

## 一、场景ocpx用静态创意还是智能创意

1、在选择场景ocpx使用静态创意还是智能创意时，需要考虑广告主的需求以及广告投放的目标。静态创意是指使用固定的图像或视频素材进行广告创作，适用于产品或服务特点相对稳定、广告创意不需要频繁变化的情况。智能创意则是利用机器学习和人工智能技术，在广告投放过程中根据用户的画像、兴趣和行为等数据动态生成创意，适用于需要个性化、动态变化的广告创作。

2、如果广告主希望展示固定的广告创意，不需要频繁更换或个性化，那么静态创意是一个可行的选择。而如果广告主希望根据用户的兴趣和行为等数据动态生成创意，以提高广告效果和用户体验，那么智能创意可能更适合。

3、综合考虑广告主的需求和投放目标，可以根据具体情况选择使用静态创意还是智能创意。

## 二、如何在人工智能时代发挥人的创造性

在人工智能时代，人们需要更好地发挥自身的创造性，才能更好地适应和应对变化。以下是一些方法和建议，可以帮助人们在人工智能时代发挥创造性：

1.深入了解自己的技能和优势：人工智能可以胜任某些重复性和标准化的工作，但是在创造性领域，人类仍然具有优势。因此，人们需要深入了解自己的技能和优势，发挥自身的创造性和想象力。

2.培养跨学科思维：在人工智能时代，许多行业和领域之间的界限越来越模糊。因此，人们需要培养跨学科思维，不断学习新的技能和知识，结合自己的专业知识和技能，发现新的创意和解决方案。

3.注重思考和沟通：在人工智能时代，创意和想法很可能来自于团队合作和交流。因此，人们需要注重思考和沟通，在团队中积极交流和分享自己的想法和观点，不断寻找和探索新的创意和解决方案。

4.接受失败并从中学习：在探索和创新的过程中，不可避免地会遇到失败和挫折。人们需要学会接受失败，并从中学习和成长，不断尝试新的方法和思路，寻找更好的创意和解决方案。

5.创造性地运用人工智能技术：人工智能技术可以帮助人们更高效地完成某些任务，但是人们也可以创造性地运用人工智能技术，创造新的应用场景和解决方案。因此，人们需要不断学习和掌握人工智能技术，结合自身的创意和想象力，开创新的

领域和市场机会。

### 三、人工智能创意构想

2016年，人工智能创作了堪比大卫·林奇 ( DavidLynch ) 的情景喜剧。软件开发者和漫画家安迪·赫德 ( AndyHerd ) 想要看看，如果用人工智能去制作一集情景喜剧《老友记》，那么会得到什么样的结果。利用谷歌开源的机器学习工具包Tensor Flow，赫德向系统输入了过去9季的全部剧本。尽管最终结果大部分都近似于胡言乱语，但赫德也从中分离出了一些“场景”。

21世纪福克斯利用IBM“沃森”超级计算机为人工智能惊悚片《Morgan》制作了一段预告片。最初这只是个推广噱头，但最终变成了一段颇具现代感的真实电影预告片。IBM的研究员利用超过1000段电影预告片去训练了沃森，帮助沃森学习成功预告片的一般风格和节奏。随后，沃森处理了整部电影，并选出了6分钟的片段作为预告片。

今年8月，Kickstarter上启动了一个项目，试图为全球首部由人工智能合作编剧的长片筹资。一名数学家设计了这一神经网络，将全球数千部成功的恐怖片进行了拆解，并分析了每部电影的票房数据。系统随后制作大纲，在此基础上人工编剧撰写了剧本。人工智能随后还制作了预告片，展示其理念。这一众筹活动已经取得成功，而该团队目前正与两家好莱坞制片公司展开合作，将于2017年初启动电影的拍摄。

### 四、绘画会被人工智能取代吗

绘画是一种艺术形式，它涉及到创造力、情感和个人表达。虽然人工智能在绘画方面取得了一些进展，但它仍然无法完全取代人类艺术家的创造力和独特性。绘画是一种深入人心的艺术形式，它能够传达情感和触动观众的内心。人工智能可以辅助艺术家，提供创意灵感和工具，但它无法替代人类的情感和独特的视角。因此，绘画不太可能被人工智能完全取代。

### 五、什么是人工智能创客

- 1、是指利用人工智能技术制作和创造各种智能化产品的人。
- 2、这些产品通常是基于人工智能技术开发的，可以实现自主学习和自我适应，具有智能化、自动化和交互化等特点。
- 3、人工智能创客可以应用于各种领域，如智能家居、智能交通、智能医疗、智能

制造等。他们通过利用人工智能技术，将创意转化为实际的产品和服务，推动了人工智能技术的发展和应用。