

AIGC 赋能品牌出海营销 挑战、实践与未来发展趋势

郭颖

摘要 随着全球化与数字化进程的加速，品牌出海成为企业拓展国际市场、提升竞争力的关键策略。然而，品牌在跨文化传播、法律合规、市场竞争和品牌认知等方面面临诸多挑战。人工智能生成内容（AIGC）技术的兴起，为品牌出海营销提供了高效、智能化的解决方案。本文探讨了 AIGC 赋能品牌出海营销的理论基础，分析了 AIGC 在内容本地化、智能广告投放、社交媒体互动等方面的实践应用，并总结了 AIGC 技术在品牌全球化过程中的挑战及应对策略。研究发现，AIGC 能够提升品牌营销效率，但需关注文化适配、法律合规及伦理问题。未来，AIGC 将与 AR/VR、区块链等技术深度融合，推动品牌出海营销模式的创新与优化。

关键词 AIGC；品牌出海；内容营销；跨文化传播；智能广告投放

DOI <https://doi.org/10.6914/tpss.070207> **文章编号** 2664-1127.2025.0701.80-90

收文记录 收文：2024 年 11 月 10 日；修改：2025 年 12 月 18 日；发表：2025 年 2 月 1 日（online）。

引用本文 郭颖, AIGC 赋能品牌出海营销：挑战、实践与未来发展趋势 [J]. 社会科学理论与实践, 2025, 7(2):80-90. <https://doi.org/10.6914/tpss.070207>.

© 社会科学理论与实践 ISSN 2664-1127 (print), ISSN 2664-1720 (online), 第 7 卷第 2 期, 2025 年 3 月 31 日出版, <https://ssci.cc>, <https://cpcl.hk>, 电子邮箱: wtocom@gmail.com, szgmtgs@163.com。

Digital Technology Empowerment: Ethnic Costume Aesthetics and Rural Residential Narrative in AIGC Animation

Ying GUO

Abstract With the acceleration of globalization and digitalization, brand expansion into international markets has become a crucial strategy for enterprises. However, challenges such as cross-cultural communication, legal compliance, market competition, and brand recognition hinder the process. The emergence of Artificial Intelligence-Generated Content (AIGC) offers an efficient and intelligent solution for global brand marketing. This study explores the theoretical foundation of

AIGC-driven brand globalization, examines its practical applications in content localization, intelligent advertising, and social media engagement, and identifies key challenges along with corresponding strategies. Findings suggest that while AIGC enhances marketing efficiency, brands must address cultural adaptation, legal compliance, and ethical concerns. In the future, the integration of AIGC with AR/VR and blockchain will further innovate and optimize global branding strategies.

Keywords AIGC; Global Brand Expansion; Content Marketing; Cross-Cultural Communication; Intelligent Advertising

Cite This Article Ying GUO.(2025). Digital Technology Empowerment: Ethnic Costume Aesthetics and Rural Residential Narrative in AIGC Animation . *Theory and Practice of Social Science* , 7(2):80-90. <https://doi.org/10.6914/tpss.070207>

© 2025 The Author(s) & Creative Publishing Co., Limited *Theory and Practice of Social Science*, ISSN 2664-1127 (print), ISSN 2664-1720 (online), Volume 7 Issue 2, published on 31 March 2025, by Creative Publishing Co., Limited, <https://ssci.cc>, <https://cpcl.cc>, E-mail: wtocom@gmail.com, kycbshk@gmail.com.



This article is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International License.

随着全球化进程的加速和数字技术的快速发展，品牌出海已成为企业拓展市场、提升竞争力的重要战略。然而，文化差异、语言障碍和本地化需求等挑战使得品牌出海营销面临诸多困难。近年来，人工智能生成内容（AIGC）技术的兴起为品牌出海营销提供了新的解决方案。AIGC能够快速生成高质量、多语言、本地化的营销内容，显著提升营销效率和效果。

本研究旨在探讨 AIGC 赋能品牌出海营销的理论基础和实践应用，分析其面临的挑战和未来发展趋势。通过文献综述和案例分析，本文将深入探讨 AIGC 在品牌出海营销中的应用场景、优势与局限性，为品牌制定有效的全球化营销策略提供理论指导和实践建议。

一、AIGC 与品牌出海营销理论基础

（一）AIGC 的定义与发展

AIGC（Artificial Intelligence Generated Content，人工智能生成内容）是指利用人工智能技术自动生成文本、图像、音频、视频等内容。AIGC 基于深度学习、自然语言处理（NLP）和计算机视觉等技术，能够模仿人类的创作过程，生成高质量、多样化的内容。近年来，AIGC 的快速发展为内容创作带来了革命性变革，大幅提高了内容生产的效率和质量，并在多个行业得到广泛应用。

（二）品牌出海营销

品牌出海营销是指企业在全市场推广品牌、提升品牌知名度、扩大市场份额并增强国际竞争力的过程，是企业拓展全球市场、提升国际竞争力的重要战略，但其过程中面临诸多挑战。文化差异、法律法规不一致、市场竞争激烈，以及品牌认知度较低等因素，都会影响品牌在国际市

场的表现。此外，品牌在制定本地化营销策略时，需要充分考虑不同国家和地区的消费者偏好、营销渠道以及数字化手段的适配性。随着数字技术的发展，AIGC 在一定程度上能够帮助品牌克服这些挑战，但其应用仍需结合实际情况，确保符合当地文化和法律法规。

（三）AIGC 如何赋能品牌出海

AIGC（人工智能生成内容）赋能品牌出海营销的理论基础主要涉及技术驱动营销理论、内容营销理论和跨文化传播理论。技术驱动营销理论强调技术创新在营销策略中的核心作用，AIGC 作为前沿技术，能够提升内容创作的效率和质量，为品牌提供智能化、规模化的营销支持。内容营销理论认为，高质量、个性化的内容是吸引并留住目标受众的关键，AIGC 可以快速生成多语种、符合市场需求的内容，提高品牌传播的精准性和影响力。跨文化传播理论则强调不同文化背景下的信息传递与接受方式，AIGC 可通过深度学习目标市场的语言风格和文化偏好，优化营销内容，降低文化误读的风险。这些理论为 AIGC 在品牌出海营销中的应用提供了重要支撑，使其成为全球化品牌传播的有力工具。

AIGC 作为智能化内容生成工具，在品牌出海过程中具有广泛的应用价值，能够在多个关键领域助力企业应对挑战、优化营销策略。

1. 文化适配与本地化营销

文化差异是品牌出海的重要障碍，AIGC 通过大规模数据训练，能够快速生成符合目标市场文化背景的多语言内容，帮助品牌克服语言障碍，确保营销信息的准确传递。通过分析不同市场的文化数据，AIGC 可以调整品牌叙事风格，优化广告语、产品描述及品牌故事，使其符合当地消费者的认知习惯。例如，AIGC 可生成符合目标市场节日、习俗的营销内容，增强品牌的文化亲和力，从而提升品牌在当地的接受度和竞争力。

2. 法律合规与风险控制

不同国家和地区的法律法规对品牌营销有不同要求，如广告合规、消费者保护法、数据隐私政策（如 GDPR）等。AIGC 通过分析各国法规要求，可自动生成符合当地法律规定的广告文案、隐私政策和用户协议，降低品牌面临的法律风险。此外，AIGC 还能识别目标市场的知识产权环境，避免内容侵权风险，辅助品牌在国际市场中制定有效的商标和专利布局策略。

3. 市场洞察与竞争分析

AIGC 通过对市场数据的深度分析，能够帮助品牌洞察竞争格局，制定精准的市场定位策略。它可以通过大数据分析目标市场的消费者需求、社交媒体趋势和竞争对手动态，生成个性化的营销方案。例如，AIGC 可自动提取消费者评论和反馈，分析不同市场的用户偏好，从而优化品牌推广策略，提高市场响应速度。此外，AIGC 还能帮助品牌监测竞争对手的广告投放情况，提供针对性的营销优化方案，使品牌在国际竞争中占据优势。

4. 品牌认知度提升与用户互动

品牌认知度较低是出海品牌普遍面临的挑战，AIGC 通过高效的内容生成能力，能够在短时间内快速提升品牌曝光度。它可以批量生成高质量的博客文章、社交媒体帖子、短视频脚本等营销内容，并针对不同平台（如 Instagram、TikTok、YouTube）优化内容格式，扩大品牌的传播范围。此外，AIGC 还可以生成个性化品牌故事，使品牌内容更具情感共鸣，增强目标市场消费者对品牌的认同感。

5. 营销策略优化与精准投放

AIGC 结合大数据分析，能够优化广告投放策略，提高广告的点击率和转化率。它可以实时监测广告投放数据，并根据天气、节日、热点事件等因素调整广告文案，实现动态内容优化。此外，AIGC 还能生成个性化的社交媒体回复，与用户进行智能互动，提高品牌在社交媒体上的活跃度和用户参与度。例如，品牌可以利用 AIGC 生成自动回复系统，根据消费者的提问快速提供精准答案，从而提升客户体验。

6. 创新驱动与新市场开拓

在进入技术壁垒较高的市场时，AIGC 也能发挥重要作用。它可以自动生成多语言技术文档和用户手册，降低品牌进入新市场的难度。此外，AIGC 还能生成新产品创意、市场调研报告和消费者反馈分析，为品牌的产品创新提供数据支持。例如，AIGC 结合 AR/VR 技术，可生成沉浸式的产品演示视频，帮助品牌在新市场中展示产品的独特卖点，增强用户体验。

AIGC 作为品牌出海营销的重要技术赋能工具，能够在文化适配、法律合规、市场洞察、品牌推广、广告优化及创新驱动等多个方面提供有效支持。然而，品牌在使用 AIGC 时，仍需关注其可能带来的文化敏感性、伦理问题及法律合规风险，确保生成的内容符合品牌价值观和目标市场需求。通过合理应用 AIGC 技术，品牌可以更加高效地完成全球化扩张，提升国际竞争力，实现长期可持续发展。

二、AIGC 在品牌出海营销中的实践应用

（一）实践应用

AIGC 在品牌出海营销中的实践应用主要体现在内容创作与本地化、智能广告投放与优化、社交媒体营销与互动以及客户服务与体验提升等方面。在内容创作与本地化方面，AIGC 能够快速生成多语言、符合当地文化习惯的营销内容，如产品描述、广告文案和社交媒体帖子等。这不仅大大提高了内容创作的效率，还能确保内容的本地化质量，使品牌更好地融入目标市场。例如，准备进入东南亚市场的国内某一线化妆品牌使用 AIGC 工具生成了针对东南亚多个国家的本地化营销内容。

AIGC 具备多语言支持能力，能够自动将产品描述和广告文案翻译成泰语、越南语、印尼语等多种语言，确保语言准确性和流畅性。同时，AIGC 能够根据东南亚各国的文化特点，生成符合当地节日（如泰国泼水节、印尼斋月）的促销内容和视觉设计。例如，在泰国市场，AIGC 生成了以泼水节为主题的广告文案和海报，强调产品的防水和持久特性。传统人工翻译和内容创作需要数周时间，而 AIGC 在几天内完成了所有内容生成，并确保了本地化质量，显著提升了效率。

在智能广告投放与优化方面，AIGC 可以分析海量数据，自动生成和优化广告创意，实现精准投放。通过机器学习算法，AIGC 能够实时调整广告策略，提高广告的点击率和转化率。例如，AIGC 根据欧洲各国消费者的搜索历史和购买行为，生成了个性化的广告文案和视觉内容。针对韩国消费者，AIGC 生成了强调干净自然的妆容效果的美妆广告；针对法国消费者，则生成了突出时尚和优雅妆容效果的内容。此外，AIGC 通过机器学习算法，实时分析广告表现数据，自动调整广告投放策略。例如，当发现某条广告在意大利市场的点击率较低时，AIGC 立即生成了新

的广告变体进行替换。AIGC 还能生成适合 Facebook、Instagram、Google 等不同平台的广告格式，确保广告在不同渠道上的最佳展示效果。

在社交媒体营销与互动方面，AIGC 可以自动生成个性化的社交媒体内容，并与用户进行智能互动。这不仅提高了品牌在社交媒体上的活跃度，还能增强用户的参与感和忠诚度。例如，AIGC 根据拉美消费者的兴趣热点，生成了大量社交媒体帖子，包括短视频脚本、图文内容和互动话题。以足球为主题的短视频内容吸引了大量球迷互动。AIGC 驱动的聊天机器人能够用西班牙语和葡萄牙语与用户实时互动，回答产品相关问题，甚至参与用户的趣味话题讨论。此外，AIGC 实时分析社交媒体趋势，生成与热点事件相关的内容。例如，在巴西狂欢节期间，AIGC 生成了与节日相关的品牌宣传内容，迅速吸引了大量关注。

在客户服务与体验提升方面，AIGC 驱动的聊天机器人和虚拟助手能够提供 24/7 的多语言客户服务，快速响应客户查询，提高客户满意度。此外，AIGC 还可以分析客户反馈，为产品改进和服务优化提供有价值的见解。这些实践应用充分展示了 AIGC 在提升品牌出海营销效率和效果方面的巨大潜力。

品牌使用 AIGC 工具提升其在国际市场的社交媒体活跃度和用户互动也是不容忽视的趋势，特别是在短视频盛行的今天。AIGC 不仅能够生成符合目标市场兴趣的内容，还能实时捕捉社交媒体趋势，生成与热点事件相关的内容，帮助品牌迅速吸引关注并增强用户互动。通过合理利用 AIGC，品牌可以更高效、更精准地实现全球化扩张，提升国际竞争力。

（二）案例分析

1. 车机助手

为了深入理解 AIGC 在品牌出海营销中的实际应用效果，本研究选取了几个典型案例进行分析。首先，某汽车品牌利用 AIGC 技术生成了针对不同市场的个性化广告文案和视觉内容。通过分析当地消费者的偏好和文化特点，AIGC 自动调整了产品的宣传重点和呈现方式。首先是根据非洲消费者的特点，利用 AIGC 文生图设计了品牌形象的虚拟人助手。该形象采用简洁硬朗的线条勾勒出造型略夸张的外形，同时融入越野元素，登山鞋、登山包等，体现该企业以“越野”为核心的企业文化与智能科技完美融合的品牌理念。虚拟助手能够识别用户情绪，并提供相应的反馈和安慰，例如在用户遇到困难时给予鼓励和支持。以 AI 生成的文本“唤醒狂野之心，驰骋非洲大陆”为主题，推出和虚拟人结合的非洲越野主题 VR 体验，让用户身临其境感受非洲草原的壮阔与野性。

2. AI 聊天机器人

第二个案例是 AI 驱动的聊天机器人。Synclub 是百度于 2023 年 7 月在日本等海外市场上线的一款 AI 聊天 APP。不同于其他偏重真人社交的产品，Synclub 主打用户与 AI 智能体的社交体验。在产品功能上，Synclub 利用人工智能技术实现精准匹配，并通过丰富的社交互动功能（如语音通话、视频聊天和虚拟礼物）增强用户粘性。游戏化元素和激励机制的引入也让用户保持活跃。在营销方面，Synclub 采用线上线下结合的策略，通过社交媒体、网络广告以及地铁、电视广告等多渠道推广，同时借助 KOL 和网红的影响力吸引目标用户。Synclub 恋爱 App 在日本市场的成功并非偶然，而是精准的市场定位、本地化运营、创新功能以及有效的营销策略共同作用的结果。日本社会普遍存在“恋爱难”的问题，工作压力大、社交圈子窄等因素使得许多年轻人



图 1: 车机助手。该车机助手形象由 Midjourney 生成

难以找到合适的恋爱对象。Synclub 瞄准了这一需求，为忙碌的都市男女提供了一个高效、便捷的线上交友平台，帮助他们突破社交障碍。同时，Synclub 深入洞察日本文化和用户习惯，进行了全面的本地化优化，例如简洁清新的界面设计、严格的隐私保护措施以及日语客服支持，这些都极大地提升了用户体验。此外，Synclub 还通过与日本本土企业合作，推出联名活动和线下见面会，进一步扩大了品牌影响力。

3. 卖点图翻译

第三个案例是国内一家 AI 公司打造的一款卖点图翻译的产品。卖点图翻译的界面简洁易用，即使是没有任何技术背景的用户也能快速上手。它支持多种文件格式（如 PNG、JPG、PDF 等），并兼容主流设计软件，方便用户直接导入和导出文件。无论是跨境电商、国际品牌，还是中小企业，卖点图翻译都能为其提供高效、精准的翻译解决方案，助力品牌轻松实现“全球卖”。卖点图翻译是一款基于人工智能技术的创新工具，专为品牌和企业设计，旨在通过 AI 的强大能力，轻松解决全球化营销中的语言和文化障碍。其核心功能“一键翻译多国语言”依托先进的自然语言处理（NLP）技术和深度学习算法，能够快速、精准地将卖点图（如产品介绍、广告海报、宣传单页等）翻译成多种语言，同时保持原有的设计布局和视觉效果。无论是英语、西班牙语、法语、德语、日语，还是其他小众语言，卖点图翻译都能高效处理，帮助品牌无缝进入全球市场。

AI 技术的加持使卖点图翻译不仅限于简单的文字翻译，更具备智能本地化能力。通过分析目标市场的文化背景、语言习惯和消费偏好，AI 能够自动优化文案表达，避免因直译导致的语义偏差或文化冲突。例如，针对不同国家的节日、习俗或审美倾向，AI 可以生成更具吸引力的本地化内容，使品牌更好地融入当地市场。此外，AI 还支持上下文理解，确保翻译内容在语境



图 2: Synclub 功能宣传图

中自然流畅，提升消费者的阅读体验。

卖点图翻译的另一大亮点是其高效的批量处理能力。借助 AI 的自动化技术，用户可以一次性上传多张卖点图，系统会在短时间内完成所有翻译任务，并保持高质量的输出。无论是跨境电商、国际品牌，还是中小企业，这款工具都能显著提升工作效率，降低人力成本。

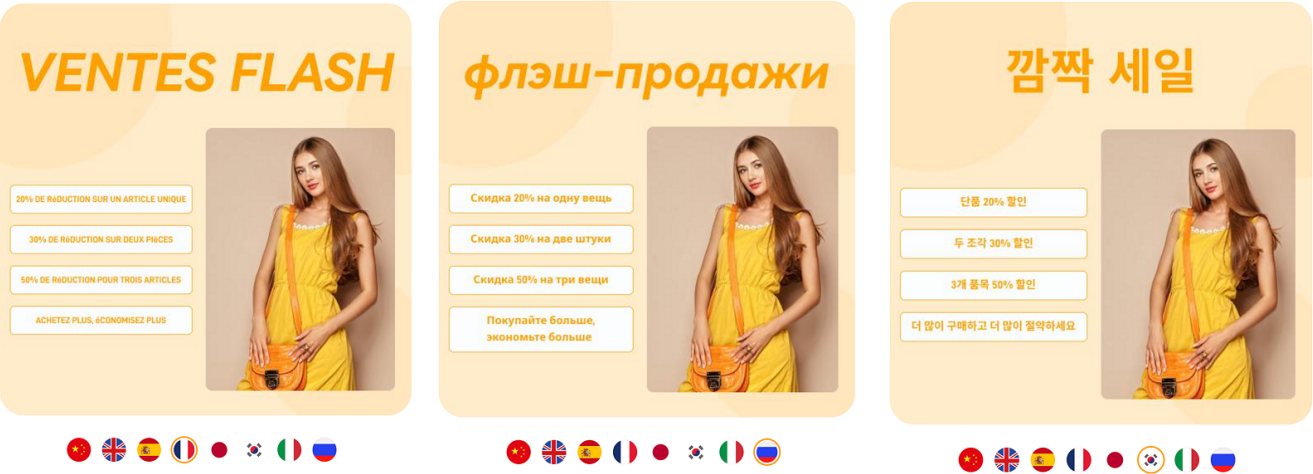


图 3: AI 卖点图翻译工具界面图

然而，AIGC 的应用也面临一些挑战。例如，某快消品品牌在使用 AIGC 生成社交媒体内容时，曾因文化差异导致内容不当，引发了一些负面反响。这表明，尽管 AIGC 能够生成本地化内容，但仍需要人工审核和文化敏感性检查，以避免潜在的文化冲突和品牌风险。

三、AIGC 赋能品牌出海营销的挑战与对策

（一）AIGC 在品牌出海营销中的核心挑战

随着全球化进程的加速和数字技术的快速发展，品牌出海已成为企业拓展市场、提升竞争力的重要战略。然而，品牌在进入国际市场时，面临着文化适配、法律合规、市场竞争和品牌认知等多方面的挑战。不同国家和地区的语言、文化习俗、消费行为存在显著差异，品牌需要进行深度本地化调整，以确保营销信息的有效传递。同时，各国的广告法、消费者保护法、数据隐私政策（如 GDPR）等法律法规不尽相同，品牌需要确保合规性，以避免法律风险。此外，国际市场竞争激烈，当地品牌通常具有较强的市场基础，外来品牌需要采取差异化策略才能在竞争中突围。品牌认知度也是品牌出海的一大难题，新进入市场的品牌往往需要投入大量资源进行推广，提升市场认可度。面对这些挑战，AIGC 技术的兴起为品牌提供了新的解决方案，其在多语言内容创作、智能广告投放和个性化互动方面展现出巨大潜力。然而，AIGC 的应用本身也伴随着挑战，包括内容质量、文化适配、法律合规和消费者接受度等问题。

尽管 AIGC 在品牌出海营销中展现了显著优势，但仍然面临以下关键挑战：

内容质量与可信度问题。AIGC 生成的内容可能存在事实错误、逻辑漏洞或缺乏深度，难以完全替代人类创作的高质量内容。例如，AI 在处理复杂行业知识或文化敏感性问题时，可能出现误导性或不准确的信息，影响品牌形象。

文化适配与本地化挑战。AIGC 在多语言内容生成方面表现出色，但如何确保内容符合目标市场的文化特点仍是一个难题。不同国家和地区的消费者对品牌传播方式、语言表达、视觉设计和情感共鸣的偏好存在差异。若未经过精准的文化适配，AIGC 生成的内容可能导致品牌传播失误。例如，耐克在阿拉伯市场的广告因文化敏感性问题引发争议，表明品牌在进入不同市场时需要特别关注文化适配问题。

法律合规与数据安全。各国在广告内容、知识产权保护、数据安全等方面的法律法规各不相同。例如，欧洲的《通用数据保护条例》（GDPR）和美国的《加州消费者隐私法》（CCPA）对品牌在数据采集、存储和使用方面提出了严格要求。如果 AIGC 系统使用未经授权的数据进行内容生成，可能会导致法律纠纷。此外，AI 生成的广告文案或视觉内容可能侵犯第三方的版权，品牌需要采取措施确保内容合规。

市场竞争与品牌认知。目标市场往往已存在成熟的本地品牌，消费者对本土品牌的忠诚度较高，外来品牌需要投入更多的资源才能建立市场认可度。此外，面对全球化竞争，品牌需要不断优化营销策略，以提升其在国际市场的竞争力。AIGC 的高效内容生成能力可以帮助品牌提升市场覆盖率，但如何通过 AIGC 创造独特的品牌价值仍然是一个挑战。

伦理与社会接受度问题。AIGC 生成的内容可能涉及虚假信息、偏见或伦理争议。例如，AI 生成的广告可能存在性别或种族偏见，影响品牌形象。同时，消费者对 AIGC 生成内容的信任度尚未完全建立，部分用户可能对 AI 生成的品牌信息持怀疑态度。因此，品牌需要在透明度和真实性方面采取措施，以提高用户信任度。

（二）AIGC 赋能品牌出海营销的伦理与法规考量

随着 AIGC 在品牌出海营销中的广泛应用，伦理和法规问题也日益凸显。首先，AIGC 生成

的内容可能涉及版权问题。例如，AIGC 系统可能会无意中复制或模仿受版权保护的作品，导致法律纠纷。因此，品牌需要确保 AIGC 生成的内容具有原创性，并遵守相关的版权法规。

其次，数据隐私和安全是另一个重要的伦理问题。AIGC 系统通常需要大量的数据进行训练和优化，这可能涉及消费者的个人信息。品牌需要确保数据的收集、存储和使用符合各国的数据保护法规，如欧盟的《通用数据保护条例》（GDPR）和美国的《加州消费者隐私法》（CCPA）。

此外，AIGC 生成的内容可能会引发伦理争议。例如，AIGC 系统可能会生成具有偏见或歧视性的内容，影响品牌形象和社会责任。因此，品牌需要建立严格的伦理审查机制，确保 AIGC 生成的内容符合社会道德和价值观。

四、AIGC 赋能品牌出海营销的最佳实践与未来趋势

（一）最佳实践

为了在全球市场中充分利用 AIGC（人工智能生成内容）的潜力，品牌需要采取一系列最佳实践，以确保生成的内容不仅高效、精准，还能避免文化冲突和法律风险。以下是具体的实施策略：

首先，品牌应组建一个多元化的跨学科团队，涵盖多个关键角色。营销专家负责制定内容策略，确保 AIGC 生成的内容与品牌定位和目标受众需求一致。数据科学家则专注于优化 AIGC 模型的算法，提升内容生成的质量和效率。文化顾问提供目标市场的文化洞察，避免内容因文化差异引发误解或争议。法律顾问则确保生成内容符合当地法律法规，规避版权、隐私和数据安全等方面的风险。这种跨学科协作能够确保 AIGC 生成的内容在技术、文化和法律层面都经得起考验，为品牌全球化奠定坚实基础。

其次，持续优化 AIGC 系统是确保内容质量的关键。品牌可以通过数据驱动优化，利用消费者反馈、市场数据和用户行为分析，不断训练模型，使其更贴合目标受众的偏好。同时，针对不同市场，优化 AIGC 系统的语言处理能力和文化适应性，确保内容本地化。此外，定期更新模型，融入最新的技术进展和市场趋势，保持竞争力。通过持续优化，品牌可以提高 AIGC 生成内容的准确性、相关性和吸引力，从而提升营销效果。

尽管 AIGC 可以高效生成内容，但完全依赖自动化可能带来风险。因此，品牌需要建立多层次的内容审核机制。技术审核利用 AI 工具对生成内容进行初步筛选，识别明显的错误或不适当的内容。人工审核则由专业团队对内容进行二次检查，确保语言表达、文化敏感性和品牌一致性。特别针对不同市场的文化背景，进行文化敏感性检查，避免因文化差异引发的误解或争议。这种审核机制能够最大限度地降低风险，确保生成内容的高质量和合规性。

消费者对 AIGC 生成内容的接受度直接影响营销效果。品牌可以通过透明沟通，明确告知消费者某些内容由 AI 生成，并解释其背后的技术原理和优势。通过博客、社交媒体或视频等形式进行教育宣传，普及 AIGC 的知识，帮助消费者理解其价值和局限性。设计互动活动，让消费者亲身体验 AIGC 的功能，增强他们的参与感和信任感。通过教育宣传，品牌可以消除消费者对 AIGC 的疑虑，提高他们对生成内容的接受度。

为了确保 AIGC 在营销中的投资回报率，品牌需要建立有效的监测和评估机制。利用数据分析工具实时跟踪 AIGC 生成内容的传播效果、用户互动和转化率。定期评估内容的表现，分析

其在不同市场和文化背景下的效果差异。根据评估结果，及时调整内容生成策略和优化方向，确保 AIGC 的应用始终与品牌目标一致。通过持续监测和评估，品牌可以最大化 AIGC 的营销效果，同时不断优化资源配置。

AIGC 为品牌出海营销提供了强大的工具，但其成功应用需要系统化的策略和执行。通过建立跨学科团队、持续优化系统、实施审核机制、加强消费者教育以及监测效果，品牌可以充分发挥 AIGC 的潜力，在全球化竞争中脱颖而出。同时，这些实践也有助于降低风险，确保品牌在全球市场中的长期成功。

（二）AIGC 赋能品牌出海营销的未来发展趋势

随着技术的不断进步，AIGC 在品牌出海营销中的应用将更加广泛和深入。未来，AIGC 技术将更加智能化，能够更好地理解和适应不同文化的细微差别，生成更加精准和个性化的内容。例如，未来的 AIGC 系统可能会结合情感计算技术，能够感知和回应用户的情感状态，从而生成更具情感共鸣的营销内容。

此外，AIGC 技术将与其他先进技术如增强现实（AR）、虚拟现实（VR）和区块链等结合，创造更加沉浸式和互动性强的营销体验。例如，品牌可以利用 AIGC 生成虚拟偶像或代言人，通过 AR/VR 技术与消费者进行互动，提供独特的品牌体验。区块链技术则可以用于确保 AIGC 生成内容的版权和真实性，增强消费者对品牌的信任。

另一个重要趋势是 AIGC 在数据分析和预测方面的应用。未来的 AIGC 系统将能够实时分析海量的市场数据，预测消费者行为和趋势，为品牌提供更加精准的营销决策支持。这将使品牌能够更加灵活和迅速地响应市场变化，提高营销活动的效果和投资回报率。

五、结论

本研究探讨了 AIGC 在品牌出海营销中的理论基础、实践应用以及面临的挑战，分析了 AIGC 如何赋能品牌克服文化适配、法律合规、市场竞争和品牌认知等难题。研究表明，AIGC 通过自动化内容生成、多语言翻译、本地化优化、智能广告投放和数据分析，能够有效提升品牌在国际市场的营销效率和精准度。然而，AIGC 的应用也面临诸多挑战，包括内容质量与可信度、文化适配难题、法律法规合规要求以及消费者接受度问题，品牌需要在技术应用的同时制定有效的应对策略。

在理论层面，AIGC 结合技术驱动营销、内容营销和跨文化传播理论，为品牌提供了一种全新的数字化营销模式，使企业能够更高效地进入目标市场，增强国际竞争力。在实践层面，AIGC 在内容创作、广告优化、社交媒体互动以及客户服务方面展现出巨大的商业价值，为品牌全球化扩张提供了新的路径。特别是在社交媒体与短视频营销兴起的背景下，AIGC 的高效创作能力有助于品牌快速适应各国市场，增强消费者互动，提高品牌认知度。

然而，AIGC 在品牌出海营销中的成功应用仍依赖于品牌的战略规划与技术优化。品牌需要采取跨学科协作模式，结合人工审核与 AI 自动化能力，确保内容的准确性、文化适配性和合规性。此外，随着 AIGC 相关法规的不断完善，品牌还需密切关注全球范围内的监管政策，确保数据安全和知识产权保护。

展望未来，AIGC 将与增强现实（AR）、虚拟现实（VR）、区块链等新兴技术结合，为品牌

营销提供更加沉浸式和个性化的体验。同时, AIGC 的情感计算和消费者行为预测能力将进一步增强, 使品牌能够更精准地满足不同市场的需求。品牌应积极拥抱 AIGC 技术, 同时保持对文化适配、法律合规和用户信任度的关注, 以实现更可持续和有效的全球化营销。

本研究为 AIGC 在品牌出海营销中的应用提供了理论指导和实践建议, 同时也指出了当前面临的关键问题和未来研究方向。随着技术的发展和品牌营销策略的不断演进, AIGC 将在全球市场竞争中发挥越来越重要的作用, 帮助品牌更高效地实现国际化布局, 提升全球市场影响力。

作者简介 郭颖, 女, 1993 年 12 月出生, 四川省成都市人, 本科毕业于四川大学, 获学士学位, 通讯地址: 北京市朝阳区六里屯街道华阳家园, 邮政编码: 100026, Email: annayungkii@gmail.com, <https://orcid.org/0009-0006-0147-738X>。

参考文献

- [1] 2022 年中国信息通讯研究院. 人工智能生成内容 (AIGC) 白皮书 [EB/OL].2022-06-06/2024-04-08
- [2] 王晗. 国潮背景下传统品牌视频广告传播效果研究 [D]. 华东理工大学, 2021.
- [3] 钟义信. 人工智能: 概念·方法·机遇 [J]. 科学通报, 2017, 62(22): 2473-2479.
- [4] 光明网. 人工智能技术在智能剪辑方面的应用 [EB/OL]. [2022-11-11]. https://topics.gmw.cn/2022-11/11/content_36154302.htm.
- [4] 娄永琪. AIGC 时代的设计与教育创新 [J]. 艺术与设计, 2023(4): 166-172.
- [5] 苏金喆. AIGC 在媒体领域的应用 [J]. 文化产业, 2024 (11): 19-21.
- [6] 王琦. 中西方文化对跨国贸易的影响及对策 [J]. 老字号品牌营销, 2023, (10): 55-57.

(责任编辑: 王小冬 邮箱 wtocom@gmail.com)