中老年健康消费业务

AI 内容与渠道建设实施方案 V1

先搭内容工厂
再建代理渠道矩阵

从一款主测商品开始，搭好带货内容生产流程，训练文案师并协助招聘操盘手。验证内容和成交后，再把有效的做法复制到代理渠道。

第一阶段

内容工厂
团队实训与招聘

第二阶段

代理渠道矩阵
招募、培训与分发

建议总周期 6～9 周

分两阶段实施。具体排期结合团队、账号和代理渠道的准备情况，在启动时确认。

2026 年 11 月 19 日

实施安排

从一款商品开始验证后再扩渠道

启动时选定一个购买场景、一个平台和一款主测商品，核实供货、商品资质、可用素材及售后条件。

01 内容工厂与团队建设

建立从脚本到发布的流程，开展文案实训与操盘手招聘协助，完成内容和成交测试。

02 代理渠道矩阵

推荐代理招募投放资源，协助培训首批代理，跑通素材分发、订单归属和结算。

自营店铺

用扣除退款后的实际收入减去货品、平台、履约及推广成本，测算商品利润。

与商家合作

按可实际结算的佣金或服务费测算收益，确认退款扣回和费用分担方式。

按选定的成交方式核算单笔收益和主要成本。拟投放时，先确认试投预算和可接受的获客成本。

第一阶段 • AI 内容工厂

用同一款商品制作两类带货视频

企业提供商品资料、真实素材和文案方向。钼序搭建流程，AI 辅助脚本、分镜、配音、字幕和剪辑。

商品资料素材准备 → 脚本与分镜 → 配音与字幕剪辑成片 → 审核发布记录版本

实拍讲解

用真实画面讲清商品、使用方法和购买理由，展示能够核实的卖点。

AI 漫剧

把同一商品放进受众熟悉的生活场景，用故事讲清需求和使用细节。

让两类内容可以对比

使用同一商品、相同成交入口和已核实的卖点，记录发布时段、版本和是否投放。

发布前由企业审核

按商品资料检查宣传表述，核对素材授权、价格和购买信息，确认后再发布。

自有店铺可按需准备广告素材

根据已确认的卖点和视频版本，制作适合信息流投放的短素材。

第一阶段 • 文案实训与招聘协助

用真实商品训练文案师 同步协助招聘操盘手

建议安排四次实训，每次用主测商品完成一项作业。钳序逐次点评，团队把改好的素材用于试点。

01 提炼卖点

梳理购买场景和购买理由，整理有依据的商品卖点。

02 写带货脚本

写好开场、商品讲解和下单引导，交一版可拍脚本。

03 用 AI 做成片

完成分镜、配音、字幕和剪辑，提交可审核样片。

04 根据数据改稿

用点击、订单和退款找问题，提交改稿并说明原因。

操盘手招聘协助

钳序协助梳理岗位职责和筛选标准、设计试岗题并评估候选人。招聘和内容试跑可同步推进，企业负责面试与录用。

第一阶段 · 成交测试与经营看板

做两轮测试
从点击看到实际收益

第一轮 · 对比内容

对照两类视频的点击与实付订单，找出更适合这个购买场景的表达。

第二轮 · 改稿复测

依据首轮结果改写开场或卖点，用相近的观察周期复测并记录变化。

经营看板 字段示意

点击	实付订单	退款	投放成本
—	—	—	—

测试明细 日期 内容类型 视频版本 流量来源

按内容版本核对数据，记录退款笔数与金额，并随售后进展更新。启用投放时登记实际花费，按可识别来源区分自然与付费结果。收益按第一阶段确认的方式核算。

试投看获客成本

如需付费测试，优先选已有成交反馈的视频，在约定预算内核对实际获客成本，再决定是否继续投放。

交付 试点计划与收益测算、样片、内容流程与模板、经营看板和两轮复盘记录。

验收 企业员工独立完成一轮制作、审核、发布和登记，并能在看板回查对应数据。

第二阶段 · 代理招募与培训

先筛选合适的代理
再教会团队怎么培训

钼序协助企业设计代理招募和培训流程，企业安排负责人接洽、筛选并组织培训。

明确招募条件

结合试点商品，确定代理应覆盖的人群、可用账号和分发能力，以及需要配合的履约和售后事项。

推荐招募投放资源

按目标代理和预算推荐招募渠道与投放资源，说明适用人群、优先顺序及报名承接方式。

01 先讲清商品和合作规则

用审核过的商品资料与话术，讲清内容发布要求、素材授权范围、结算及售后职责。

02 带代理走一遍发布流程

用一条内容演练领取素材、送审、发布和登记渠道来源，再用样例核对订单、退款和结算。

03 让企业负责人能培训后续代理

钼序提供培训提纲、示范内容和操作清单，辅导首轮演练。企业负责人检查试发结果，按清单独立带教。

招募结果能回查

保留报名来源、筛选、培训和首发记录，复盘哪些招募资源带来的代理更适合试点。

第二阶段 • 代理渠道矩阵

代理有内容可发
企业有渠道可管

按成交、收益和履约结果选定首批代理。按平台、代理和账号建立清单，明确负责人及成交入口。

确认渠道 → 领取素材 → 审核分发 → 登记来源

企业统一提供素材

把已审核的商品资料、脚本参考和授权素材整理成内容包，明确使用范围。

代理按授权分发

代理结合自身受众调整内容，经确认后在约定账号发布，登记作品链接和版本。

给各渠道配置可识别的成交入口

根据平台能力使用专属链接、渠道码或后台订单来源。订单由约定的店铺或商家承接，履约及售后结果同步回传。

根据合作范围纳入达人渠道

适合的达人合作可纳入同一套渠道清单，按约定维护账号、内容授权与投放记录。

第二阶段 • 渠道结算与运营交接

按代理核对订单
用收益决定如何扩大

把订单、退款和实际支出核对到对应渠道，让企业知道哪些代理渠道值得继续投入。

01 上线前确认结算与售后责任

明确佣金或服务费、结算周期、退款扣回方式、投流费用承担和售后负责人。

02 在经营看板查看各渠道表现

按代理和账号查看发布、点击、实付订单、退款、履约和投放成本。待核实的来源单独登记，有订单时凭实际记录核对结算。

03 根据收益和履约结果决定下一轮

优先扩大扣除退款和相关成本后的收益达到预期、履约稳定的渠道。数据不足时，继续优化商品和内容并完成团队交接。

交付 招募投放资源建议清单、代理培训材料、渠道清单、分发流程、内容支持包、渠道数据与结算台账、运营手册。

验收 企业负责人能用材料培训代理。试点代理完成素材领用、审核发布与来源登记。团队能回查数据、核对结算。

部署与算力费用

按企业现有条件部署 支持 24 小时在线

服务器、网络和相关服务正常运行时，获授权的企业人员可随时登录系统，制作内容、查看经营看板和业务记录。

启动前确认服务器与访问条件

已有本地服务器	部署在企业现有的本地服务器，按使用需要配置访问权限。
已有云服务器	部署在企业现有的云环境，配置所需运行环境与访问权限。
暂无服务器	钼序协助选型、搭建服务器环境，完成约定的应用部署和数据初始化。新增设备或云资源的费用在部署前确认。

实施至正式交付

部署、调试和试运行所需的 AI 算力费用由钼序承担。

正式交付后

日常使用产生的 AI 算力费用由企业承担。钼序可提供优惠采购渠道，具体价格以届时渠道报价为准。

验收 · 内容制作和看板均可使用

使用企业账号实测登录、内容制作和看板查看，并交接访问方式与算力使用说明。

双方分工与启动事项

先确认试点范围 再启动第一阶段

客户团队

提供商品、资质与授权。
安排人员和预算，负责运营、审核、履约与售后。
决定录用和代理合作。

钼序 MOX

搭建内容工厂、看板和代理渠道，负责培训辅导、招聘协助与交接。
交付约定样片，推荐代理招募投放资源。

01 定平台与主测商品

共同确认购买场景、试点平台、主测商品及成交方式。

02 定人员、试投预算与合作条件

确认业务负责人和操盘手招聘需求。如安排投放，约定试投预算和复盘标准，并确认代理渠道的试跑条件。

03 定交付数量与验收方式

确认脚本、样片等交付数量，以及试跑、数据记录和交接的验收方式。

项目费用另行确认

费用按双方确认的试点范围和交付清单确定。

钼序 MOX