

# 《AI直播+跨境融合：从流量获取到高效变现的全链路设计》

主讲：黄光伟老师

## 【课程背景】

2025年AI技术全面渗透直播与跨境电商，智能推荐、虚拟主播、数据决策成为核心能力，与此同时，全球电商市场规模预计突破8万亿美元，东南亚（虾皮）、Lazada和欧美（亚马逊）成为主战场，AI工具大幅降低运营成本，而在中国“数字丝绸之路”政策推动跨境贸易的当下，AI合规工具必将助力本土品牌出海。

## 【课程收益】

掌握AI直播工具（如剪映AI、腾讯智影）和跨境平台智能运营（如亚马逊广告算法）；能独立设计AI直播脚本、跨境爆品选品策略及ROI测算模型；通过真实案例拆解（如TikTok直播带货、Anker亚马逊品牌升级），理解行业底层逻辑；学习数据合规、平台封号风险预案（如亚马逊评论政策）。

## 【课程特色】

所有案例为2023~2025年真实项目，全程使用国内免费AI工具（百度AI、阿里妈妈跨境助手），并全程有多次课上演练。

## 【课程对象】

直播电商、跨境电商从业人员；相关专业方向院校在校师生。

## 【课程时长】

1天（6小时/天）

## 【课程大纲】

### 一、趋势洞察——2025年AI与跨境电商的核心变量

#### 1、技术趋势

AI直播：虚拟人技术（如2024年央视AI主播）、实时多语言翻译（TikTok直播案例）。

跨境电商：亚马逊AI选品工具（2024年新增功能）、虾皮智能物流系统。

#### 2、用户行为变化

Z世代偏好：社交电商（TikTok Shop印尼站增长300%）、互动式直播（小米2023年双11直播拆解）。

课上讨论1：分析“东方甄选”抖音直播数据（蝉妈妈数据），总结用户停留时长与转化率的关系。

#### 3、政策与合规

数据隐私：欧盟DSA法案对亚马逊卖家的影响（2024年封店案例）。

税收政策：东南亚6国增值税调整（虾皮卖家成本测算）。

### 二、行业适配——AI工具与平台规则的深度结合

## 1、AI直播工具实战

免费工具：腾讯智影（生成虚拟主播）、剪映AI（自动生成带货脚本）。

案例：2024年珀莱雅“AI+达人”分镜头直播（场观500万，GMV 1.2亿）。

课上演练1：使用百度AI创作工具，分组生成一场3分钟美妆直播脚本。

## 2、跨境平台算法解析

亚马逊A10算法：2024年权重变化（关键词、Review星级、FBA时效）。

虾皮搜索排名：价格竞争力模型（2023年泰国站数据）。

数据来源：亚马逊全球开店峰会演讲、虾皮2024年卖家大会。

## 3、成本优化组合

广告投放：亚马逊CPC智能调价工具（对比手动出价ROI提升40%）。

物流方案：虾皮“7日达”与“30日达”的定价策略差异。

## 三、前行者案例——盈利模型与风险预案

### 1、AI直播成功模型

案例1：2023年遥望科技“AI数字人+明星分身”直播间（单日GMV破亿）。

案例2：交个朋友跨境直播（TikTok英国站，AI实时翻译互动）。

课上讨论2：拆解案例中“人货场”的AI替代率与成本结构。

### 2、跨境头部玩家策略

Anker亚马逊品牌升级：2024年AI客服响应速度提升70%。

花西子虾皮印尼站：本土化短视频+AI客服（退货率降低15%）。

### 3、风险应对

封号预案：亚马逊关联账号规避方案（2024年深圳3C卖家案例）。

舆情管理：AI工具监测差评（如Amazon Review分析插件）。

## 四、策略制定——从选品到变现的全链路设计

### 1、爆品选品策略

数据工具：Google Trends免费版、亚马逊ABA关键词库。

案例：2024年夏季TikTok爆款“便携空调”选品逻辑（利润率65%）。

课上演练2：使用阿里妈妈选品工具，分组推导东南亚潜力品类。

### 2、内容生产流水线

AI生成：主图（稿定设计AI）、视频（度加剪辑）、详情页（ChatPPT）。

案例：2023年晨光文具亚马逊A+页面AI优化（转化率提升22%）。

### 3、广告与流量组合

亚马逊DSP广告投放：定向竞品用户。

虾皮联盟营销：KOC合作分佣模型（ROI 1:8测算表）。