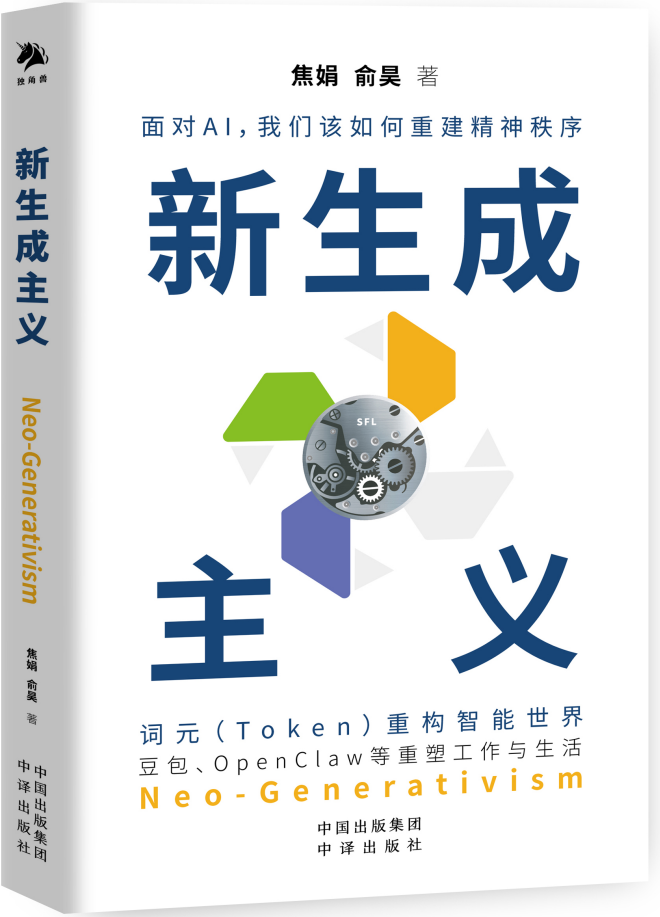

新生成主义
Neo-Generativism
焦娟 俞昊 著
中国出版集团
中译出版社
焦娟 俞昊 著
面对AI，我们该如何重建精神秩序
新生成
主义
SFL
词元（Token）重构智能世界
豆包、OpenClaw等重塑工作与生活
Neo-Generativism
中国出版集团
中译出版社

目　录

上　篇

新生成主义时代：坚守“人本”，选择“逆行”

第一章　四方共振，共筑新生成主义时代 / 003

第一节　时代剧变：政治、货币、科技、人口 / 003
第二节　所有运行的背景板剧变：通用、惯性均失效 / 031
第三节　回溯历史，剧变的“分量”有多重 / 032
第四节　新生成主义时代 / 034

第二章　何谓“人本”？为何选择“逆行”？ / 037

第三章　流量逻辑与模式，正让位于生长逻辑与模式 / 039

第一节　“流量”：硬通货 / 040
第二节　“流量为王”：流量时代的评价标准 / 041
第三节　“流量为王”的终局是被反噬 / 043
第四节　“吃细糠”：“流量为王”正走向钟摆的另一侧 / 045
第五节　生长逻辑与生长模式 / 047

新生成主义.indd 7　2026/5/23 14:03:55

第四章　新生成主义的两座灯塔：有用、如实 / 051

第一节　AIGC≈“化疗”：新表达势在必行 / 051
第二节　新传达：新表达的“出口” / 055
第三节　两把金钥匙：新表达与新传达 / 059
第四节　“有用”：真正的通货 / 114
第五节　“如实”是“军队”纪律 / 124

中　篇
何以“逆行”：“守脑如玉”

第五章　AI 重塑文化与传播：顶级作品仍最稀缺 / 134

第一节　AIGC 置身于文化与文明 / 135
第二节　传播体系是成建制的 / 139
第三节　顶级作品：“入心收魂” / 142
第四节　需求正在发生深刻而决绝的变化 / 147
第五节　文化与传播的重塑 / 150
第六节　AI 新工具频出：削弱公司的平台化优势 / 155

第六章　满足 AI 需求的表达：迫使个人演员化 / 166

第七章　满足 AI 需求的传达：迫使公司剧组化 / 170

第八章　AGI 时代：用户 = 硬件终端、人形机器人 = 人 / 175

第一节　智能的载具：人或人形机器人无异 / 176
第二节　AI 浪潮已行进至何处 / 186
第三节　2032 年所实现的 AGI：人形机器人 = 人 / 193

新生成主义.indd 8　2026/5/23 14:03:55

第九章　AGI 时代的评价体系：邀请至上，权限为王 / 246

第十章　守脑如玉：逆行于 AGI 时代 / 250

下 篇

AGI 时代：“人本”的四大法则

第十一章　开流节源：人的操作系统 / 255

第十二章　清简一烈：获得邀请的方法论 / 258

第十三章　水火既济：人的操作路径 / 263

第十四章　守脑如玉：设置权限的必要性 / 266

结　语 / 277

后　记 / 281

新生成主义.indd 9 2026/5/23 14:03:55