

AI 跨境行銷

內容與素材整合

從零到完成：商品文案 × EDM × 多語系 × 行銷海報

1 小時實戰課程 · 60 頁完整教材

講師：許嘉泰 (AI 許願師)

ChatGPT

Moonland

GPT Image 2

Nano Banana

Canva

課程導入與商品文案

UNIT 1 · Onboarding & Product Copy

跨境痛點、AI 工具地圖與 Prompt 黃金四要素

商品文案黃金結構 + 錯誤 vs 正確示範

本單元結束畫面：SLIDE 21「完成你的第一份商品文案」

講師簡介



01

職場經歷

104人力銀行、保德信人壽、旭聯科技、Salesforce代理商
台灣理光、微星科技

02

相關證照

CSM 敏捷專案證照、PMP、乙級就業服務技術士、iPAS AI應用規劃師中級
AWS (AIF-C01)、Generative AI Foundations、AI 辦公室應用認證進階
CSO 企業服務長、WBSA企畫師證照、Salesforce ADM 201、DP 900
ITS Python、ITS Cybersecurity、CISCO CCST Cybersecurity、MCSE
iPAS AI應用規劃師、ITS AI、ITS 運算思維、AI 900、人工智慧工程素養認證
生成式AI認證(資策會發照)、生成式AI中級美術設計能力認證、N8N level 1
威力導演CCA、CCP認證、Adobe Photoshop ACP、Google level 1

個人專長

企業顧問/職能訓練、團隊激勵
企業線上課程導入與課程製作、產品行銷卡通動畫影片製作
網頁設計、WordPress網站建置、AIGC生成式AI、CANVA、AI自動化、剪映
授課專長: 簡報製作職場高效工作術、動畫輕鬆學、專案管理、心智繪圖、
免費雲端工具應用、威力導演輕鬆學、Notion、手機影片剪輯、線上課程製作

03

講師與顧問相關經歷

岱科斯顧問有限公司 AI 事業部經理
全人學習多元領域發展協會專業顧問
資策會生成式AI認證講師
中國生產力、ITBS國貿學苑、金門策進會、台北市商會特約講師
文化推廣部、北商推廣部、世新推廣部、東吳推廣部、彰師大推廣部講
師、中小企業組織學習專案數位學習輔導業師

04

AI 許願師・嘉泰老師：五大 AI 賦能核心領域

核心教學理念：「AI 不是取代人，而是放大個人能力的工具」



1 AIGC 工具教學

讓 AI 成為每個人的創作工具

直接教「怎麼用、用在哪」，不談深原理。

核心價值：「人人都能用 AI 產出內容」



5 自媒體短影音 × AI 創作

用 AI 打造可持續輸出的內容體質

涵蓋腳本、畫面、配音到字幕的 AI 輔助流程。

核心價值：「不是爆紅一次，而是穩定產出」

2 AI 證照考證輔導

將 AI 能力變成有公信力的職場資本
輔導 iPAS、資策會等專業 AI 證照。

核心價值：「學 AI，不只是會用，還能被證明」



3 自動化教學

(Automation & AI Agent)

把重複工作交給 AI，把時間還給人

整合 Make、n8n 等工具，自動化處理繁瑣事務。

核心價值：「讓 AI 幫你做事，而不是多一個要學的工具」



4 Vibe Coding (直覺式程式創作)

不寫程式碼，也能「做出東西」

適合非資訊背景，強調從想法到成品的創作過程。

核心價值：「程式不是門檻，而是創作工具」



嘉泰老師的AI雲端世界：社群媒體全攻略



1 YouTube 頻道

訂閱頻道，觀看最新的
AI 工具教學與實作影片。

youtube.com/@chiatai-hsu



2 Facebook 公開社團

加入「嘉泰老師的AI雲端世界」
公開社團，與同好交流 AIGC
新知與應用。

社團搜尋：嘉泰老師的AI雲端世界



3 LINE 社群 | AI考證學院

歡迎加入 AI 考證學院
Line 社群，掌握考證資訊
與學習交流。

reurl.cc/RLyla9



4 LINE 社群 | 嘉泰老師的AI雲端世界

加入 Line 社群，獲取即時
資訊、實戰分享與教學交流。

reurl.cc/L2ME74



5 官網

整合課程、服務、教學資源
與最新資訊，歡迎前往瀏覽。



chiatai520.com



6 粉絲團 & 聯絡方式

AI許願師嘉泰老師粉絲團

facebook.com/chiatai520/

Email : chiatai.hsu@gmail.com

reurl.cc/oVmdaQ



圖解iPAS AI應用規劃師初級得分關鍵含AIE國際認證



<https://reurl.cc/QNNN6q>



跨境電商的真實痛點

Three Pain Points That AI Solves

KEY POINTS · 知識點

01

文案產出慢：一款商品要寫 5–10 種版本，英文文案寫完自己都看不下去

02

翻譯品質不穩：找翻譯公司很貴，用 Google 翻譯又怪怪的，常翻出怪句

03

設計外包貴又慢：一張 Banner 要 800–2000 元，做十款商品就要兩萬

INSIGHT · 三個痛點，今天我們都會用 AI 解決，而且成本接近零。

本課程三大產出目標

Four Real Deliverables You Will Take Home

KEY POINTS · 知識點

01 完整商品文案 (含標題、五大賣點、詳細描述、CTA)

02 EDM 行銷信 + B2B 開發信 (中英雙版本)

03 多語系文案 (英、日、東南亞語系)

04 一張完整行銷海報 (Canva 實作 PNG)

DELIVERABLES · 四項產出對應真實工作場景，下課即可直接用。

課程使用的 AI 工具地圖

Three Categories · Five Tools

KEY POINTS · 知識點

- 文案類：ChatGPT — 負責所有文字產出與提示詞優化
- 圖像類：Moonland、GPT Image 2、Nano Banana — 三款 AI 生圖工具
- 整合類：Canva — 把文字 + 圖片組成最終成品

工具不是重點，「提示詞」才是。同一個 Canva，會下指令的人做出來像專業設計師。

為什麼提示詞 (Prompt) 是核心能力

Prompt Engineering = Your Output Quality

KEY POINTS · 知識點

- AI 的輸出品質 = 你的 Prompt 品質
- 同一個 ChatGPT，不同人用，效果差 10 倍
- 「提示詞工程」是 2026 年最有價值的職場技能之一

你跟新進員工說「你去做」他能做出什麼？必須告訴他 角色 + 任務 + 格式 + 語氣。

Prompt 黃金四要素總覽

The 4-Element Framework：今天會用幾十次

KEY POINTS · 知識點

R

Role 角色：告訴 AI 它是誰（例：你是資深電商文案）

T

Task 任務：告訴 AI 要做什麼（例：寫一篇商品描述）

F

Format 格式：告訴 AI 怎麼呈現（例：標題 + 三段落 + CTA）

T

Tone 語氣：告訴 AI 用什麼風格（例：專業但親切）

情境設定：今天我們是跨境賣家

Three Sample Products Used Throughout the Course

KEY POINTS · 知識點

- 藍牙耳機 — 代表 3C 類，主打降噪與長續航
- 手沖咖啡豆 — 代表食品類，主打單品莊園精品
- 商務背包 — 代表生活用品類，主打通勤與差旅兩用

這三類涵蓋了 90% 電商賣家的商品型態，可對照範例 Prompt 改寫成你自己的商品。

AI 協作的正確心態

Mindset Shift：從文案執行者 → 文案總監

KEY POINTS · 知識點

- AI 不是「取代你」，而是「放大你」
- 你提供方向與品味，AI 提供速度與量
- 最後的判斷與微調，永遠是「人」的工作

你的角色從「文案執行者」升級為「文案總監」，這個身份轉變才是 AI 時代真正的價值。

PRACTICE #1 · 實作提醒

打開你的工具：開始上課前的準備

Pre-class Setup

KEY POINTS · 知識點

- 請打開 ChatGPT (免費版或 Plus 版皆可)
- 請註冊 Canva 帳號 (免費版即可完成本課程)
- 準備一份你自己想推的商品 (如沒有，使用今日範例：耳機)

STUDENT TASK · 學生實作

- 1 打開 ChatGPT 網頁版或 App 版，登入帳號
- 2 前往 canva.com 註冊免費帳號 (不用付費)
- 3 心裡選好一款商品，可以是你自己賣的、或從今日範例三選一
- 4 確認以上三項都備妥，準備進入第二部分

文案生成的三大場景

Product Copy / EDM / B2B Cold Email

KEY POINTS · 知識點

1

商品文案：放在電商平台（Shopee、Amazon、官網）的商品介紹

2

EDM 文案：寄給既有客戶的促銷信（B2C，目標：再買一次）

3

開發信：寄給潛在客戶 / 批發商的商務信（B2B，目標：敲開大門）

三種文案目標不同、語氣不同、結構也不同 → Prompt 必須分開設計。

商品文案的黃金結構

The 4-Block Formula That Actually Sells

KEY POINTS · 知識點

T

標題 Title：吸引點擊（含關鍵字 + 利益點）

B

五大賣點 Bullets：用條列方式讓客戶 3 秒看懂

D

詳細描述 Description：說故事、解決痛點、建立信任

C

CTA 行動呼籲：告訴客戶「現在就買」

這個結構先記住，等一下 Prompt 就照這個結構下指令。

Prompt 錯誤示範：商品文案

為什麼 AI 給你的文案這麼平庸？

KEY POINTS · 知識點

- 沒有「角色」設定 → AI 用最安全模式回應
- 沒有「目標客群」→ 通勤族 vs 健身族要的賣點不同
- 沒有「格式」規範 → 產出結構鬆散
- 沒有「語氣」指定 → 文字平淡、沒有差異化
- 結果：產出像 Google 隨便搜得到的一百篇通用文案

WRONG · 錯誤示範



PROMPT

幫我寫藍牙耳機的商品文案。

Prompt 正確示範：商品文案（藍牙耳機）

套用四要素 → 產出立刻翻倍

KEY POINTS · 知識點

- 「10 年經驗的電商文案專家」→ 切換 AI 到專業模式
- 產品三大特色具體化 → AI 有素材可發揮
- 目標客群與市場 → 方向更精準
- 格式編號列出 → AI 乖乖照做
- 「不要過度誇張」→ 避免 AI 寫出空話

CORRECT · 正確示範

PROMPT

你是一位有 10 年經驗的跨境電商文案專家。
請為一款主打「主動降噪、40 小時續航、
IPX5 防水」的藍牙耳機，撰寫完整商品文案。

目標客群：25–40 歲通勤上班族、健身愛好者
目標市場：台灣電商平台

請依以下格式輸出：

1. 商品標題（含 SEO 關鍵字，30 字內）
2. 五大賣點（條列，每點 1 句，emoji 開頭）
3. 詳細描述（200 字，說故事方式）
4. 行動呼籲 CTA（2 句，含限時優惠）

語氣：專業但親切，帶一點生活感，
不要過度誇張

Prompt 優化技巧（一）：加入「禁止項」

Tell AI What NOT to Do

KEY POINTS · 知識點

- AI 預設愛用浮誇詞 → 不阻止它就會一直用
- 「最」字在跨境平台常被下架，必須禁止
- 簡體用語會出現是因 AI 訓練資料含中國內容
- 明確列禁止事項 → 產出更貼近品牌調性
- 效果：產出立刻從「機器味」變「專業味」

PRO · 加強版 Prompt

PROMPT

(接續上一頁的 Prompt)

禁止事項：

- 不要使用「最強」「頂級」「震撼」等誇張詞
- 不要重複使用同一個形容詞超過 2 次
- 不要寫超過產品實際規格的功能
(例如「治療失眠」)
- 不要使用簡體中文用語
(如「視頻」「質量」)

Prompt 優化技巧（二）：給範例 Few-shot

Show AI the Style You Want

KEY POINTS · 知識點

- Few-shot = 給 AI 看範本，它就會模仿風格
- 適用場景：當你的品牌有獨特語氣時
- 範例可從你過去寫得好的文案中挑選
- 比解釋一百次「我要文青風」都有效
- 效果：產出風格高度貼近你的品牌

FEW-SHOT · 範例驅動

PROMPT

你是文案專家，請為「單品莊園咖啡豆」寫商品描述。

請參考以下風格範例：

「清晨，從一杯咖啡開始。我們的豆子來自衣索比亞耶加雪菲，海拔 1900 公尺的山風，讓每一顆豆子都帶著花香與柑橘的尾韻。沖一杯，閉上眼，山就在你面前。」

請用相同的「散文式、感官描寫」風格，為「哥倫比亞水洗豆、蜂蜜與堅果調性」寫一段 150 字的描述。

Prompt 優化技巧（三）：迭代修改

Three Magic Phrases for Iteration

KEY POINTS · 知識點

- 第一次產出 ≠ 最終版本，AI 需要「指導」
- 魔法話 1：「請改得更...」（更口語、更年輕）
- 魔法話 2：「保留 A，把 B 換成 C」
- 魔法話 3：「再給我 3 個版本」
- 透過 2-3 輪對話，達到 80 分以上水準

ITERATE · 迭代指令

PROMPT

第一輪修改：

「第三段描述太平淡，請改得更有畫面感，
加入沖泡時的香氣與口感描寫，
但保留前兩段不變。」

第二輪修改：

「請給我 3 個不同版本的標題，
一個強調產地、一個強調風味、
一個強調手沖適配性。」

第三輪修改：

「五大賣點裡的第二點跟第四點意思太接近，
請把第四點改成跟『包裝設計』有關的賣點。」

PRACTICE #2 · 實作提醒

完成你的第一份商品文案

Your First Real Deliverable

KEY POINTS · 知識點

- 從三款範例中選一款，或用你自己的商品
- 完整跑完 Prompt → 產出 → 修改 → 定稿的流程
- 把最終版本存到 Word 或記事本，等一下會用到

STUDENT TASK · 學生實作

- 1 選定一款商品，套用 Prompt 四要素寫完整 Prompt
- 2 丟進 ChatGPT 執行第一輪產出
- 3 用迭代技巧（請改得更.../保留 X 換 Y/給我 3 版）修改一次
- 4 把定稿的「標題+五大賣點+描述+CTA」複製到記事本存好

EDM 與多語系內容

UNIT 2 · EDM & Multilingual Content

EDM 三段式結構、喚回信與 B2B 開發信

英文 / 日文在地化與東南亞批次多語系

本單元結束畫面：SLIDE 36「多語系產出練習」

EDM 文案的核心目標

EDM ≠ Product Copy : 客戶關係的維繫信

KEY POINTS · 知識點

- EDM = Electronic Direct Mail · 電子行銷信
- 對象：已經買過你東西、或留過 Email 的「既有客戶」
- 目標：讓客戶「再次回購」或「點擊進站」

EDM 不是廣告信，它是「客戶關係的維繫信」，這個心態調整好，文案自然就寫對了。

EDM 的三段式結構

Subject → Hook → Body + CTA

KEY POINTS · 知識點

S

主旨 Subject：決定客戶開不開信，最關鍵（影響開信率 20% → 40%）

H

開頭破冰 Hook：30 字內勾住注意力（用問句、數字、或情境句）

B

主體 + CTA：給優惠、給理由、給連結（按鈕文字要具體）

CTA 不要寫「了解更多」，要寫「立即享 8 折」、「搶限量 50 組」這種具體誘因。

Prompt 錯誤示範：EDM 文案

為什麼客戶看了三秒就刪掉？

KEY POINTS · 知識點

- 缺少：客戶輪廓（新客 vs 舊客？）
- 缺少：寄送目的（促銷？喚回？新品？）
- 缺少：優惠內容（折扣？贈品？免運？）
- 缺少：品牌語氣
- 結果：AI 寫出像「廣告傳單」而非「客戶溝通信」

WRONG · 錯誤示範



PROMPT

幫我寫一封藍牙耳機的 EDM。

Prompt 正確示範：EDM（喚回信）

把「客戶狀態」寫具體 → AI 立刻調整語氣

KEY POINTS · 知識點

- 「3 個月未回購」→ AI 切換成「喚回信」語氣
- 優惠條件具體（9 折、7 天、折扣碼）→ AI 有素材
- 禁止「親愛的顧客您好」→ 強制保留「人味」
- 主旨給兩版 → 你可挑或繼續迭代
- 效果：信讀起來像「人寫給人」，不是「公司寫給客戶」

CORRECT · 正確示範

PROMPT

你是精通 email 行銷的電商文案專家。
請為「曾購買過藍牙耳機、3 個月未再回購」
的會員，撰寫「新色上市+會員專屬 9 折」EDM。

商品：藍牙耳機新增「霧灰、奶茶、墨綠」三色
優惠：會員專屬 9 折，效期 7 天，碼 RETURN10

格式：

1. 信件主旨（兩個版本，每個 20 字內）
2. 開頭破冰句（30 字內，要有畫面感）
3. 主體段落（150 字，提及新色+優惠）
4. CTA 按鈕文字（10 字內，2 個版本）

語氣：像老朋友寫信、輕鬆但不失專業

禁止：制式問候語（如「親愛的顧客您好」）

開發信 (B2B Cold Email) 的 Prompt 設計

目標：不是直接成交，是「敲開大門」

KEY POINTS · 知識點

- EDM vs 開發信目標不同：開發信是「約上會議」
- 明確指定「英文」→ 開發信通常寄海外
- 加入「我方背景」→ AI 才能建立信任感
- CTA 寫具體：「30 分鐘線上會議」非「期待回覆」
- B2B 模板可重複使用，改背景就能套用

COLD EMAIL · B2B 開發信

PROMPT

你是有跨境 B2B 經驗的業務開發員。
請為「精品咖啡豆，主打單品莊園」的產品，
撰寫一封寄給「美國精品咖啡店採購」的
開發信 (cold email)。

我方背景：台灣精品咖啡烘焙廠，每月烘豆量
2 噸，合作夥伴包含 3 家米其林餐廳。

請依以下格式（英文撰寫）：

1. Subject Line（兩版，每版 10 字內）
2. Opening（破冰，提及對方，避免群發感）
3. Value Proposition（兩段）
4. Specific Ask（30 分鐘線上會議）
5. Signature（簡短專業）

語氣：專業、直接、不卑不亢

禁止：過度推銷詞、誇張形容詞、群發式開頭

Prompt 優化技巧（四）：客戶角度反思

讓 AI 自己當「收信人」做檢查

KEY POINTS · 知識點

- 高手寫 Prompt：寫完 + 收信人視角檢查
- AI 會自己挑出「太推銷」、「太老套」的句子
- 實測：回信率從 2% 拉到 8%，4 倍提升
- 可用於商品文案、EDM、開發信、社群貼文
- → 萬用技巧，加上「請站在客戶角度檢查」

REFLECT · 反思指令

PROMPT

（在原本 Prompt 後面加上這段）

完成草稿後，請以「美國精品咖啡店採購」的角度，回答以下問題：

1. 這封信我會在 3 秒內刪掉嗎？為什麼？
2. 哪一句話最能引起我的興趣？
3. 哪一句話讓我覺得是「群發信」？
4. 根據以上反思，請給我「優化版本」

PRACTICE #3 · 實作提醒

實戰演練：EDM 文案（咖啡豆會員信）

情境：母親節檔期

KEY POINTS · 知識點

- 情境：母親節檔期，會員促銷信
- 商品：咖啡豆禮盒組
- 優惠：滿 2000 送精品手沖杯

PROMPT · 提示詞範例

你是精通會員行銷的咖啡品牌文案。為「母親節檔期」設計一封 EDM，寄給「過去半年內購買過咖啡豆的會員」。

商品：母親節限定禮盒（兩款單品豆+手沖濾杯） 優惠：滿 2000 送日本製手沖杯（限量 100 組） 活動期：5/1-5/12

格式：1. 主旨（3 版，要有「為媽媽選一杯好咖啡」的情感連結） 2. 開頭破冰（用情境描寫，不用問候語） 3. 主體（120 字，連結「咖啡+媽媽+禮物」） 4. CTA（2 版）

語氣：溫暖、有故事感、不過度煽情 禁止：「親愛的會員」、「母親節快樂」開頭

STUDENT TASK · 學生實作

- 1 複製下方 Prompt 到 ChatGPT
- 2 執行後檢查產出，特別看「主旨」夠不夠吸引人
- 3 用迭代指令請 AI 再給 3 個主旨版本
- 4 把最滿意的主旨 + 內文存到記事本

多語系內容的核心挑戰

Translation ≠ Localization

KEY POINTS · 知識點



直譯：「下殺 5 折」→ Kill down 5 fold (外國人看不懂)



直譯：「爆款」→ Explosion Model (笑死人)



在地化：「下殺 5 折」→ 50% OFF / Half Price



在地化：「爆款」→ Best Seller / Trending

多語系不是「翻譯」，是「在地化」，重點不是字面精確，是「文化貼地」。

Prompt 錯誤示範：多語系翻譯

為什麼英文翻完讀起來像 *Google 翻譯*？

KEY POINTS · 知識點

- AI 進入「字面翻譯模式」
- 文法 100 分，銷售力 0 分
- 失去英文行銷文案的「銷售動詞」
- 失去英文母語者的慣用感
- 其實 AI 會這些，但你沒叫它做「行銷文案翻譯」

WRONG · 錯誤示範

PROMPT

請把這段中文翻成英文：

「這款耳機讓你在通勤路上享受寧靜」

→ AI 產出：

"This earphone lets you enjoy quietness
on your commute"

Prompt 正確示範：英文在地化

用「改寫」取代「翻譯」

KEY POINTS · 知識點

- 「改寫」不用「翻譯」→ AI 切換到文案模式
- 「Amazon 商品頁風格」→ 目標讀者明確
- 「字數：英文約原文 1.2 倍」→ 控制長度
- 「結尾加一句 punchy slogan」→ 英文文案精髓
- 美國市場 Prompt 模板，可重複使用

CORRECT · 正確示範

PROMPT

你是有美國電商實戰經驗的雙語文案。
請將以下中文商品文案，「改寫」成符合
美國消費者閱讀習慣的英文行銷文案
(不是翻譯，是在地化)。

中文原文：

「這款藍牙耳機採用主動降噪技術，
讓你在通勤路上擁有專屬的寧靜時光。
40 小時超長續航，一週充電一次。」

改寫要求：

1. 使用美式英文，符合 Amazon 商品頁風格
2. 善用銷售動詞與感官詞彙
3. 字數：英文約原文的 1.2 倍
4. 保留三個關鍵賣點：降噪、續航、通勤
5. 結尾加一句 punchy 的 slogan

語氣：自信、有活力、口語感

日文在地化的特殊技巧

敬語體 × 細節控 × 視覺符號

KEY POINTS · 知識點

- 日文有「敬語層級」，用錯顯得不專業
- 「ですます調」是日本電商標準禮貌體
- 日本消費者是「細節控」，愛看規格、認證
- 標題加【送料無料】是樂天/Amazon JP 慣例
- → Prompt 寫越具體，AI 越能模仿在地風格

JP · 日文 Prompt

PROMPT

你是在日本電商工作 10 年的日籍文案。
請將以下「藍牙耳機」中文商品文案，
改寫成符合「日本樂天市場」風格的日文文案。

日本市場特色：

- 使用「ですます調」（敬語體）
- 強調規格、認證、安心感
- 善用★、●、【】等符號做視覺分段
- 標題前可加【送料無料】【ポイント10倍】

格式：

1. 商品標題（含吸睛標籤，40 字內）
2. キャッチコピー（一句 slogan）
3. 商品特長（5 點，每點以◎開頭）
4. 詳細描述（200 字內）

禁止：中式日文、過度誇張、簡體中文字

東南亞市場的多語系策略

Indonesian × Vietnamese × Thai

KEY POINTS · 知識點

- 東南亞特色：語氣活潑、emoji 多、價格敏感
- Shopee/Lazada 主導，標題塞關鍵字
- 「請以表格輸出」→ 直接複製到 Excel
- 「免運」「貨到付款」是文化關鍵字
- → 跟歐美、日本完全不同的策略

SEA · 東南亞 Prompt

PROMPT

你是專營東南亞跨境電商的多語系文案。
請將以下「咖啡豆」商品文案，分別改寫成
「印尼文 (Bahasa Indonesia)」與
「越南文 (Tiếng Việt)」兩個版本。

兩個版本都要符合：

1. Shopee 平台標題格式
(含關鍵字+價格訴求+emoji)
2. 五大賣點，每點開頭用 emoji
3. 強調「免運」「限時優惠」「貨到付款」
這類東南亞客戶在意的點

語氣：活潑、年輕、有熱情

字數：每版約原文的 0.9 倍

請以表格方式並列輸出兩個語版，方便對照。

Prompt 優化技巧（五）：批次多語系產出

One Prompt → Five Languages

KEY POINTS · 知識點

- 一次產出 5 個語版 → 大絕招
- 傳統作法要跑 5 次，現在一次搞定
- 品牌調性能跨語言保持一致
- 每語系註明在地細節 → 避免「四不像」
- 存起來：跨境電商的多語系生產線模板

BATCH · 批次 Prompt

PROMPT

你是跨境電商多語系文案專家。
請為以下「商務背包」商品文案，
一次產出 5 個語版：
繁體中文、英文(美國)、日文、印尼文、越南文

商品：商務背包，主打「通勤+出差雙場景、
含 USB 孔、防潑水」

要求：

1. 每個語版符合該市場的電商平台風格
2. 保留「沉穩、專業、有質感」的品牌調性
3. 每版含：標題+3 賣點+一句 slogan
4. 以表格輸出：語系 | 標題 | 賣點 | Slogan

特殊：中文台灣用語、英文美式、日文ですます、
印尼 Shopee 風可加 emoji、越南年輕專業風

PRACTICE #4 · 實作提醒

多語系產出練習

Use Your Saved Product Copy

KEY POINTS · 知識點

- 用第 21 頁存下來的商品文案當素材
- 至少產出 2 個語版 (建議：英文+日文 或 英文+印尼文)
- 把產出存到 Word，留待 Canva 整合用

STUDENT TASK · 學生實作

- 1 打開你之前存的商品文案
- 2 選擇你要做的目標市場 (建議 2 個語系)
- 3 套用 Slide 35 批次 Prompt 模板，把商品資訊代入
- 4 執行後檢查每個語版「文化在地化」是否到位
- 5 把產出複製到記事本，按語系分區存放

AI 生圖與 Canva 設計整合

UNIT 3 · Image Generation & Canva Design

圖像 Prompt 五要素、產品情境圖與 Banner

Canva 海報整合、跨工具串接與課程總結

本單元結束畫面：SLIDE 60「結尾頁」

AI 生圖的時代來了

From \$3000 photoshoot → \$0 generation

KEY POINTS · 知識點

- 過去：產品攝影一張 500–3000 元，Banner 設計一張 800–2000 元

- 現在：AI 生圖一張幾乎零成本，3 分鐘出圖

- 前提：你要會寫「圖像 Prompt」

三年前 AI 畫個手指都會多出第六根，現在能精準呈現金屬反光、咖啡蒸氣。

三款 AI 生圖工具的特色比較

Right Tool for Right Job

KEY POINTS · 知識點

- Moonland：擅長「產品情境圖」，光影自然、構圖專業
- GPT Image 2：擅長「文字渲染」，海報上能放精準文字
- Nano Banana：擅長「風格化視覺」，藝術感強、適合社群貼文

三款搭配使用，幾乎涵蓋所有跨境電商的視覺需求。

圖像 Prompt 的五大要素

The 5-Element Framework for Image Prompts

KEY POINTS · 知識點

S

Subject 主體：畫面主角是什麼

S

Scene 場景：在哪裡、什麼背景

S

Style 風格：寫實 / 插畫 / 極簡 / 復古

L

Lighting 光線：晨光 / 棚拍 / 逆光 / 柔光

越具體的 Prompt，產出越接近專業攝影。這五要素是接下來生圖的萬用模板。

Prompt 錯誤示範：產品圖生成

為什麼每次 AI 生出來都不一樣？

KEY POINTS · 知識點

- 沒有場景 → 第一次白底、第二次卡通、第三次戴頭上
- 沒有風格 → 每次風格都不同
- 沒有光線、構圖 → AI 完全自由發揮
- 對電商是災難：產品圖無法保持「一致性」
- AI 生圖最怕：「每次生出來都不一樣」

WRONG · 錯誤示範



PROMPT

藍牙耳機的圖

Prompt 正確示範：產品情境圖（藍牙耳機）

五要素全部到位 + 質感關鍵字 + 排除項

KEY POINTS · 知識點

- Prompt 用英文 → AI 生圖效果通常更好
- 五要素：主體、場景、風格、光線、構圖
- 「commercial photography」→ 質感關鍵字
- 「no people, no text, no logos」→ 防止亂加
- 原則：想要的要寫，不想要的也要寫

CORRECT · 正確示範

PROMPT



A pair of matte black wireless
earphones with their charging case
(主體：霧黑色無線耳機與充電盒)

placed on a smooth concrete surface
beside a small green plant
(場景：光滑水泥檯面·旁邊有小型綠植)

minimalist Scandinavian product
photography style
(風格：極簡北歐產品攝影風)

soft natural morning light from the
left, gentle shadows
(光線：左側自然晨光·柔和陰影)

top-down 45-degree angle, shallow
depth of field, bokeh background
(構圖：45 度俯視·淺景深·散景)

high resolution, commercial
photography, no people, no text

PRACTICE #5 · 實作提醒

生第一張產品情境圖

Hands-on with Moonland

KEY POINTS · 知識點

- 打開 Moonland (或你方便使用的 AI 生圖工具)
- 用 Slide 40 的五要素模板，寫一張產品圖的 Prompt
- 連續生 3–5 張，挑出最滿意的一張

STUDENT TASK · 學生實作

- 1 打開 Moonland 網站，登入帳號
- 2 把 Slide 42 的 Prompt 貼上，先做第一次測試
- 3 把藍牙耳機改成你自己的商品 (或咖啡豆/背包)
- 4 每次微調一個變數 (例：晨光改黃昏光)，觀察差異
- 5 選出一張最滿意的下載存檔，海報會用到

Banner 設計的 Prompt 策略

Reserve Empty Space for Text

KEY POINTS · 知識點

- Banner ≠ 產品圖：要「留白給文字」
- 明確指定哪邊留白：「empty space on the left」
- 比例必寫：預設 1:1，電商 Banner 用 16:9
- AI 看到指令會把主體偏右，左邊留乾淨
- 後製加文字才不會疊在商品上

BANNER · 橫幅構圖

PROMPT

A modern e-commerce banner background
featuring a single ceramic coffee cup
with steam rising

(主體：一個冒著蒸氣的陶瓷咖啡杯)

placed on the right side of the frame,
with empty warm beige background on
the left for text

(構圖：咖啡杯右側，左側留空間給文字)

soft golden hour lighting, cozy café
atmosphere

(光線：黃金時段柔光，咖啡館氛圍)

aspect ratio 16:9, horizontal
(比例：16:9 橫向)

no text, no logos, minimalist style

PRACTICE #6 · 實作提醒

實戰：生一張 Banner 主視覺

16:9 Banner for Your Product

KEY POINTS · 知識點

- 用你的商品（耳機/咖啡豆/背包），生一張 16:9 Banner
- 套用「主體+場景+光線+構圖+負面提示」完整模板
- 這張圖會直接用在最後的 Canva 海報

PROMPT · 提示詞範例

A modern e-commerce banner featuring a black business backpack standing upright on a polished marble floor.

Backpack placed on the right side of the frame, with empty soft gray gradient background on the left for text overlay.

Lighting: soft studio lighting from above, subtle shadow beneath.

Style: premium product photography, minimalist, high-end commercial aesthetic. Aspect ratio: 16:9, horizontal.

Negative: no people, no text, no logos, no clutter, no extra items.

STUDENT TASK · 學生實作

- 1 套用 Slide 44 模板，把背包換成你的商品
- 2 明確指定「左側留白」或「右側留白」
- 3 加上負面提示（參考下方 Prompt 範例），執行 3–5 次
- 4 挑出最滿意的一張下載，檢查留白與構圖

AI 生圖品質檢核清單

Always Inspect Before You Use

KEY POINTS · 知識點

1

構圖：主體位置對嗎？留白夠嗎？比例對嗎？

2

光線：方向自然嗎？陰影合理嗎？亮度適合 Banner 嗎？

3

細節：耳機兩邊對稱？咖啡杯把手沒歪？背包拉鍊線條完整？

AI 生圖一定要「人工挑選」，不能盲信。下載前點開大圖檢查，發現問題就重生。

Canva 在跨境行銷的角色定位

The Integrator, Not the Generator

KEY POINTS · 知識點

- Canva = 「整合者」，把 AI 產出的素材組成最終成品

- 上千個免費模板、品牌套件功能、多人協作

- 適合非設計背景的賣家，3 分鐘做出專業海報

文案 ChatGPT 做、圖片 AI 生圖做、Canva 把它們組合成完整海報。

海報設計的黃金結構

Three Design Principles

KEY POINTS · 知識點

1

視覺重心：主視覺圖佔畫面 50–60%

2

文字層級：主標題（最大）→ 副標題 → 賣點 → CTA

3

視覺平衡：「Z 字型」或「F 字型」閱讀動線

重要資訊放左上跟中央，CTA 醒目但不要最大。

PRACTICE #C1 · 實作提醒

Canva 操作流程（一）：選模板

Start with the Right Template

KEY POINTS · 知識點

- 搜尋「Sale Poster」「Product Banner」「Promo」
- 篩選比例：直式（IG Story）、橫式（FB Banner）
- 選「結構簡單」的模板，方便客製化

STUDENT TASK · 學生實作

- 1 登入 Canva，點「建立設計」
- 2 選擇尺寸：Instagram Post (1080×1080) 或自訂 16:9
- 3 搜尋關鍵字「Product Sale」，找結構簡單的模板
- 4 先別急著改，先觀察模板的文字層級與構圖

PRACTICE #C2 · 實作提醒

Canva 操作流程（二）：替換素材

Drag, Drop, Replace

KEY POINTS · 知識點

- 上傳 AI 生成的 Banner 圖到 Canva
- 直接拖曳到模板的圖片框，會自動裁切
- 替換文字框內容為你的商品文案

STUDENT TASK · 學生實作

- 1 點左側「上傳」，把 AI 生的 Banner 圖上傳
- 2 把上傳的圖拖曳到模板主視覺區，自動取代
- 3 雙擊文字框，貼上商品標題、賣點、CTA
- 4 如果文字太長，調小字級或精簡內容

Canva 操作流程（三）：字體與顏色

Three-Color Rule

KEY POINTS · 知識點



字體：標題用粗體、內文用細體 → 自然有對比



中文字體推薦：思源黑體、Noto Sans TC



三色定律：主色 70% + 輔色 25% + 強調色 5%



新手最常犯的錯：用太多顏色（七八個 → 萬聖節傳單）

強調色用在 CTA 按鈕。三色定律記住，海報質感立刻提升。

Canva 操作流程（四）：CTA 與細節

The Final Polish

KEY POINTS · 知識點

- CTA 按鈕：對比色 + 圓角，吸引點擊感

- 促購元素：限時、優惠碼、免運

- 角落加品牌 Logo 或網址，建立信任感

按鈕文字不要寫「了解更多」，要寫「立即購買享 8 折」、「限時免運最後 3 天」。

Prompt 應用：用 ChatGPT 規劃海報

ChatGPT as Your Design Consultant

KEY POINTS · 知識點

- 把 ChatGPT 變成你的「設計顧問」
- Canva 卡關常因「不知道文字寫什麼、放哪」
- 請 ChatGPT 輸出表格 = 海報施工圖
- Prompt 應用不只在文案、生圖，連設計也能用
- AI 能幫你的事比想像的多，關鍵在「下對指令」

DESIGN · 設計規劃

PROMPT

你是專業電商視覺設計師。
我要在 Canva 上設計藍牙耳機促銷海報，
比例 16:9，主視覺已備好（耳機放右側）。

請幫我規劃文字配置：

1. 主標題（左上，10 字內，吸睛）
2. 副標題（主標題下方，20 字內）
3. 三個賣點（左中，每點 8 字內，並列）
4. CTA 按鈕文字（左下，10 字內，急迫感）
5. 角落資訊（品牌名 + 網址）

商品資訊：

- 主動降噪、40 小時續航、IPX5 防水
- 售價：原價 2980，特價 2380
- 優惠期限：5/15 前

請以「位置 | 文字內容 | 建議字級 | 建議顏色」
表格輸出。

Prompt 優化技巧（七）：跨工具串接

Build Your Own Prompt Pipeline

KEY POINTS · 知識點

- 1 用 ChatGPT 寫商品文案（文字 Prompt）
- 2 把文案中的特色，轉成圖像 Prompt 生 Banner（圖像 Prompt）
- 3 用 ChatGPT 規劃海報文字配置（設計 Prompt）
- 4 在 Canva 把所有素材組裝

建立 Prompt 生產線後，每出新產品 1-2 小時就能完成全套行銷素材。

PRACTICE #7 · 實作提醒

完成你的行銷海報

Final Deliverable

KEY POINTS · 知識點

- 把今天所有產出整合成一張海報
- 包含：AI Banner + 商品文案 + 多語系標語 (選用) + CTA
- 完成後下載 PNG 或 PDF，準備繳交作業

STUDENT TASK · 學生實作

- 1 在 Canva 選 16:9 模板 (或 IG Post 1080×1080)
- 2 上傳 AI Banner 圖，拖曳取代模板主視覺
- 3 貼上商品文案 (記得精簡，海報用不要太長)
- 4 調整字體、顏色、CTA 按鈕，遵守「三色定律」
- 5 在角落加品牌 Logo 或網址
- 6 下載成 PNG，存到電腦

今日成果回顧：你帶走了什麼

Four Real Deliverables, \$0 Cost

KEY POINTS · 知識點

01 完整商品文案 (標題+五大賣點+描述+CTA)

02 EDM 行銷信 + 開發信 (中 / 英版本)

03 多語系內容 (至少 2 個語系)

04 一張完整行銷海報 (Canva PNG 檔)

委外做這四項要 1 萬元，你用 3 小時零成本完成。更重要的是「可重複的工作流」。

Prompt 黃金四要素複習

Engrave These Four Words

KEY POINTS · 知識點

R

Role 角色：永遠先告訴 AI 它是誰

T

Task 任務：清楚說明要做什麼

F

Format 格式：明確指定輸出結構

T

Tone 語氣：定義風格與調性

30 秒的思考，能省 30 分鐘的修改時間。Prompt 是 2026 年最有價值的職場技能。

Prompt 七大優化技巧總整理

Take a Photo of This Slide

KEY POINTS · 知識點

- 1 加入「禁止項」（避免 AI 寫出地雷）
- 2 給範例「Few-shot」（複製品牌調性）
- 3 迭代修改（請改得更.../保留 X 換 Y/給我 3 版）
- 4 客戶角度反思（讓 AI 自我檢查）
- 5 批次多語系（一次產出多版本）
- 6 負面提示（圖像 Prompt 必備）
- 7 跨工具串接（建立 Prompt 生產線）

PRACTICE #HW · 實作提醒

課後練習：給自己的三個任務

Take Action Within One Week

KEY POINTS · 知識點

- 用今天的工作流，為你自己的另一款產品做一套素材
- 建立你自己的「Prompt 筆記本」，存下 3 個最好用的模板
- 把今天的海報實際用在你的社群 / 電商頁，看數據反應

STUDENT TASK · 學生實作

- 1 本週內選一款你想推的真實產品
- 2 完整跑一遍今天的流程：文案 → 多語系 → 生圖 → 海報
- 3 把好用的 Prompt 整理成模板，存在 Notion 或 Word
- 4 把海報實際發布，觀察點擊率、轉換率變化
- 5 兩週後回頭檢視，找出可以再優化的地方

你已經是 AI 時代的行銷人

From AI User → AI Director

AI 不會取代你，但會用 AI 的人會取代不會用 AI 的人

提示詞能力 = 未來十年最重要的職場競爭力之一

持續練習、持續迭代，從「使用 AI」到「指揮 AI」