

种草文案优化 Copilot

把广告感单草稿，改成有证据、有边界、可拍摄的种草内容

作者：黄炫铭 MVP：ai-real-seeding-director.vercel.app Coze： [workflows截图/分享链接见附件](#)

0. 产品简介

面向商单种草博主、小商家内容运营、代运营团队。产品需要把商家给的广告感草稿，经过**广告感诊断**、**用户疑虑提炼**、**证据边界检查**、**分镜建议**、**发布前评分**等流程，改成更真实、可拍、可解释的种草内容。采用护眼台灯这一品牌试验，流程可迁移到其他品类。

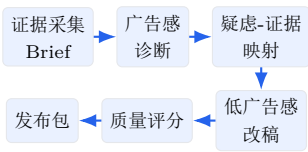
1. 机会判断

用户	小红书/抖音/B 站种草博主，接商单 KOC/KOL，小商家内容运营，代运营/MCN。
痛点	商单草稿广告感强、卖点堆砌、证据不足；评论区“求链接/蹲/私我”等低质量互动削弱信任。
时机	AIGC 已能生成标题和正文，但“怎么让用户相信”仍依赖经验；用户对暗广、硬广、模板化种草更敏感，内容需要从卖点驱动转向证据驱动。

2. 用户证据

- 整体用户情况**：小红书截图中有用户吐槽“好多广告”“真实分享变稀缺”；知乎讨论把小红书描述为“分类小广告 App”。用户往往不是只反感某个品牌，而是怀疑整体种草内容是否真实。
- 素人体验稀缺**：评论中出现“素人分享才更珍贵”“做博主后看透了”等表达，说明真实感已成为信任门槛。
- 评论区影响判断**：低信息量互动或清一色夸赞会让笔记更像刷量；评论区应承接证据、场景和真实体验，而不是只做引流。
- 已有付费市场**：淘宝“短视频脚本代写”可见 38-300 元/单；讯飞绘文、UPlog 等 AI 工具强调生成、排版、发布，证明用户愿为提效付费，但证据质检仍是缺口。
- 台灯样本收集**：问大家/评价集中在刺不刺眼、亮度/色温、底座稳不稳、调光是否顺手；知乎频闪讨论提示手机拍频闪不严谨，应优先看检测报告或认证。

3. MVP 与 Coze workflow



信息抓取流程：商品链接/商家 Brief → 复制商品参数、评论、问大家、社区争议和竞品话术 → 填入证据采集 Brief → Copilot 输出“用户疑虑-证据来源-可信等级-表达边界-拍摄动作”。后续可接浏览器插件、商品链接解析、评论导出、平台 API 或 RPA。

输入	商品信息、平台/人群、已有草稿、用户疑虑、证据材料、证据边界、禁用表达。
输出	原文诊断、疑虑与证据链、保守发布版、证据补齐后可用版、分镜、评论区引导、发布前评分。
MVP	在线页面已部署，包含 Brief、证据链、评论洞察、选题策略、文案优化、前后对比、评分和发布检查。
Coze	已搭建“广告感诊断 → 用户疑虑与证据链 → 低广告感文案优化 → 发布前评分 → 最终汇总”，并跑通“台灯”案例。

4. 创新点与差异

对象	常见做法	本 MVP 差异
通用大模型（豆包/GPT）（通义千问）	输入商品名和卖点，输出标题/正文，容易生成空泛“真实感”。	强制输入用户疑虑、证据边界和禁用表达。
文案生成器（讯飞绘文等）	从零生成标题、标签、正文、配图。	支持已有商单草稿再优化，逐条指出广告感和风险。
排版/发布工具（UPlog 等）	解决封面、卡片、发布效率。	先做可信度质检，再生成可发布材料。
脚本代写服务（淘宝商家）	给分镜和口播，但证据来源不清。	输出“疑虑-证据-镜头”映射，告诉博主该拍什么来证明。

5. 商业判断

- 付费用户**：接单博主、KOC/KOL、内容代运营、小商家运营、MCN。
- 付费理由**：节省改稿时间，降低“广子感”和合规风险，让内容更可信、可拍、可复用。
- 定价**：单次诊断/优化 9.9-29.9 元；个人版 99 元/月；团队版 399-699 元/月；代运营批量版按项目收费。
- 获客**：发布“普通商单稿 vs 证据驱动优化稿”对比，进入博主/代运营社群提供免费文案体检。

6. 2 周验证

时间	进度/下一步	指标
1-3 天	已完成收集信息：用户基本评价、评论区概况、脚本代写、AI 工具、台灯问答/评价/社区争议。	形成基本的改稿需求、竞品缺口判断。
4-7 天	基于已完成 MVP 主流程；继续补充用户数据提取链路，减少“报告感”。	5 分钟内完成从草稿到优化稿的演示。
8-10 天	利用已搭建 Coze workflow 并跑通不同品牌案例；继续收紧 Prompt。	不编造体验、不引用证据越界结论。
11-14 天	找 5-10 位创作者/运营者盲评普通稿、通用 AI 稿、Copilot 稿。	使用者判断可信度，广告感，表达使用/付费意愿。

提交附件：一页 PDF 报告 + 在线 MVP 链接 + Coze workflows截图 + 演示录屏。