

古德库-数字供应链平台



- **开发时间:** 2025年7月
- **所属类型:** 平台
- **参选类别:** 年度最佳AI工具/平台



快速了解古德智造：行业领先的品牌衍生品与营销周边解决方案服务商

全球领先潮流消费品智造商

20年衍生品设计制造经验，打造800+热销产品



行业挑战与机遇：外部环境竞争加剧与AI技术颠覆性变革

挑战

客户预算萎缩

- 品牌预算缩减
- 讲求高效转化、持续增长

市场供大于需

- 产品同质化，价格战频发
- 设计公司、工厂转型争夺业务

机遇

AI应用爆发

- AI便捷性，降低创意门槛
- AI技术提高内容生产效率

市场机会

- 头部客户经验，迁移服务下沉市场与海外新兴市场
- 中国品牌势力崛起，涌现更多高势能品牌

业务发展挑战：项目定制化程度高，耗时重人力，古德如何抓住市场机遇？

项目服务 workflow



人工创意耗时久

大量策划与设计工作
依赖人力完成
人效有限

协同效率低

项目需多团队沟通合作
产生协同壁垒

资源复用难

服务积累大量素材和案例
创意资产管理难度大

古德库应运而生：将20年的经验能力结合AI技术，重塑产品创意生产力

800⁺

爆款案例经验



1000⁺

主题KV设计



500⁺

稳定合作供应商



4000⁺

每年产品开发



古德库目标:

将古德20年经验, 沉淀为可被 AI 反复调用的智能系统,
让组织具备可复制、可扩展、可规模化的核心能力!

1、构建行业级AI供应链知识库

将20年真实任务数据沉淀为可检索、可学习、可复用的“创意+供应链”联合知识资产壁垒。

2、打造创意到生产的AI workflow 闭环

用AI驱动趋势分析、KV/产品创意生成、报价提案自动化, 并逐步参与供应链预测、材料趋势分析、成本模拟等模块, 实现从创意到交付的数字供应链的闭环。

3、形成可持续“飞轮式”行业平台

将平台打磨地越用越聪明: 数据再沉淀→模型再优化→应用再扩展, 支持未来SaaS化与产业生态共创。

实施路径：划分三阶段实施方案，逐步实现古德AI数字供应链的各项功能

01

数据治理与知识化阶段

- 清洗20年项目数据，统一元数据标准；
- 建立多模态索引与标签体系，沉淀为六大数据库；
- 以真实项目“任务链”作为知识组织结构，保证可复用性。

02

模型适配与训练阶段

- 基于1200+行业样本进行千样本级微调，覆盖节日/IP/产品材质等高频场景；
- 使用混合精度训练与知识蒸馏，降低训练与推理成本。

03

平台能力落地阶段

- 实现智能检索、智能提案、生产助手、知识顾问、生态拓展五大核心功能；
- 封装一键部署包，支持Docker/K8s云端/本地快速部署；
- 通过内部提案试点进行功能打磨与闭环验证。

古德库的数据源：20年积累大量、真实、有效的任务数据，形成独有的资产壁垒

内部核心数据源

趋势分析报告

- 《捕捉创意灵感》古德趋势报2024.vol.2-CN.pdf
- 《捕捉创意灵感》古德趋势报2024.vol.2-EN.pdf
- 《洞察 中秋 非遗》古德趋势报2024.vol.4-CN.pdf
- 《洞察 中秋 非遗》古德趋势报2024.vol.4-EN.pdf
- 《年度总结与预测》古德趋势报2024.Vol.1-CN.pdf
- 《年度总结与预测》古德趋势报2024.Vol.1-EN.pdf
- 《年度流量之争》古德趋势报2024.vol.6-CN.pdf
- 《年度流量之争》古德趋势报2024.vol.6-EN.pdf
- 《夏日狂想曲》古德趋势报2024.vol.3-CN.pdf
- 《夏日狂想曲》古德趋势报2024.vol.3-EN.pdf
- 《艺术文化流行趋势》古德趋势报2024.vol.5-CN.pdf
- 《艺术文化流行趋势》古德趋势报2024.vol.5-EN.pdf

策略提案



KV设计图库



联名资源库



产品设计方案



产品3D模型



做货参数

过往
规格材质
工期/价格
合作供应商

供应商库

工厂信息
生产品项
历史报价
优势工艺

外部数据

品牌案例

流行产品

行业报告

消费者研究

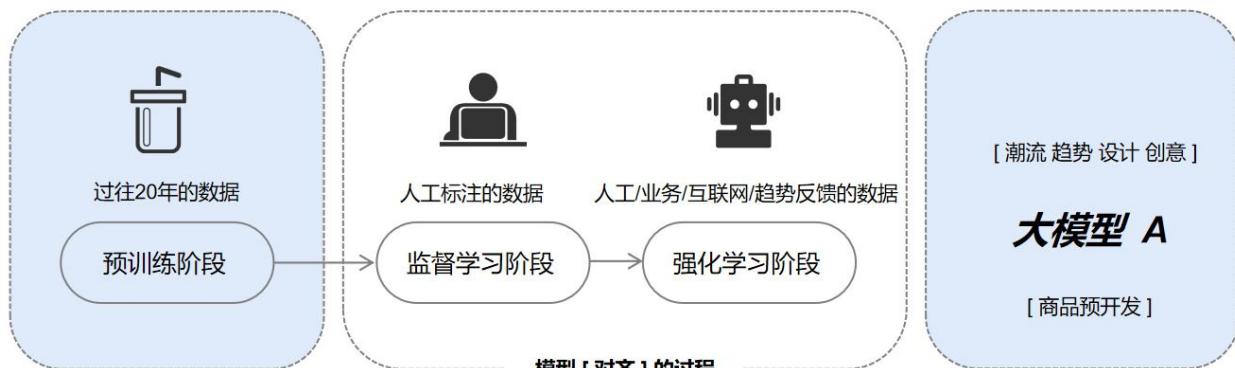
趋势报告

10w+ 图文数据

创意
内容
板块

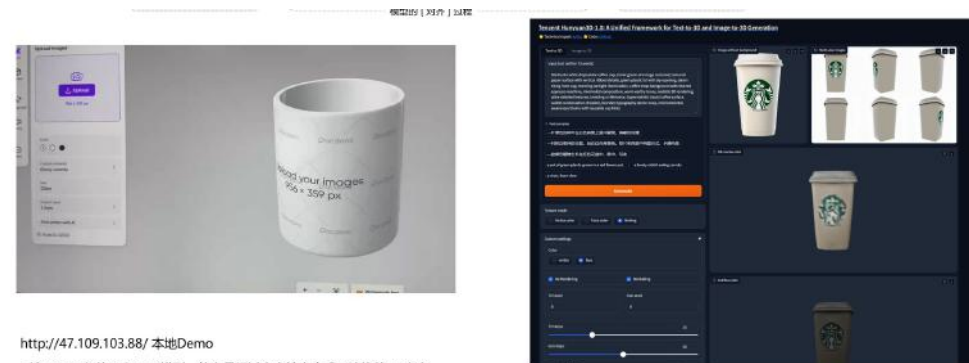
生产
制造
板块

数据预训练阶段：数据结构化处理，搭配人工标注与反馈数据微调



模型 [对齐] 的过程

提前对接工厂的产品库



基于google的Cube 3D模型，能力是通过文字输出生成无污染的3D内容

最宝贵的第一方数据

490ml温柔紫色款不锈钢吸管杯

- 客户名称:
- 档期: 20
- 项目编号: 5
- 产品属性:
- 上市年份:
- 产品材质:
- 规格参数:
- 负责销售:
- 负责设计:
- 负责采购:
- 订单数量:
- 采购价格:
- 大致工期:



各供应商优缺点分析

Analysis of the advantages and disadvantages of each supplier

供应商 A

优点: 与广州美院合作，艺术设计与细节把控有保障；采用光固化3D打印技术，细节精度高；内部玻纤布加树脂加固，产品结构稳定性较好；产品重量较轻，运输难度相对较低。

缺点: 不包安装与运费，需公司自行协调相关事宜，增加项目成本与管理难度；厂房面积相对较小，环境相对较差，人员数量较少，大规模生产能力或有局限。

供应商 B

优点: 生产规模大，厂区面积广、员工数量多，年产值高，具备较强的产能；按工艺分车间且有专门的除尘喷漆漆设施，生产流程规范，产品质量稳定性有保障；以出口为主，或符合较高的国际标准；拥有阿里巴巴超级工厂，品牌与线上业务能力较强。

缺点: 不包安装与运费，增加公司额外成本与工作；环氧工艺为顺带业务，在玻璃钢雕塑的专注度上或不及专门生产玻璃钢的工厂；产品重量相较于供应商A略重，运输成本或有所增加。

供应商 C

优点: 所有工序可自主完成，生产自主性强，能有效把控生产进度与质量；服务意识强，响应速度快（24小时回复、48小时响应），沟通与问题解决效率高；包安装、运费及税费，极大减少公司在项目落地过程中的协调工作与成本投入；老板对结构与工艺了解，且愿意配合优化工艺，项目合作灵活性高；产品包含底座钢板和内部结构，整体结构或更稳固。

缺点: 产品重量达100kg，远超另外两家工厂，虽包含运费，但较重的产品在安装过程中或需更多人力与设备支持；现场作业工人数量相对较少，大规模、紧急订单的交付能力或需进一步评估。

模型与算法结构：高质量训练+轻量化部署，保证模型产出稳定、普适、低成本

1 鲁棒性

硬件自适应，动态调整计算粒度（GPU显存 < 16GB时启用轻量模式）

2 泛化能力

千样本微调，1200+行业样本覆盖节日/IP/产品材质等场景

3 使用便捷性

一键部署包，支持Docker/K8s云端部署

4 算法模型

采用集成开源模型（Gemma 3、Stable Diffusion、腾讯混元3D模型等），适配关键词生成KV、素材自动打标场景

5 性能与算力分析

自动打标准准确率高于85%，减少人工标注工时。
20秒产出KV效果图，设计效率提升。

6 训练与推理成本

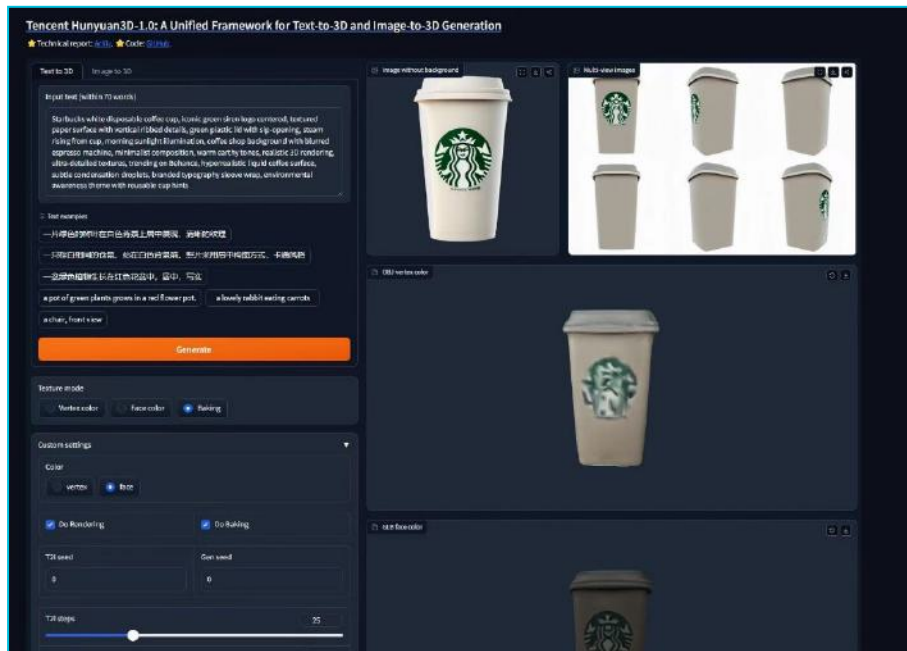
采用混合精度训练，4×A10（24 GB），单次耗时13小时，总耗能280 GPU小时，得益于小样本微调和知识蒸馏技术（蒸馏压缩30%）

关键AI技术：接入成熟大模型，训练创意工作模块自动化



AI智能解析图 ↔ 文字

支持素材结构化、语义理解、自动打标与检索；



AIGC 文字 → 3D模型

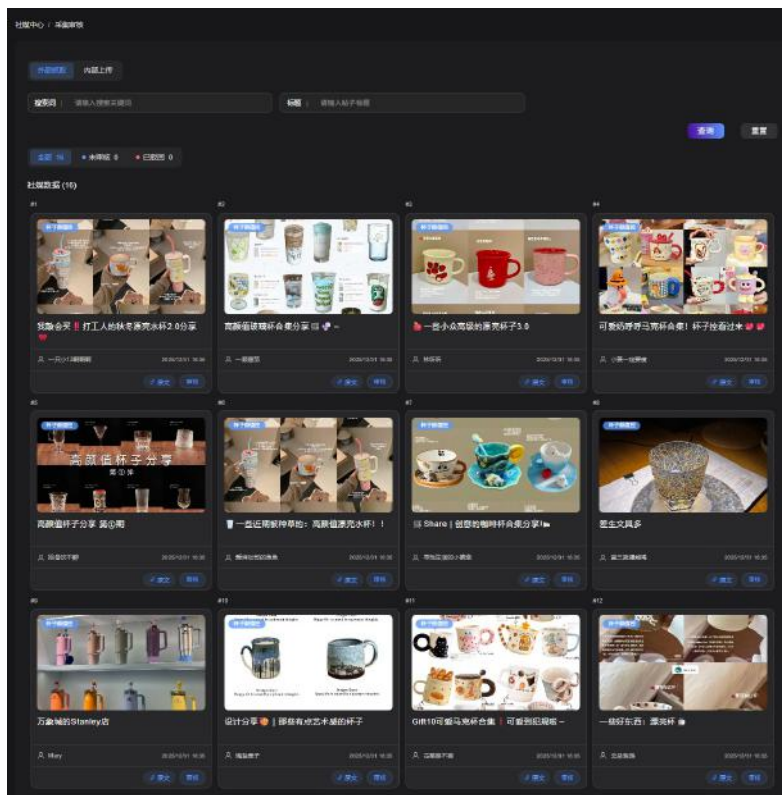
基于关键词快速生成KV视觉与产品创意草案；支持衍生品3D原型快速构建；

市场趋势监测：通过社交媒体的数据构建分析框架反馈到古德库系统，指导选品和结构以及供应链

关键词“杯子颜值控” 抓取执行过程



爬取贴文结果，后人工审核入库



市场流行趋势框架指导选品

一、「限定属性」是用户互动的“流量引擎”

- 数据表现：节日/季节限定款的互动热度显著高于常规款——万圣节限定小熊笔记（如笔记68f8cae）点赞1078+、分享544+（远超其他类型笔记）；圣诞小熊笔记（笔记5fa76f64）点赞29+、评论13+（虽量小但互动率高）。
- 用户动机：限定款的「稀缺性」（限量发售）与「场景仪式感」（如万圣节的“荧光可爱发”、圣诞的“致学乎治愈感”）满足了用户对“独特性”和“节日仪式感”的需求，驱动用户主动分享（“想让朋友知道我抢到了限定款”）。

二、「IP联名」是破圈吸粉的“关键杠杆”

- 数据表现：跨品牌联名款的「传播效率」最高——星巴克×STAYREAL联名小熊笔记（笔记68058a5e）获赞10000+、收藏2568+、分享25000+（小红书TOP级互动）；哈利波特的联名款（笔记692fccc0）虽刚发布，已获1+收藏、2+分享。
- 用户动机：联名IP（如STAYREAL的「MOJO FAMILY」、哈利波特的「西大学院」）实现了“星巴克粉丝+IP粉丝”的双向破圈，用户为“IP情怀+小熊萌趣”买单（“STAYREAL的胡萝卜元素太戳我了！”）。

三、「实用+颜值」是用户付费的“核心决策点”

- 数据表现：实用款小熊（如保温杯、马克杯、行李牌）的「收藏量」显著高于纯颜值款——保温杯笔记（笔记68058a5e）收藏51+、马克杯笔记（笔记611d20f5）收藏39+（均高于常规挂件的收藏量）。
- 用户动机：用户对周边的需求已从“装饰”升级为“功能+情感”——“保温杯的胡萝卜杯盖可爱，保温效果也不错”（笔记68058a5e）、“行李牌上有熊店长，好看又实用”（笔记68058a5e），说明“能日常使用”是用户愿意支付溢价的关键。

四、「经典款」存在未被解决的“使用痛点”

- 数据表现：经典款小熊（如传统陶瓷马克杯）的「评论区负面反馈」集中——笔记611d20f5提到“经典马克杯有点头重脚轻”，虽点赞29+但评论19+（用户更关注使用体验）。
- 用户动机：经典款的“萌趣设计”仍有吸引力，但“实用性缺陷”（如陶瓷易摔、重心不稳）降低了用户的复购意愿，需通过工艺优化解决痛点。

五、「互动数据」反映用户的“传播偏好”

- 分享率：限定款（如万圣节）的分享率（分享量/点赞量）达50%+（544/1078），说明用户更愿意主动传播“稀缺/有仪式感”的内容；
- 收藏率：实用款（如保温杯）的收藏率（收藏量/点赞量）达47%（51/108），说明用户会为“长期有用”的内容保留关注；
- 评论率：经典款（如马克杯）的评论率（评论量/点赞量）达65%（19/29），说明用户更愿意反馈“有使用痛点”的产品。

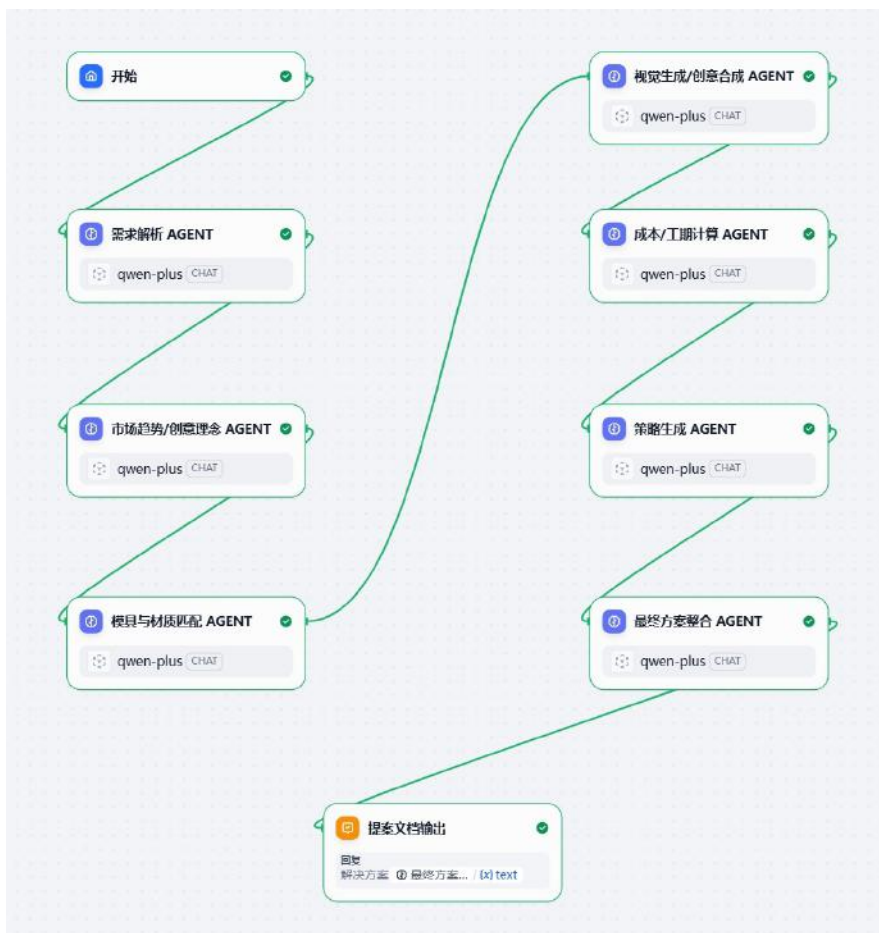
总结：
星巴克小熊周边的核心竞争力是**“萌趣设计与用户需求的精准匹配”**，而用户愿意为「限定/联名」的稀缺性、「实用+颜值」的双重价值，支付溢价。未来优化需聚焦：

- 强化限定款的“场景仪式感”；
- 深化高匹配度IP联名；
- 解决经典款的使用痛点；
- 持续推出“实用+萌趣”的组合型产品。

1. 「限定款」：强化节日主题，增加“互动感”
 - 设计方向：在万圣节、圣诞等节日推出「可DIY」的小熊周边（如南瓜桶盒配贴纸），或「带隐藏功能」的款式（如荧光可爱鬼挂件）。
 - 落地建议：2026年万圣节可推出「小熊+女巫帽」组合，增加“发光”或“发声”功能，提升用户互动体验。
2. 「联名款」：选择高匹配度IP，深化“故事性”
 - 合作方向：优先选择「年轻化、有故事感」的IP（如LINE FRIENDS、三丽鸥），结合小熊设计「主题化场景」（如LINE FRIENDS的「森林野餐」、三丽鸥的「Hello Kitty下午茶」）。
 - 落地建议：2026年春季可与LINE FRIENDS联名，推出「小熊+布朗熊」的咖啡壶造型保温杯，杯身印“森林冒险”标签，吸引年轻用户。
3. 「实用款」：提升功能细节，满足“场景化”需求
 - 优化方向：针对「通勤」「户外」「居家」三大场景，设计不同功能的小熊周边：
 - 通勤：推出「轻量保温杯」（≤300g），带“一键开瓶”和“杯套挂绳”；
 - 户外：推出「防摔吸管杯」（TRITAN材质），印“运动小熊”图案；
 - 居家：推出「小熊造型收纳盒」（可放茶叶/零食），结合“软萌”与“实用”。
4. 「经典款」：优化材质与工艺，降低“使用痛点”
 - 改进方向：针对用户反馈的“头重脚轻”“陶瓷易摔”问题，经典马克杯可采用「底部加重设计」或「强化陶瓷」（如骨瓷），提升稳定性；毛绒公仔可增加「可拆洗内胆」，解决“难清洁”问题。
5. 「销售策略」：利用会员体系，制造“稀缺感”
 - 运营建议：对限定款和联名款采用“会员优先购”（如星星钻星会员提前1天购买）、“限购1件”策略，强化“稀缺性”；同时推出「买周边送饮品券」活动（如买小熊挂件送5元咖啡券），提升连带销售。

RootUser_2104478952 @user4065117433 12-04 22:37
从刚才附件上传数据进行分析，有那些洞察

平台可持续性：从单点能力到生态创新，驱动产业链共赢



01 AI 智能体嵌入 workflow

逐步实现多模块工作协同，支持趋势分析、创意生成、报价数据、整合提案、供应商匹配等的自动化闭环。

02 平台 SaaS 化

将古德库的功能产品化，未来演进为行业级智能平台，具备商业化和跨行业服务潜力。

03 产业链整合

邀请外部设计师、供应链与生态伙伴加入，共同构建创意生产力平台。

总结：平台逐步形成飞轮效应，AI数字供应链平台将“越用越聪明”

数据沉淀
20年任务数据与案例积累
构建独有知识资产



智能 workflows
覆盖检索、创意、数据、
提案的全链路流程



数据再沉淀

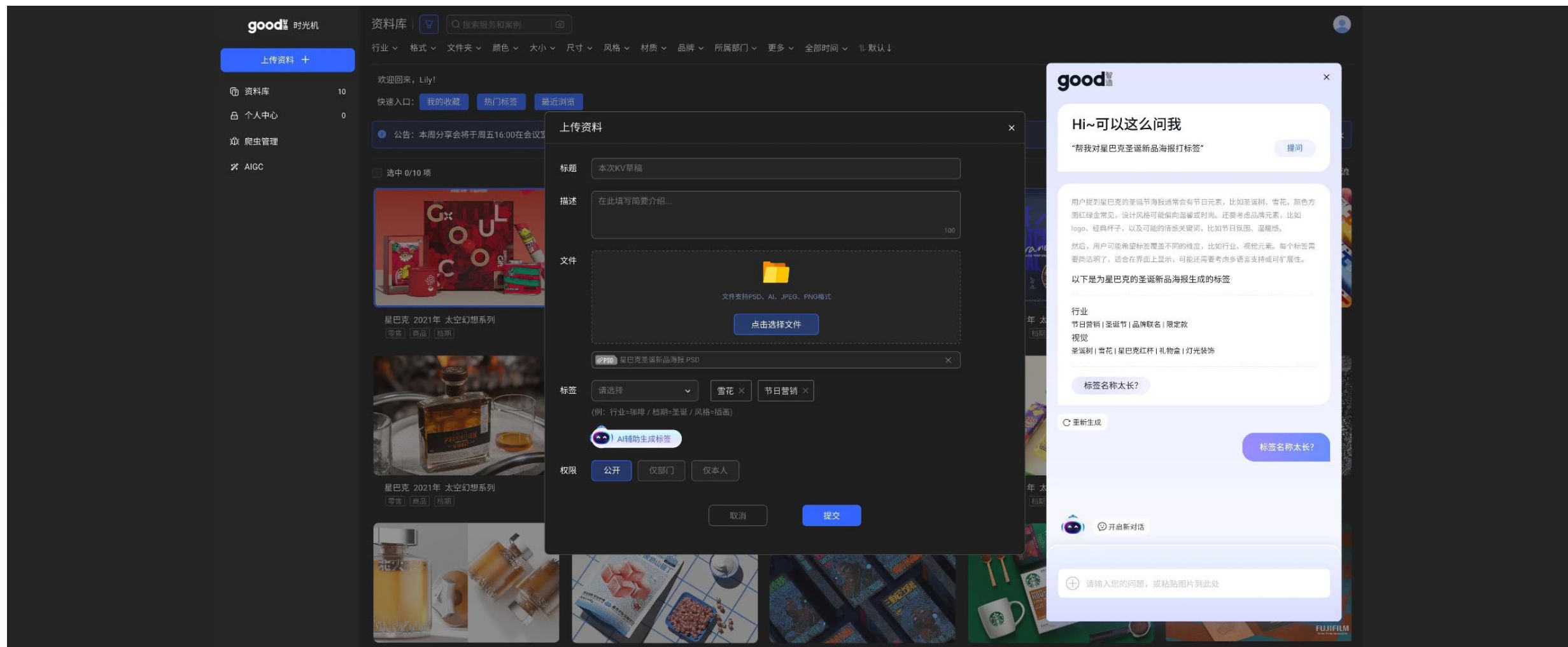
每一次使用结果反哺系统，
使平台“越用越聪明”

应用落地

广泛应用于品牌提案
选品推荐、趋势洞察等场景

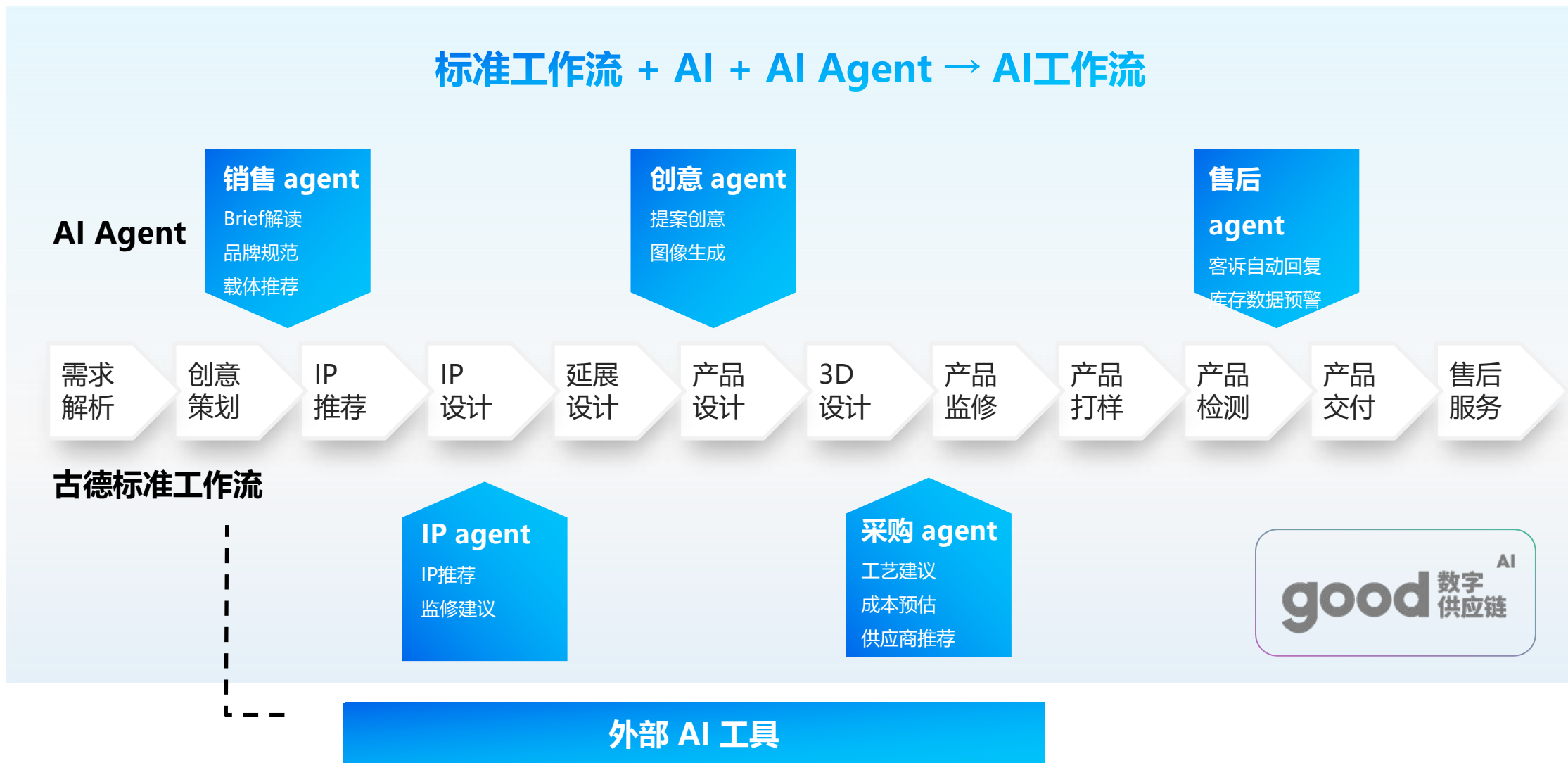


我们没有让 AI 取代人，而是让 AI 放大 20 年沉淀的经验，变成一个随时可以调用的基座系统

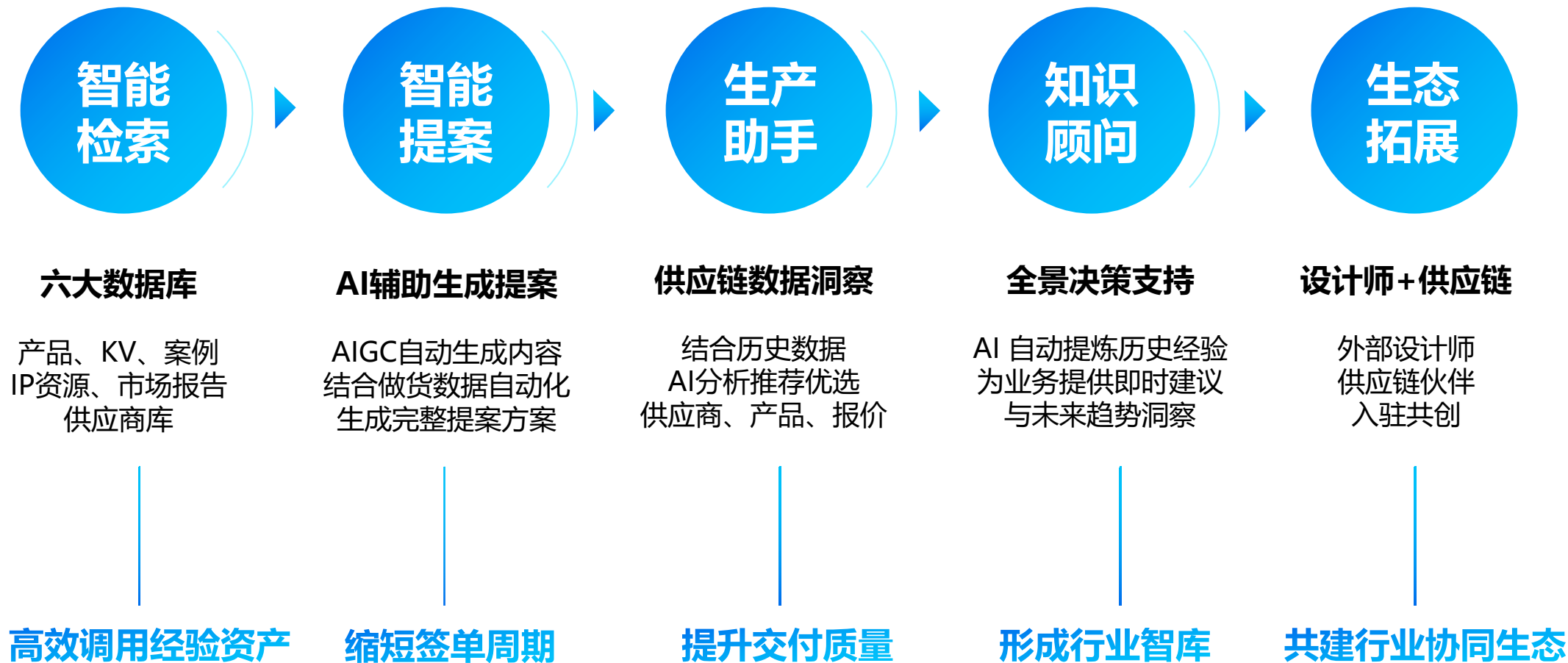


构建AI workflow, 从“单点提效”到人机共驾的“全链路协同”

标准 workflow + AI + AI Agent → AI workflow



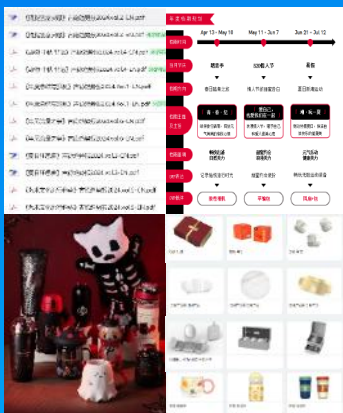
平台功能设定：5大核心功能，驱动创意、提案、决策、生产升级



核心差异化：区别于 DAM 与通用 AI，古德库带动制造行业智能化升级



独有数据壁垒



沉淀20年真实任务数据
方案/素材/供应商/报价/磨具等



成果导向闭环



覆盖完整工作链路
趋势→创意→提案→报价
→生产→交付



可量化业务价值



缩短项目周期、提升中标率
每个项目成果都沉淀为可复用资产



平台生态与潜力



设计师入驻、供应链打通
逐步演进为行业级 SaaS 平台

在内部提案场景试点，平台带来显著人效，缩短客户决策周期

60%

创意内容产出效率提升

2倍

人均提案数量提升

30%

重复素材复用率

结合古德库能力：3人团队，2~4天完成

V.S

原提案周期：调动8人团队，一周完成

市场洞察



趋势分析



KV设计



产品设计



供应链管理



整合营销

员工反馈

以前要翻好几百页文件，现在只要输入关键词就能找到类似案例，提案效率高了不止一倍！



古德设计师

平台为销售和设计人员快速推品、找准风格方向，提高中标能力

客户需求

Brief

某三线城市茶饮品牌需要筹备**中秋节档期营销**，既要有传播主题，又要有完整的周边规划体系。

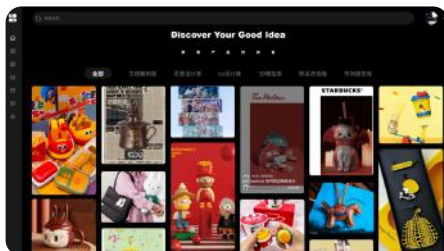
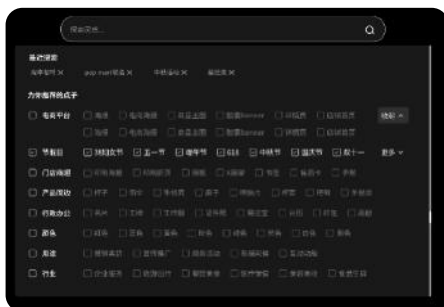
特点

周期紧、预算有限

古德库应用

step1: 智能检索

调取过往茶饮/节日案例



step2: 选品推荐

根据过往做货数据，选取符合预算的产品，一键导入PPT模版生成选品推荐方案



step3: 数据辅助决策

结合热搜推荐“国漫IP+中秋节”元素



step4: 创意生成

输入关键词快速生成 KV 示意图



成效

1. 选品方案制作周期由4天缩短至2天;
2. 设计方案制作周期由2周缩短至一周;
3. 首轮沟通客户即选中意向产品，减少至少2轮修改。

客户反馈

产品方案交付速度很快，初稿就让我们找到了想要的感觉，比预期节省了很长时间。



茶饮品牌市场负责人

行业认可：2025年世界人工智能大会，荣获BPAA全国二等奖；TMA荣获年度最佳AI创新平台

BPAA全球应用算法模型实践典范大赛，作为世界人工智能大会 (WAIC) 的重要品牌赛事之一，立足人工智能发展前沿，力图以评促优，通过赛事活动助力算法产业集群打造和算法生态建设。

经过激烈角逐，由古德自主研发的“古德库-数字内容供应链平台”项目荣获大赛二等奖，同时也是AI+商业营销赛道银奖。



BPAA 应用算法大赛 全国二等奖
商业价值赛道 银奖

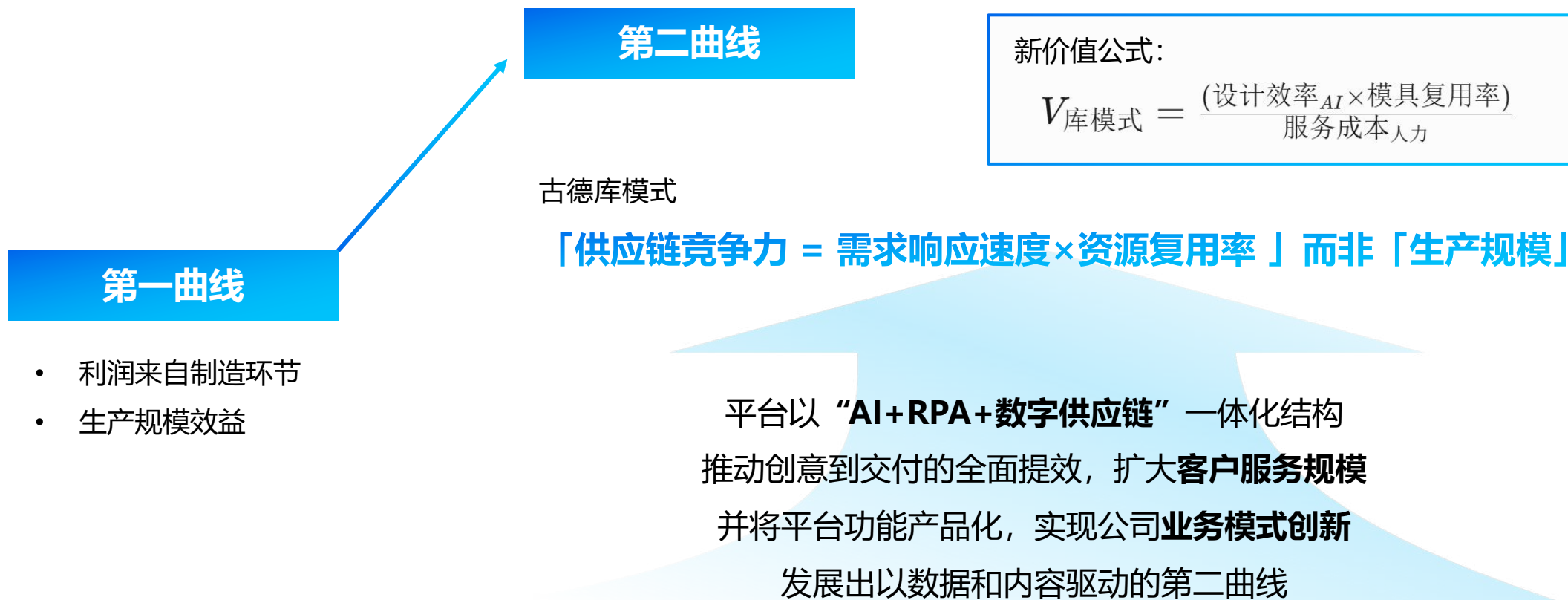


TMA (Top Mobile&AI) 大奖创办于2014年，由网赢天下网、广州4A联合主办，网易传媒独家战略合作，北京智捷天成公关咨询有限公司承办，是中国第一个聚焦移动和AI领域的专业营销奖项。

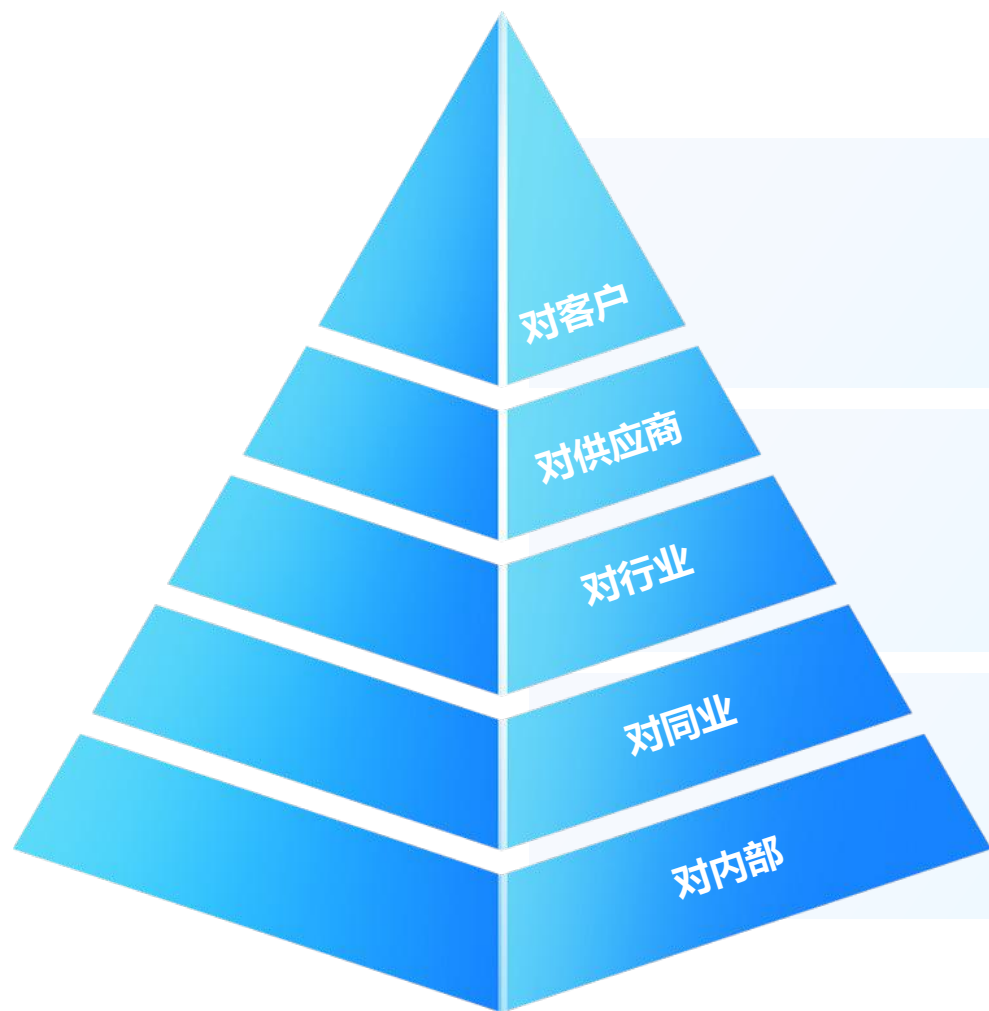
平台荣获第12届TMA“年度最佳AI创新平台”，标志着古德库在AI技术能力与实际应用层面均获得行业权威验证，体现了其在真实业务场景中的持续价值与成长性。



营收能力：古德库不仅内部效率赋能，更为企业发展出第二增长曲线



古德AI数字供应链：用AI重塑创意与供应链，推动行业走向智能化未来



古德AI数字供应链平台能力

构建可持续迭代的数字化供应链能力

AI 将逐步参与供应链预测、材料趋势分析、成本模拟等战略模块，帮助我们在复杂链路中做更快、更稳的决策，为客户带来更高的可控性与竞争力。

AI 成为“创意与产品创新引擎”

我们把 AI 视为新的创意基础设施，用来重构从洞察、灵感到产品概念生成的前期流程，让团队在更短时间内探索更广的设计可能性，实现创意产能的倍增。

以 AI 重组20年经验，构建智能内容资产体系

推进内容资产的数字化与智能化，把过往海量项目经验沉淀为可被 AI 调用的知识库，让组织能够以更高效率、更低路径依赖去复用经验、构建品牌解决方案。