

# “把文案岗位去掉，有点爽！”但是……

## 1 AI写文案，「真香」？

吴向进是一位“80后”，2020年离开“互联网大厂”，创立西舟科技。

去年，以ChatGPT为代表的生成式AI刷屏全网，他立马召集同事开会，让大伙赶紧用起来。“当时，我们正好接到一个单身公寓的视频拍摄订单，由于行业跨度较大，同事苦想一天也‘憋’不出脚本。我打开招聘网站发现，在宁波再招一名专业文案，至少要开出25万元至40万元的年薪，就算把人招进来，也未必能快速上手。”

抱着试试看的心态，吴向进干脆把客户需求“丢”给ChatGPT，很快就感到“真香”。

他脱口而出：“确实有点爽！几分钟之内生成了上百条视频文案，有‘鲁迅’风格，有‘杜甫’口吻，有时尚科技感，有高端奢华风……我们筛选了一批文案，交给客户挑选，果然其中有令对方很满意的方案。”

“我那会儿暗自庆幸，AI能帮我们省下一笔招人的开支。”然而，吴向进不久后发现，AI只是一个启发思路的工具，它只是现有经验的“搬运工”，却无法取代视频文案岗位。

“我发现，目前的AI聊天机器人，还不具备理解产品的能力。”吴向进说，“我们做的电商视频，核心在于对市场 and 供应链的理解。比如一款记忆枕，要想让它卖得好，得在视频里突出贴合颈部曲线等卖点。AI的文案，只会把卖点生硬地植入旁白。而经验丰富的专业人士，则会抓住消费者想改善颈椎健康的痛点，设计出‘使用前’和‘使用后’对比的创意。”

同时，电商产品的迭代速度快得惊人，对AI来说有些“超纲”。

吴向进说，每年亚马逊“黑五”大促前夕，宁波跨境电商都会忙着备货，作为跨境电商服务商，西舟科技要在3个月内完成200多条产品视频，“而AI给出的‘套路’模板化严重，往往滞后于市场的变化。”

经过几番摸索，吴向进找到生成式AI的“正确打开方式”——“它的强项是总结提炼，你最好能把脑海中的画面和思路给它，越详细越好，再让它连词成句。归根结底，AI产出的文案质量，仍取决于背后使用者的思考能力、创新能力、应变能力。”

“这是我为一家做头梳的企业设计的文化墙方案，主题是‘飞翔全球，梳理未来’，洋洋洒洒1000多字。你猜，我写这个耗时多久？”7月4日，记者来到一家为外贸和跨境电商企业提供产品拍摄、短视频制作、3D建模等视觉服务的创业公司——宁波西舟数字科技有限公司。

创始人吴向进卖了个关子，见记者笑着摇了摇头，便马上揭晓答案：“AI辅助生成，只需不到1秒钟！”

在视觉领域，AI的作用真有这么强大？会不会替代人类的文案和制图？面对记者的一连串追问，吴向进和他的设计师同事王婷婷一起谈了些心得。



原设计图(上)和AI修改后的设计图(下)。受访对象供图

## 2 AI制图会替代设计师吗？

对西舟科技而言，AI是一种生产力工具。除了ChatGPT、通义、豆包、文心一言等AI聊天机器人，该公司还使用AI文生图工具，把“甲方”的创意落地。

一个月前，该公司接到一位美国客户的订单，为一款台灯设计电商产品图，要求图片融入美式庭院的场景。由于宁波没有相关拍摄场地，设计师王婷婷决定用设计图代替实拍。但客户又对设计图提出修改意见，要求“去掉遮挡视线的椅子，露出桌上的灯柱”。

王婷婷感到有些为难：“去掉椅子容易，但需有足够的像素资源填充啊！”情急之下，她想到一款AI文生图工具Stable Diffusion，可以根据指令生成像素。她把底图“投喂”给这款工具，经过电脑渲染，最红圆满交付任务。

“其实，去年AI绘画最火的时候，作为设计师，说不焦虑那是假的。”王婷婷坦言，“但我很快就调整了心态，与其担心‘丢饭碗’，不如先搞明白AI制图是怎样一门技术。毕竟，技术是死的，人是活的，AI替代不了每个人独一无二的思想。”

从此，王婷婷开启学习模式，在B站、小红书浏览大量课程，还专门记下AI绘图指令笔记——画幅视角、场景特征、环境光……“AI制图就像是‘抽卡’，随机性很强，同样的指令可以对应N种呈现方式。为了让AI‘听懂’你的意图，必须要尽可能地表达清楚。”

现在，王婷婷已对AI制图颇有心得。她可以在哩布哩布(Liblib)等平台训练LoRA模型，向它“投喂”照片来“炼丹”，生成人物的“数字形象”；还能在Stable Diffusion使用ControlNet模型，通过添加额外控制条件，引导AI根据创作者思路生成图像……

“不过，目前，AI依然无法替代产品图片设计，因为我们永远不知道下一个客户是谁。他们想拍摄的产品、对拍摄的要求，都是非标准化的，还靠人类的头脑定制。”王婷婷说，她更愿意把AI视为设计师的“标配”，以后掌握AI工具，就和掌握PhotoShop一样必不可少。

在吴向进看来，AI掀起的这场技术革命，正倒逼每一家企业学会“数字化生存”。除了电商短视频和图文制作外，广大宁波外贸企业还能借助AI工具，提升和外商进行小语种交流的能力，根据自身需要“试水”AI直播，提升产品、品牌“出海”的效率。

记者 严瑾

## 宁波银行专栏

# 宁波银行晋升全球银行1000强第80位

7月10日，英国《银行家》杂志(The Banker)发布2024年“全球银行1000强”榜单，宁波银行以一级资本279.34亿美元排名第80位，较2023年上升两位，在全球百强银行中的位次稳步向前。

在历年发布的“全球银行1000强”榜单中，宁波银行排名逐年攀升，2022年首次跨入“全球百强银行”行列，排名第87位；2023年位次继续提升，排名第82位。这显示出宁波银行的综合实力和核心竞争力持续增强。

宁波银行以服务实体经济为根本宗旨，坚持真心对客户好的服务理念，发挥

专业化、数字化、平台化、国际化的经营优势，持续为客户创造价值，在激烈的竞争中实现稳健可持续发展。

宁波银行持续加大对实体经济的支持力度，各项业务规模稳健增长。截至2024年3月末，宁波银行总资产2.88万亿元，较年初增长6.51%；存款1.82万亿元，较年初增长16.20%；贷款1.36万亿元，较年初增长8.73%。2024年一季度实现营业收入175.09亿元，同比增长5.78%；实现净利润70.13亿元，同比增长6.29%。

宁波银行将金融科技作为最重要的生产力之一，不断提升业务经营、风险管理能力，赋能客户发展。宁波银行具有

“双活、双中心”的数据中心，具有“宁行云”服务平台，具有与客户实施互联互通的开放银行全面解决方案，用“鲲鹏司库、五大管家，即财资管家、外汇管家、投行管家、票据管家、政务管家”赋能客户数字化发展，具有“波波知了、设备之家、美好生活”三个TOB端、TOC端的服务平台，全面为客户赋能。

宁波银行抓牢全面风险管理，资产质量保持稳定。宁波银行不良贷款率连续16年低于1%，在银行同业中保持较低水平。截至2024年3月末，宁波银行不良贷款率为0.76%。

面对复杂的宏观环境，宁波银行将始

终坚守金融工作的初心使命，全面落实中央金融工作会议、中央经济工作会议的精神和要求，坚持差异化经营策略，围绕“五篇大文章”，不断加强对实体经济的支持力度，为中国式现代化建设增添金融力量。

英国《银行家》杂志是隶属于英国《金融时报》报业集团的权威性金融杂志，其发布“全球银行1000强”榜单至今已有54年历史，是当今国际权威的全球银行业排名之一。“全球银行1000强”排名主要考量的是各银行一级资本实力，反映了银行抗风险和利润增长的能力，是全球银行综合实力的标尺，也是社会各界了解全球银行业现状、变化和趋势的窗口。