

产品经理的AI实战——人工智能产品和商业落地



[产品经理的AI实战——人工智能产品和商业落地 下载链接1](#)

著者:车马

出版者:电子工业出版社

出版时间:2020-5

装帧:

isbn:9787121387791

以前，技术只是工程师操心的事；如今，技术是工程师、产品经理、企业家共同操心的事，他们只有通力合作才能驾驭强大的技术，进而取得商业上的成功。

如今讲人工智能的书大多属于两种类型：第一种面向广大公众进行人工智能科普；第二种针对专业技术人员详细讲解人工智能的技术。这两种书，产品经理虽然都可以阅读，但他们更迫切需要第三种——从商业的角度讲人工智能，以产品的方式让人工智能落地的书，而本书正是这种少数类型。

《产品经理的AI实战——人工智能产品和商业落地》具有针对性强、系统性强、实操性

强、原创度高的特点。本书共分为三篇。第一篇是基础篇，讲解技术商业的基本规律、AI技术的实质和边界、AI的商业格局和应用现状。第二篇是合格AI产品经理篇、包含合格AI产品经理的能力体系、AI技术-场景适配和AI产品规划、AI产品经理的职业发展等内容。第三篇是高级AI产品经理篇，包含高级AI产品经理的能力体系、AI技术-场景的洞察、AI商业模式设计等内容。

本书适合两类人群阅读。一是未来的人工智能产品经理，他们可能是互联网产品经理，也可能是对人工智能产品工作感兴趣的大学生、职场新人，也可能是希望转行做人工智能产品经理的技术人员。二是对人工智能的应用、产品、商业模式感兴趣，想系统了解的人士，包括企业家、创业者等。

作者介绍:

车马

中国最早的一批互联网产品经理之一，曾是中国电商行业第一家上市公司慧聪网唯一的产品经理，是周鸿祎起家产品3721网络实名的产品经理。

曾任捷银支付的产品总监、中国平安集团移动互联网部门的总经理、北京房斯达克电子商务公司CEO & CPO、北京车托帮移动科技公司COO等职。

经过长期的产品实战、商业实战，构建了“车马能力增长体系”，为众多人士提供互联网行业职业发展顾问服务，为多家企业提供技术商业咨询服务。

目录: AI 技术与AI 商业篇

第1 章 技术商业的特点和成功要素	2
1.1 技术应用与技术商业	2
1.1.1 技术应用与技术商业的一体两面关系	2
1.1.2 技术商业发展的共性与个性	3
1.1.3 X 技术和X 技术商业的概念	6
1.1.4 X 技术的高度不确定性	6
1.1.5 X 技术商业的特征	7
1.2 X 技术商业的要素及其关系	10
1.2.1 X 技术商业的要素与结构	10
1.2.2 理解X 技术商业要素及其关系的例子	14
1.3 技术—场景、产品与商业模式	17
1.3.1 技术—场景、产品与商业模式的关系	17
1.3.2 X 技术产品、X 技术商业模式的特点	19
1.3.3 技术—场景的适配	21
1.3.4 产品之拱	25
1.3.5 商业模式之拱	27
1.3.6 技术、产品与商业模式互相助力	27
1.4 技术—场景、产品与商业模式的对比案例	30
第2 章 快速理解AI 技术的实质和边界	34
2.1 产品经理要真正地懂技术	34
2.1.1 从事技术商业必须懂技术	34
2.1.2 掌握AI 技术的层次	37
2.2 基于机器学习的当代人工“智能”	38
2.2.1 人工智能3 个阶段的比较	38
2.2.2 人工智能涉及的基本概念及其关系	40
2.3 理解机器学习的类型及其算法	43

2.3.1 机器学习的类型	43
2.3.2 机器学习的算法	45
2.4 从卷积神经网络理解深度学习	47
2.4.1 神经网络与深度学习的概念关系	47
2.4.2 从生物神经元到人工神经元	48
2.4.3 神经网络	49
2.4.4 卷积运算	50
2.4.5 卷积神经网络的结构和处理过程	53
2.4.6 神经网络“智能”的形成过程	55
2.4.7 深度神经网络	56
2.4.8 深度卷积神经网络的应用	59
2.5 人工智能的实质和机器学习的问题	61
2.5.1 当前人工智能与环境和人交互的全过程	61
2.5.2 机器学习的问题	62
第3章 AI 商业格局、AI 应用	67
3.1 AI 商业格局	67
3.1.1 AI 商业格局的层次	67
3.1.2 AI 商业格局的特点	69
3.2 AI 应用的经验教训	70
3.2.1 AI 应用的阶段	70
3.2.2 互联网大公司成功应用AI 技术的启发	70
3.2.3 AI 在众多行业应用不顺的原因	72
3.2.4 推进AI 应用的正确做法	77
合格AI 产品经理篇	
第4章 合格AI 产品经理的核心工作和能力模型	81
4.1 AI 产品	81
4.1.1 AI 产品的实用定义	81
4.1.2 AI 产品的构成要素	82
4.1.3 实用定义、构成要素对产品经理的价值	85
4.1.4 AI 产品的类型与主体	86
4.1.5 AI 产品中AI 能力的分布方式	87
4.2 AI 产品经理	89
4.2.1 AI 产品经理的行情	89
4.2.2 两类公司对AI 产品经理的要求	90
4.3 合格AI 产品经理的能力体系——AI 能力杠铃模型	91
4.3.1 合格AI 产品经理的能力杠铃模型	92
4.3.2 AI 能力杠铃模型的优势	93
4.3.3 合格AI 产品经理篇的内容安排	94
4.3.4 AI 技术、场景与AI 产品之间的关系	95
第5章 AI 技术—场景适配	98
5.1 AI 技术—场景适配的基本方法	98
5.1.1 AI 技术—场景的适配前提	98
5.1.2 AI 技术—场景的适配矩阵	100
5.1.3 AI 技术—场景适配的适度原则	101
5.1.4 AI 技术—场景适配的失败案例——3D 整容效果预览	102
5.2 AI 技术—场景适配中的微机会	103
5.2.1 由小到大做适配	103
5.2.2 微场景、微产品的特别机会	104
第6章 互联网公司的AI 产品	106
6.1 AI 技术增强型互联网产品	107
6.1.1 产品案例	107
6.1.2 案例中的AI 技术、场景、产品及商业价值	108
6.2 AI 技术原生型互联网产品	111
第7章 AI 技术公司的AI 产品	114

7.1 AI 技术公司的项目与产品	114
7.1.1 AI 项目与AI 产品	114
7.1.2 AI 技术公司的产品类型	115
7.2 AI 技术公司的中间产品	115
7.2.1 AI 技术公司的中间产品的特点	115
7.2.2 产品经理在中间产品中的作用	116
7.2.3 中间产品的文档	119
7.3 AI 技术公司的最终用户产品	119
7.3.1 中间产品的风险	119
7.3.2 最终用户产品的价值	121
7.3.3 最终用户产品案例	122
第8章 传统企业的AI 产品	129
8.1 传统企业应用AI 的整体情况（以金融业为例）	129
8.1.1 金融业应用AI 的整体情况	129
8.1.2 中国平安对AI 的规模化应用	130
8.2 传统企业做AI 产品的原因及AI 产品的分类	132
8.2.1 传统企业做AI 产品的原因	132
8.2.2 传统企业AI 产品的分类	133
8.3 在传统企业做AI 产品	134
8.3.1 传统企业对AI 产品经理的要求	134
8.3.2 在传统企业做AI 产品的关键	134
第9章 AI 产品规划的流程和方法	137
9.1 AI 产品规划入门	137
9.1.1 基本方法——“抄”出好产品	137
9.1.2 AI 产品详细规划前的自检	138
9.1.3 软件规划的层次和流程	139
9.1.4 硬件规划流程	140
9.1.5 产品软硬规划工作的组织形式	141
9.2 互联网产品经理上手AI 产品规划	143
9.2.1 从极简AI 产品入手	143
9.2.2 极简AI 产品的例子	143
9.2.3 不同类型产品的AI 化	146
9.2.4 获得公司高管的认可，推动技术团队实施	148
9.2.5 AI 产品经理与AI 技术人员的协作关系	151
9.3 AI 产品的数据机制和指标体系规划	152
9.3.1 AI 产品经理对数据机制的规划	152
9.3.2 AI 产品经理对指标体系的规划	154
第10章 快速获得AI 产品经理职位	157
10.1 互联网产品经理快速成为AI 产品经理	157
10.1.1 互联网产品经理和AI 产品经理的亲缘关系	157
10.1.2 注意互联网产品与AI 产品的区别	158
10.1.3 打造高效成长的闭环，为获得AI 产品经理职位做准备	160
10.1.4 选择适合自己的AI 产品经理职位	160
10.2 应届生快速成为AI 产品经理	161
10.2.1 直接进入AI 技术公司	162
10.2.2 先进入互联网公司成为互联网产品经理	163
10.3 快速、系统地提升AI 技术能力	163
10.3.1 快速掌握基本的Python 编码能力	164
10.3.2 搭建真实的Python 环境，掌握配套技能	165
10.3.3 上手TensorFlow	166
高级AI 产品经理篇	
第11章 高级AI 产品经理的能力体系	168
11.1 高级AI 产品经理的能力杠铃模型	168
11.1.1 高级AI 产品经理的能力杠铃模型的整体结构	168

11.1.2 高级AI 产品经理的能力杠铃模型的10 个关键能力项 170

11.1.3 高级AI 产品经理篇的内容安排..... 172

11.2 跳出AI 的圈子，做好AI 产品 172

11.2.1 跳出AI 的圈子 172

11.2.2 跳出AI 圈子的例子 173

第12 章 AI 技术—场景洞察 176

12.1 对AI 技术—场景适配度的洞察 176

12.1.1 从AI 与人的关系角度洞察适配度 176

12.1.2 对目标场景未来趋势的洞察 178

12.1.3 对替代方案的洞察 178

12.2 对AI 技术—场景价值的洞察 180

12.2.1 AI 技术—场景价值洞察的例子 181

12.2.2 洞察问题中潜藏的商业价值 185

12.3 对AI 技术—场景障碍的洞察 187

12.3.1 价值—障碍矩阵 187

12.3.2 AI 技术—场景障碍的例子 188

12.4 对AI 技术—场景商业风险的洞察 192

12.4.1 技术商业的普遍风险 192

12.4.2 AI 商业的风险识别 193

第13 章 设计AI 商业模式 196

13.1 AI 商业模式 196

13.1.1 在AI 商业五要素全局中构建商业模式 196

13.1.2 AI 商业模式的层次 198

13.1.3 产品与商业模式的配合关系 198

13.1.4 商业模式优先于产品 200

13.2 AI 工业质检的商业模式设计 202

13.2.1 AI 工业质检中的商业特点和商业机会 203

13.2.2 AI 工业质检商业模式——按月、按量付费 204

13.2.3 AI 工业质检模式的升级 205

13.3 医疗影像AI 的商业模式设计 206

13.3.1 医疗行业概要和AI 应用现状 207

13.3.2 医疗影像AI 应用的现状 208

13.3.3 设计医疗影像AI 产品的商业模式 210

13.4 智能音箱的商业模式设计 212

13.4.1 智能音箱商业模式的现状 212

13.4.2 智能音箱的创新商业模式设计——广告 214

13.4.3 智能音箱的创新商业模式设计——电商 215

13.4.4 智能音箱的创新商业模式设计——优质内容付费 216

后 记..... 217

• • • • • (收起)

[产品经理的AI实战——人工智能产品和商业落地_下载链接1](#)

标签

产品经理

AI

产品

互联网

通俗易懂

适合初学者

车马

热门行业

评论

首先，原创度非常高。个人读后觉得该书可作为工具书，教科书使用。

书中的产品经理商业落地部分的讲解，是同类书中最有价值的。

抱住大佬为秋招祈福呜呜呜

加深了我对于高级产品经理的理解 技术场景 商业洞察力 很重要

好书，为人工智能产品商业落地，提供参考案例和实战方法

一本领域非常新的图书，产品经理想进入行业的必读书

AI，新的知识

AI时代的产品经理，需要更多的了解在AI背景下如何打开思路

这本书从产品经理的视角阐述了现在的热门领域——AI。全书强调立足于技术，却点到为止，明确区分于传统的AI技术书——从更高，更广的角度，明确产品经理在这个时代的角色，明确产品经理的技术栈，明确当代热门商业产品的总方向。
特别加入了车马老师独有的杠铃模型（不懂的推荐阅读《首席产品官1~2》），这不仅是一本书，一本献给各位同行的书，一本以父亲的名义留给心爱孩子的一本书，更是杠铃模型生态的一个更新，延伸……
这本书非常值得各位产品经理研读，时代在变，产品在变；产品经理再不变，只能成为不合格的产品！

目前看过的产品经理的书中，这本书绝对是数一数二的，读后颇有启发，做技术相关的产品甚至不做技术的产品都适合看看

不错，可用作培训教材。

看过很多本AI产品相关的书，毫无疑问，这是目前为止框架最大最完整的作品之一。

确实是针对人工智能，不过很多原理是通用的，非AI的也很适用。

车马老师写书一贯质量很高。AI这几年受大环境影响可能发展成支柱技术。

非常不错，很有借鉴意义

[产品经理的AI实战——人工智能产品和商业落地_下载链接1_](#)

书评

我是在一次线下的产品经理大会上认识的车马老师，后来进一步接触，遂有本书问世。在本书策划阶段时，人工智能还是非常火爆的话题，不过现在这个话题则略显冷清，燃鹅，在2020年这个无比“寒冷”的夏天，还有哪个互联网产业不显得冷清呢？相比而言，人工智能反而是更具有潜力...

首先本书的作者车马老师在做职业经理人期间做到平安移动事业部总经理，一手奠定了平安集团在移动互联网时代的地位。
其次，作者多次成功创业并实现成功退出，回归生活。在行app产品类大咖最高评分。从老师的《首席产品官1和2》两本书到这本《产品经理的AI实战》不仅认识到系...

[产品经理的AI实战——人工智能产品和商业落地_下载链接1_](#)