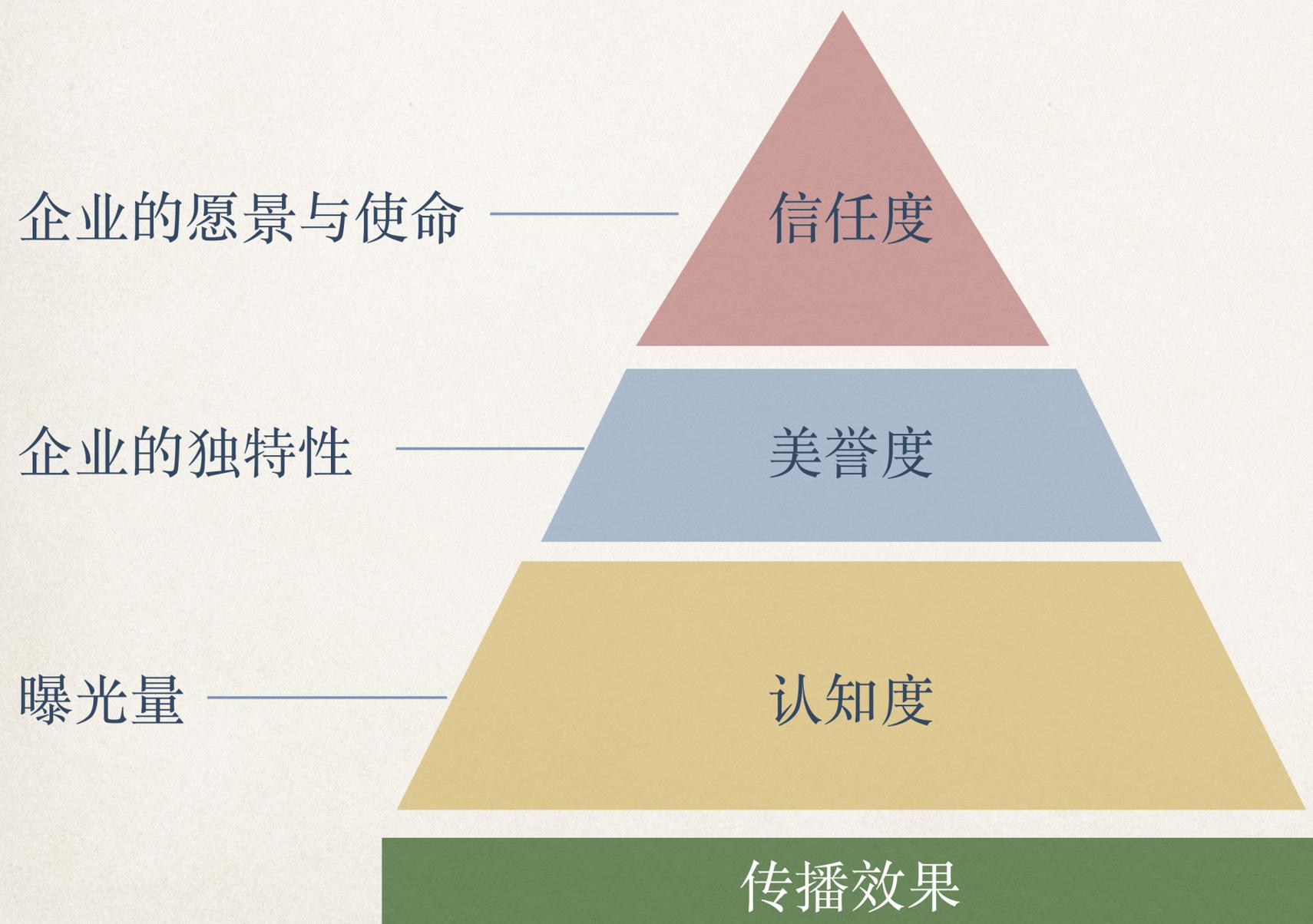


# 合规性约束下的健康传播

# 有效的传播：影响认知

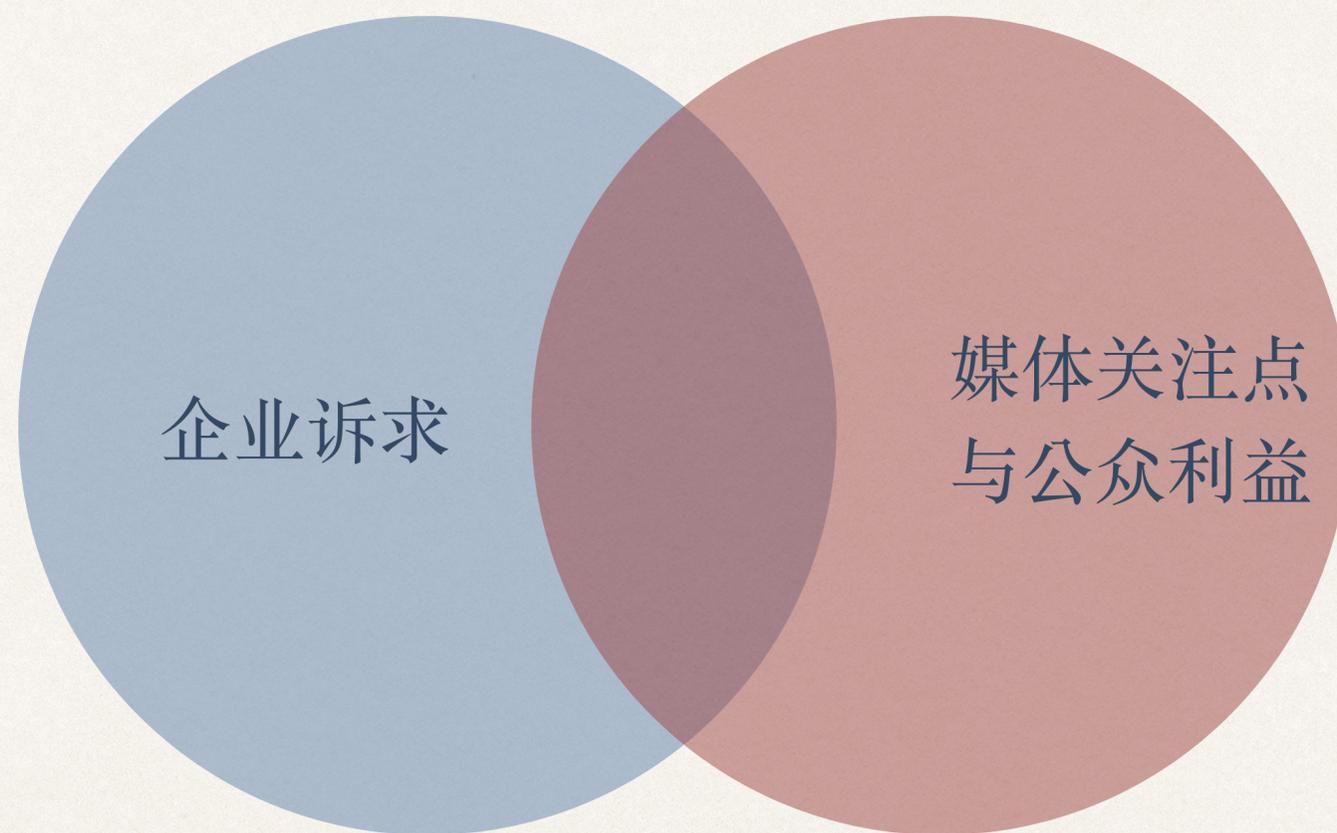


# 合规性约束：“带着镣铐跳舞”

		限制性因素	影响	对策
合规性约束	强监管	1.业务层面：产品驱动而非流量驱动 2.传播层面：广告法对方药的传播限制	产品传播受限	1.重要节点发声 2.善用渠道
	信披规则	1.重要信息需要发公告，谨慎的预期 2.新闻稿由律师审阅后的法律语言	1.不能提前泄露 2.语言晦涩难懂	1.Embargo News 2.帮助媒体理解
非合规性约束	阅读门槛	1.自然科学作用机理复杂，即便做了通俗化解释，依然有阅读门槛	通俗化解释也无法消除阅读门槛	持续的传播
	自然关注度	1.行业扩容，注意力并没有扩容 2.距离进入大众视野还有较长时间	行业内的影响力	找到企业诉求与公众利益的交集

# 按照新闻的格式写的PR稿可以算作新闻吗？

---



找到企业诉求和公众利益的交集是提升建企业影响力的关键

# 合规性约束之外，如何提高传播有效性？

---

## 1. 简洁的表达风格，避免用术语和公关辞令

常见术语：efficacy (just say how well it works or not), proportion (share), Phase I (early research)

常见公关辞令: cutting edge, game changing, first-in-class, game changing, breakthrough

——The Associated Press Stylebook 55th Edition page473

## 2. 用专业性建立和媒体的友好往来

## 3. 从关注媒体报道，到关注媒体在寻找什么样的报道

感谢聆听

Email: [18354266963@126.com](mailto:18354266963@126.com)