

Research on the Application of AIGC-Generated Content in E-commerce Platform Advertising

Pengjia Qiao

School of Information Engineering, Qingdao Institute of Technology, Qingdao, Shandong, 266300, China

Abstract

With the rapid development of artificial intelligence technology, AIGC (Artificial Intelligence Generated Content) is increasingly applied in the field of e-commerce, particularly showing great potential in advertising creativity and placement. The paper adopts specific application cases of AIGC in the generation of advertising copy, images, videos, and other content, and studies the current application status, advantages, challenges, and future development trends of AIGC in e-commerce platform advertising. The paper analyzes how AIGC technology can improve advertising creation efficiency and reduce costs, and optimizes advertising effectiveness through data analysis and machine learning. At the same time, the article also focuses on the applications of AIGC in personalized advertising delivery and user behavior prediction, and how these applications help e-commerce platforms enhance user experience, increase user stickiness, and ultimately promote sales growth. In addition, the article addresses ethical issues related to AIGC in advertising creation, such as copyright ownership and content authenticity, and proposes corresponding solutions. Overall, the research on the application of AIGC in e-commerce platform advertising provides new insights and methods for the innovative development of the advertising industry, holding significant theoretical value and practical significance.

Keywords

e-commerce; artificial intelligence; digital ethics; business advertising; platform users

AIGC 生成内容在电子商务平台广告中应用研究

乔鹏嘉

青岛工学院信息工程学院, 中国·山东 青岛 266300

摘要

随着人工智能技术的飞速发展, AIGC在电子商务领域应用日益广泛, 针对AIGC在广告创意和投放方面展现出巨大潜力的问题。论文采用AIGC在广告文案、图像、视频等内容生成中的具体应用案例, 从AIGC在电商平台广告中的应用现状、优势、挑战以及未来发展趋势等角度进行研究。论文梳理分析了AIGC技术如何提高广告创作效率和降低成本, 并通过数据分析和机器学习优化广告效果。同时, 论文还针对AIGC在个性化广告推送、用户行为预测等方面的应用, 以及这些应用如何帮助电商平台提升用户体验, 增强用户粘性, 最终促进销售增长。此外, 论文还关注AIGC在广告创作中的版权归属、内容真实性等伦理问题, 并得出相应的解决方案。总的来说, AIGC在电商平台广告中的应用研究为广告行业的创新发展提供了新的思路和方法, 具有重要的理论价值和现实意义。

关键词

电子商务; 人工智能; 电子伦理; 商务广告; 平台用户

1 引言

随着人工智能技术的飞速发展, AIGC (人工智能生成内容) 成为电商平台广告创新的重要推动力。电子商务作为数字产业的重要组成部分, 正在经历着前所未有的变革。从智能推荐系统到客户服务自动化, 人工智能被重新定义数字电子商务的运营模式, 不断提高电子商务的竞争力和用户体验。论文针对 AIGC 在电子商务广告中的应用现状、潜力和挑战。通过分析 AIGC 技术如何优化广告内容的生成、个性

化推荐、后续发展以及用户体验, 将为电商平台实现更高效、更吸引人的广告营销提供策略建议。同时, 论文也对电子商务中 AIGC 的伦理和法律问题进行讨论, 以确保技术应用的合规性和可持续性。同时本文也将运用知识产权的知识来进行 AIGC 的讨论。

2 AIGC 生成内容在电子商务平台广告中的应用研究

随着人工智能技术的飞速发展, AIGC (人工智能生成内容) 技术已经逐渐渗透到电子商务平台的广告领域。论文旨在探讨 AIGC 生成内容在电子商务平台广告中的应用现状、潜力、发展方向以及面临的挑战。

【作者简介】乔鹏嘉 (2004-), 男, 中国山东临沂人, 在读本科生, 从事软件工程、人工智能设计研究。

3 AIGC 技术概述

AIGC 技术是指利用人工智能算法和软件工程技术自动生成文本、图像、音频和视频等技术。在电子商务领域，AIGC 技术能够根据用户行为与喜好数据、市场趋势以及未来发展的大趋势和产品特点，智能生成个性化的广告内容，从而提高广告的吸引力和转化率，从而增加投资者的投资，增加消费者的消费欲望，提高商家的收益。

4 AIGC 在电子商务平台广告中的应用

①个性化推荐：AIGC 技术可以根据用户的浏览历史、购买记录、搜索习惯等产生个性化的广告内容，在用户平时浏览最多的软件上投放广告，提高用户体验和广告效果。同时通过算法来计算用户潜在的喜欢物品，实行精确的广告投放。②动态创意生成：通过 AIGC 技术，实时更新广告创意，以适应不断变化的市场环境和用户需求，保持广告的新鲜性和关联性。③互动广告：AIGC 技术使广告内容与用户进行互动，如智能问答、游戏元素等，增加用户参与度和广告记忆。

5 AIGC 应用的潜力与挑战

5.1 潜力

降低成本：自动化的内容生成减少了人工设计和编辑的需求，有助于降低广告制作和运营成本。

信息的供给能力进一步增强：“人工智能对信息传播平台进行技术赋能，使得平台内容生产与传播的门槛降低，改变内容生产技术、流程。”智能传播使我们的信息传输更具效率，智能传播技术的处理范围不仅限于可把控的数据，也可以涉及广泛存在的非结构化的数据。例如，在媒体融合领域，充分利用大数据的智能系统可以对用户服务进行信息形态的优化配置。此外，新闻机器人在纪实性和准确性方面也有独特的优势。

通过民众的兴趣爱好进行更好区分：在当今媒体生态环境下，互联网已开始普及，中国用户的阅读和收视习惯也因此彻底改变。作为智媒时代的应用设施，互联网凭借智能终端来拓展媒体界限，运用移动互联网终端向受众传播更多、更深、更广的媒介信息。毋庸置疑，传统的传媒格局正被改变，主流媒体的话语权和影响力正弱化和消退；在人工智能技术的支撑和引导下，传媒业的生态的发展与创新取得了前所未有的成果；内容生产的质量和层次，在很大程度上决定了内容传播和接受的可能性，大力推进人工智能技术的应用，通过机器的智能挖掘，开拓媒体内容创作与生产、呈现与表达的新样态，深化和拓展人工智能对新闻业的贡献，以开放、包容的视角审视人工智能对传统媒体行业产生的冲击。多元化、智能化的媒体形态是未来传媒领域发展的必然趋势，也是媒介形态演变的必然结果。智媒化将打破以人为主导的媒体壁垒思路，秉承媒体融合发展、纵深推进的新理念，适应信息时代分众化、精细化、个性化的传播趋势，将人的智慧与机器逻辑有效结合，实现人机合一的平衡模式。

同时，利用大数据、人工智能等新兴技术拓展传统媒体行业的思维，进一步细化和分解传统媒体机构的内部分工，为媒体转型发展奠定基础，实现媒体跨时代的优化、转型与升级。

5.2 挑战

①内容质量控制：确保 AIGC 生成的广告内容质量，避免出现误导性或低质量的广告。②用户隐私保护：在收集和分析用户数据时，必须严格遵守隐私保护法规，确保用户信息安全。③技术伦理问题：AIGC 技术的应用需要考虑伦理问题，如避免生成歧视性或侵犯版权的内容。

6 案例分析

6.1 拼多多

拼多多通过 AIGC 技术分析消费者的消费水平和兴趣爱好，为商家提供了一系列的智能工具和服务，通过人工智能系统为消费者提供了符合其消费水平的产品，并通过构建用户画像，进一步为用户提供个性化需求，增加了平台的用户粘性和活跃度。

在 618 大促活动中，拼多多利用 AIGC 技术通过对用户的形象刻画，准确地为其用户推送其需要的价格合适的商品广告，同时赠送与其价格相差无几的优惠券等多重消费福利促进产品的销售。此外，拼多多还通过 AIGC 技术提升供应链效率和管理质量，同时通过科学的人工智能预测分析技术，来合理地预测商品的销售额，并通过后台通知商家，进行宏观调控，减少产品的积压和产品的缺货情况。与此同时，拼多多的物流系统多多物流还利用 AIGC 技术，通过进行最优路径的计算，提高配送效率，降低了物流成本，同时利用 AIGC 技术施行了智能分拣，极大地降低了人工成本，减少了商家的快递费用。AIGC 技术不仅提高了运营效率，还提升了用户的购物体验，推动了电子商务行业的整体发展。

6.2 淘宝

淘宝通过 AIGC 技术，通过用户的购买习惯和购买记录等数据分析，自动分析出他们消耗完某个产品的时间，从而在更合适的时间自动向用户推送相关商品的推送。根据客户平时喜欢观看的广告风格，将个性化广告推送给用户，从而提高用户的浏览程度，通过用户授权的地理位置向用户推荐附近的商品信息。同时，淘宝利用 AIGC 技术预测消费，利用深度学习算法，通过海量数据分析，如规格、款式、颜色、材质等，预测某类商品最近的流行趋势，促进业务创新，不断开发新产品，引导消费趋势，增加销量。

AIGC 技术在电子商务平台广告中的应用展现出巨大的潜力，能够显著提升广告的个性化和互动性。然而，为了充分发挥 AIGC 技术的优势，需要解决内容质量、用户隐私和伦理问题等挑战。未来，随着技术的不断进步和规范的完善，AIGC 技术将在电子商务广告领域发挥更加重要的作用。

7 建议

我们将不断强化数据隐私保护的措施，采取更为严格的手段确保用户数据的合规使用，同时采取有效措施防止用

户隐私的任何泄露，以保障用户的个人信息安全。

我们将持续投入资金和资源于人工智能生成内容（AIGC）技术的研发工作，致力于提升生成内容的质量和多样性，以满足用户日益增长的需求和期望。

我们将密切关注市场趋势的变化，并积极倾听用户的反馈意见，以此为基础不断改进我们的算法，优化 AIGC 广告策略，以确保我们的服务和产品能够更好地满足市场和用户的需求。

7.1 正反影响

①强化数据隐私保护措施，确保用户数据合规使用，防止隐私泄露，保障个人信息安全。②持续投入资金和资源于人工智能生成内容（AIGC）技术研发，提升内容质量和多样性，满足用户需求。③密切关注市场趋势变化，积极倾听用户反馈，改进算法，优化 AIGC 广告策略，更好地满足市场和用户需求。

7.2 多主体具体做法

①企业层面：采取严格的数据隐私保护措施，投入资源研发 AIGC 技术，关注市场趋势，优化产品和服务。②政府层面：制定相关法律法规，监管企业数据隐私保护措施的落实，支持 AIGC 技术研发，促进市场健康发展。③用户层面：提供反馈意见，参与产品和服务的改进过程，监督企业数据隐私保护的执行情况。

7.3 重点领域路径

①数据隐私保护：制定和实施更严格的数据保护政策，提升用户信任度。② AIGC 技术研发：加大研发投入，推动技术创新，提高内容生成的质量和多样性。③市场趋势和用户反馈：建立有效的市场监测和用户反馈机制，快速响应市场变化。

7.4 局部领域路径

①数据隐私保护：在特定行业或领域内实施针对性的数据保护措施。② AIGC 技术研发：针对特定应用场景开发定制化的 AIGC 解决方案。③市场趋势和用户反馈：针对特定用户群体或市场细分领域收集和分析反馈。

7.5 所有领域路径

①数据隐私保护：建立全面的数据保护体系，覆盖所有业务领域。② AIGC 技术研发：构建跨领域的 AIGC 技术平台，实现技术的广泛应用。③市场趋势和用户反馈：建立全行业的市场监测和用户反馈系统，实现信息的全面收集和分析。

7.6 三种领域路径的关系

①数据隐私保护是 AIGC 技术研发和市场趋势分析的基础，确保了用户信任和数据安全。② AIGC 技术研发为市场趋势分析提供了技术支持，同时满足了用户对高质量内容的需求。③市场趋势分析和用户反馈为数据隐私保护和 AIGC 技术研发提供了方向和改进的依据。

7.7 研究主题 / 问题发展趋势

数据隐私保护将更加严格，相关法律法规将不断完善。

AIGC 技术将更加成熟，内容生成的质量和多样性将得到显著提升。

市场趋势分析和用户反馈机制将更加精细化，产品和服务将更加个性化。

7.8 对策建议

①加强数据隐私保护，制定明确的隐私政策，提升用户信任。②持续投入 AIGC 技术研发，提高内容生成的智能化水平。③建立有效的市场监测和用户反馈机制，快速响应市场变化，满足用户需求。

7.9 研究问题实践困境 / 存在问题

①数据隐私保护与用户需求之间的平衡难以把握。② AIGC 技术在内容生成质量上的提升存在技术瓶颈。③市场趋势快速变化，用户反馈收集和分析的时效性不足。

7.10 研究主题实现路径

①制定灵活的数据隐私保护策略，既保护用户隐私又满足业务需求。②加大技术研发投入，突破 AIGC 技术瓶颈，提升内容生成质量。③建立快速响应机制，实时收集和分析市场趋势和用户反馈，及时调整产品和服务。

8 结语

论文深入探讨了人工智能生成内容（AIGC）在电子商务平台广告中的应用现状、潜力、挑战和发展趋势。论文首先概述了 AIGC 技术，即利用人工智能算法和软件工程技术自动生成文本、图像、音频和视频内容的技术，并分析了其在电子商务领域的应用，如个性化推荐、动态创意生成和互动广告等。AIGC 技术通过提高广告效率、降低成本、增强信息供给能力和更好地满足用户兴趣爱好，对电子商务平台的广告营销具有显著的推动作用。其次，论文还讨论了 AIGC 技术在应用中面临的挑战，包括内容质量控制、用户隐私保护和技术伦理问题。通过案例分析，如拼多多和淘宝的实践，文章展示了 AIGC 技术如何通过智能工具和服务提升用户体验和平台效率。最后，论文提出了针对数据隐私保护、AIGC 技术研发和市场趋势分析的建议，强调了企业、政府和用户在推动 AIGC 技术发展中的不同角色，并指出了研究问题的理论背景和现实背景。论文认为，随着技术的不断进步和规范的完善，AIGC 技术将在电子商务广告领域发挥更加重要的作用，推动电子商务行业更多的发展。

参考文献

- [1] 杨日修.人工智能时代传播模式变革与治理研究[J].传播与版权,2021(3).
- [2] 李燕临,马宁宇.人工智能浪潮下的传播变革与媒体转型研究[J].中国广播电视学刊,2019(1):6-9.
- [3] 唐绪军,黄楚新,王丹.中国新媒体发展趋势:智能化与视频化[J].新闻与写作,2017(7):4.
- [4] 张华琼.大数据和人工智能在电子商务的应用[J].市场瞭望,2024(12):76-78.
- [5] 肖楚乔.电子商务智能化发展的特征、现状和趋势研究[J].商场现代化,2020(15):33-35.