA4 与 CRM

（1） 按国家、设备、查询、页面和品牌/非品牌观察展现、点击与点击率。

（2） 用事件、UTM 和线索字段连接访问、表单、预约、有效线索与成交。

2. 用领先指标诊断而不是只看排名

（1） 结合索引覆盖、非品牌展现、目标页访问、转化率和线索质量判断进展。

（2） 为异常波动记录发布日期、网站改动、市场活动和外部事件。

二、 提交可执行的冲刺计划

1. 明确未来 30 天的动作与验收

（1） 列出技术修复、页面新建/改版、本地化、内链、发布和数据配置任务。

（2） 为每项任务指定负责人、截止时间、依赖、验收标准和复盘日期。

本课程阶段收获：学员完成可审阅、可修改、可交付的项目成果，并带走适用于真实业务的模板、清单与复盘标准。

课程六 / WORKBUDDY

课程名称：WorkBuddy 办公智能体实操：从入门到精通

课程背景（前言）

传统对话式 AI 往往停留在提供答案和建议，用户仍需手动查资料、整理文件、制作文档并反复搬运结果。WorkBuddy 作为腾讯推出的全场景 AI 办公工作台，可理解自然语言、自主规划步骤，并在获得授权后处理文档、表格、PPT、数据分析和本地文件任务。

真正提升效率的关键不是把任务一句话甩给智能体，而是明确目标、提供可靠上下文、设置权限边界、监督执行过程并按标准验收成果。本课程从首个任务开始，逐步训练文档、数据、演示、文件处理、技能与自动化场景，帮助学员把零散体验沉淀为可复用的办公流程。

课程收益

- 采购方可获得一套覆盖任务定义、资料授权、执行监督、结果验收、权限控制与模板复用的办公智能体标准流程。
- 学员能够完成安装/登录、工作区与权限设置，并独立发起、暂停、继续和查看 1 个完整任务。
- 学员能够使用目标、背景、输入、步骤、输出格式和验收标准六要素，编写 1 份可执行任务说明。
- 学员能够在授权目录内完成批量分类、重命名、信息提取或格式整理，并保留可回看、可撤回的变更清单。
- 学员能够基于业务资料生成并迭代 1 份报告/纪要，以及基于 Excel 或 CSV 输出 1 组图表和结论。
- 学员能够按场景选择项目、专家、技能、连接器或自动化能力，并判断何时需要人工确认。

- 学员能够提交 1 套端到端办公智能体流程包，包含任务简报、输入清单、提示模板、产物、验收表和复用说明。

学员对象

适合人群：企业职能部门、行政、人力、财务、销售运营、市场、项目管理、研究分析、培训与管理人员；适合高频处理文件、报告、表格、汇报或重复流程的知识工作者。无需编程基础。

人数与课前准备：建议 12–25 人；需要逐组操作辅导时不超过 30 人。学员需自备 Windows 或 macOS 电脑、可用账号，并准备 1 组已脱敏的 Word/PDF/Excel/PPT 或文件夹样例。

授课方式

概念与安全边界 15%丨讲师现场演示 25%丨任务闯关与小组实操 45%丨成果验收与流程复盘 15%。采用“先小任务验证，再扩大权限与复杂度”的渐进式教学。

授课天数

1 天，共 6 小时（不含午休及课间休息）；可拆分为入门、办公实战、进阶自动化三个 2 小时模块。

课程模型

任务定义 → 授权资料 → 智能体规划 → 分步执行 → 结果验收 → 模板复用

工具清单

- WorkBuddy 桌面端：任务规划、文件操作、文档/表格/PPT/数据分析与结果交付。
- WorkBuddy 项目、专家与技能：沉淀上下文、专业角色和可复用能力；具体入口以授课当日版本为准。

- 办公文档四件套、Web Search 等可选技能：扩展文档制作、信息检索与办公产物能力。
- Excel/CSV、Word/PDF、PPTX 与授权文件夹：课堂练习输入及结果验收对象。
- 可选连接器与自动化：用于获得授权后的跨应用协作与定时任务。
- 脱敏清单、权限分级表与验收清单：控制敏感数据、外部写入和批量变更风险。

课程大纲

时间合计 360 分钟；各部分结束均安排要点总结或作品复盘。

第一部分： 从对话助手升级为可交付的办公智能体（45 分钟）

一、 认识 WorkBuddy 的任务执行逻辑

1. 区分回答、建议与实际执行

（1） 比较传统 AI 对话与智能体在文件访问、步骤规划、工具调用和产物交付上的差异。

（2） 识别文档生成、数据分析、PPT/报告、深度研究与批量文件处理等适用场景。

2. 识别不适合全自动委托的任务

（1） 对付款、删除、外发、敏感数据、法律结论和高风险业务保留人工审批。

（2） 把不可逆操作拆成预览、确认、执行和抽查四个阶段。

二、 完成安装、登录与安全准备

1. 熟悉界面与任务状态

（1） 定位新建任务、任务管理、对话、结果预览和产物文件区域。

（2） 练习发起、补充上下文、暂停、继续和查看变更。

2. 设置最小必要权限

（1） 仅授权课堂练习文件夹，对个人信息、客户数据和账号凭证先脱敏。

（2） 确认默认权限、安全沙箱和高风险操作提示，以当日产品设置为准。

第二部分： 用六要素写出智能体能执行的任务（60 分钟）

一、 把模糊口令改造成任务简报

1. 明确目标、背景与输入

（1） 说明业务目的、使用对象、现状限制、文件位置与可信来源。

（2） 把文件、网页、样例、模板和历史版本分别标注用途与优先级。

2. 说明步骤、输出与验收

（1） 规定关键步骤、输出格式、命名规则、保存位置、篇幅与风格。

（2） 给出事实准确、格式完整、数据可追溯和不得执行项等验收标准。

二、 在执行过程中有效协作

1. 读懂计划并在关键节点介入

（1） 检查智能体拆解的步骤、依赖、预期产物和可能风险。

（2） 对错误方向及时补充约束，避免在末尾一次性返工。

2. 用增量反馈完成迭代

（1） 每轮只修改结构、数据、语气或版式中的一类变量。

（2） 保留已确认内容，要求智能体列出本轮变更和未解决问题。

第三部分： 完成文档与批量文件处理实战（75 分钟）

一、 从多份资料生成可用文档

1. 生成报告、纪要与商务文书

（1） 从指定资料提取事实、决策、待办、负责人和截止时间。

（2） 按受众与模板生成周报、会议纪要、方案或商务函件，并进行两轮修改。

2. 执行内容与格式验收

（1） 核对是否遗漏来源、误读数字、混淆版本或虚构结论。

（2） 检查标题层级、表格、页眉页脚、文件命名和可编辑性。

二、 安全处理授权文件夹

1. 批量分类、重命名与信息提取

（1） 先让智能体扫描并输出拟处理清单，再按规则分类或重命名。

（2） 从多份文件抽取字段、摘要或差异，输出汇总表与异常项。

2. 为批量变更设置恢复点

（1） 使用副本目录、版本号或映射表记录原名、目标名与处理状态。

（2） 先抽样 3－5 个文件验证规则，再扩大到全部文件。

第四部分： 完成数据分析、图表与汇报交付（75 分钟）

一、 从业务问题定义分析任务

1. 说明指标、维度、范围与口径

（1） 明确要回答的业务问题、数据表、时间范围、分组维度和计算口径。

（2） 要求输出缺失值、重复值、异常值及处理方式，避免黑箱清洗。

2. 选择匹配的图表与结论结构

（1） 用柱状图比较、折线图看趋势、散点图看关系，并避免不必要的装饰。

（2） 按现象、原因假设、影响与行动建议组织结论。

二、 生成并验证可视化报告

1. 完成表格分析与图表产出

（1） 导入 Excel/CSV，按要求完成统计、图表和文字说明。

（2） 将关键结果组织为适合管理层阅读的报告或可编辑 PPT。

2. 用原始数据回算关键结论

（1） 抽查总计、分组、百分比、时间范围与单位，核对图表和文字一致性。

（2） 将无法验证的推断标为假设，不把相关性写成因果关系。

第五部分： 用项目、技能与自动化沉淀复用能力（60 分钟）

一、 为重复任务选择合适的复用载体

1. 区分项目、专家、技能与连接器

（1） 项目用于持续上下文，专家用于稳定角色，技能用于标准动作，连接器用于授权系统协作。

（2） 根据任务频率、数据位置、风险和参与者选择最低复杂度方案。

2. 把优秀任务沉淀为模板

（1） 固化输入要求、执行步骤、输出格式、异常处理和验收清单。

（2） 用不同样例回归测试，确认模板不是只对一次任务有效。

二、 谨慎建立自动化流程

1. 从提醒与草稿类任务开始

（1） 优先自动生成资讯简报、周报草稿、会议汇总或待办清单。

（2） 为定时任务写明运行时间、输入范围、失败通知和保存位置。

2. 设置人工审批与运行监控

（1） 外发、覆盖、删除、批量改动和敏感数据处理必须经过授权与复核。

（2） 定期抽查结果、权限、成本和失败记录，及时停用失效流程。

第六部分： 交付一套端到端办公智能体流程（45 分钟）

一、 完成真实业务挑战

1. 选择一个高频且可验证的工作流

（1） 从会议纪要、周报、销售资料整理、经营分析或汇报生成中任选一种。

（2） 限定授权目录和数据范围，提交任务简报、输入清单与预期产物。

2. 运行、纠偏并保存交付物

（1） 监督智能体完成计划、执行、预览和修改，记录关键人工决策。

（2） 保存最终文件、提示模板、变更清单和下一次复用说明。

二、 按六项标准验收与复盘

1. 判断成果是否真正可用

（1） 从目标达成、事实准确、格式完整、数据安全、过程可追溯和模板可复用六项评分。

（2） 识别仍需人工负责的判断、审批和对外承诺，形成团队使用边界。

本课程阶段收获：学员完成可审阅、可修改、可交付的项目成果，并带走适用于真实业务的模板、清单与复盘标准。