

重塑公‘关’ 系列： GPT+AI时期公关的传播机遇与挑战



面对世界的不确定性 最完美的传播计划也可能会被打乱

对于

公关和传播人士来说，
挑战在于



- 保持快速反应，及时响应利益相关者的需求、担忧和期望
- 建立和巩固信任关系，并保持忠诚度
- 创建主动的信息传播与沟通策略，持续传递信心

Text

<p>MARKETING</p> <ul style="list-style-type: none"> copy.ai Jasper anyword CONTENDA 	<p>regie.ai</p> <ul style="list-style-type: none"> copysmith Writesonic Hypotenuse AI 	<p>SALES</p> <ul style="list-style-type: none"> LAVENDER Smartwriter.ai 	<p>OTHER</p> <ul style="list-style-type: none"> Character.AI AI DUNGEON
<p>GENERAL WRITING</p> <ul style="list-style-type: none"> wordtune OTHERSIDEAI COMPOSE AI Rytr LEX WRITER 			

MODELS: OPENAI GPT-3 DEEPPIND GOPHER ANTHROPIC AI2 ALIBABA, YANDEX, ETC. FACEBOOK OPT HUGGING FACE BLOOM COHERE

Video

VIDEO EDITING/ GENERATION

- runway

PERSONALIZED VIDEOS

- tavus
- synthesia
- Hour One.
- Rephrase.ai

MODELS: MICROSOFT X-CLIP META MAKE-A-VIDEO

Image

IMAGE GENERATION

- MidJourney
- stability.ai
- craiyon
- WOMB0AI
- >ROSEBUD.AI
- Lexica
- playground

CONSUMER/SOCIAL

- MidJourney

MEDIA/ADVERTISING

- stability.ai
- SALT

DESIGN

- Diagram
- alpaca

MODELS: OPENAI DALL-E 2 STABLE DIFFUSION CRAIYON

Code

CODE GENERATION

- GitHub Copilot
- replit GhostWriter
- tabnine

DOCUMENTATION

- Mintify
- Stenography

WEB APP BUILDERS

- Debuild
- Enzyme

TEXT TO SQL

- cogram

MODELS: OPENAI GPT-3 TABNINE STABILITY.AI

3D

3D MODELS/SCENES

TO CORE

MODELS: DREAMFUSION NVIDIA GET3D MOM

Speech

VOICE SYNTHESIS

- RESEMBLE.AI
- WELLSAID
- podcast.ai

MODELS: OPENAI

Other

<p>GAMING</p> <ul style="list-style-type: none"> AI DUNGEON 	<p>MUSIC</p> <p>TO CORE</p>
<p>RPA</p> <ul style="list-style-type: none"> Adept 	<p>AUDIO</p> <p>TO CORE</p>
<p>BIOLOGY/CHEMISTRY</p> <p>TO CORE</p>	

AI编程工具

GitHub Copilot	Codeium
Tabnine	Sketch2Code
CodiumAI	Codiga
CodeGeex	AskCodi
AirOps	Ghostwriter
Cursor	Locofy

AI写作工具

Jasper	Copy.ai
Writesonic	Rytr
Notion AI	彩云小梦
Grammarly	QuillBot
DeepL Write	火山写作
NovelAI	Beary

AI音频工具

网易天音	Riffusion
讯飞智作	Resemble.ai
IBM Watson	FakeYou
AssemblyAI	Mubert
Audo Studio	NaturalReader

AI视频工具

Runway	D-ID
Artflow	Unscreen
Lumen5	DeepBrain
DreamFace	腾讯智影
Fliki	Synthesia
Rephrase.ai	Synthesys

AI训练模型

Stable Diffusion	悟道
GPT-4	DALL-E 2
Codex	文心大模型
BLOOM	阿里巴B6
Gen-2	PaLM
LLaMA	OpenBMB

AI学习网站

Coursera	Kaggle
Elements of...	DeepLearn...
动手学深度学习	MachineLea...
神经网络入门	Udacity AI...
阿里云AI学习...	Google AI
HuggingFace	飞桨AI Studio

来源：红杉资本

GPT的应用

全称【**生成式预训练变换器**】
(Generative Pre-trained Transformer) ;


由OpenAI开发的一种**基于自然语言处理**
(NLP) 的人工智能模型。是一个大型预训
练的Transformer模型，可以生成文本，并
能在多种任务中进行微调。

关键词：人脑、神经网络、语言&思维模型

优势

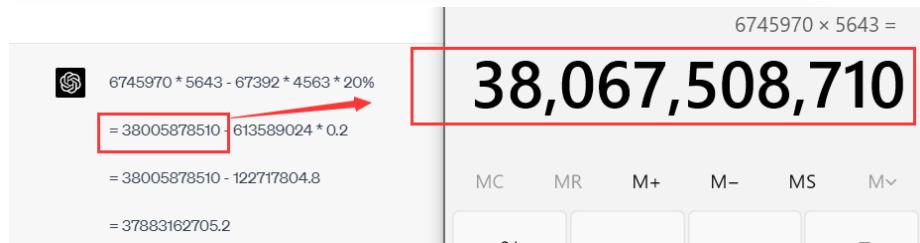
生成流畅、连贯且在语法和语义上看似合理的文本

W 请计算：6745970*5643-67392*4563*20%
需要显示运算结果

 6745970 * 5643 - 67392 * 4563 * 20%
= 38005878510 - 613589024 * 0.2
= 38005878510 - 122717804.8
= 37883162705.2


局限性

输出内容出现非素材信息或曲解原意，重复、不准确等，不能判断一个事情的真假和一个知识的对错；



The image shows a side-by-side comparison of a calculation. On the left, the GPT model's output is shown with a red box around the intermediate result '38005878510' and a red arrow pointing to the final result '37883162705.2'. On the right, a calculator shows the same calculation '6745970 x 5643 =' resulting in '38,067,508,710', which is also enclosed in a red box. This highlights a significant discrepancy between the two results.

6745970 * 5643 - 67392 * 4563 * 20%

 6745970 * 5643 - 67392 * 4563 * 20%

= 38005878510 - 613589024 * 0.2

= 38005878510 - 122717804.8

= 37883162705.2

6745970 × 5643 =

38,067,508,710

MC MR M+ M- MS M~

人工智能在新闻媒体中的应用

人机协作
财经体育等数据领域



REUTERS

【2018】Lynx Insight：股票、体育和天气等新闻



新华社
XINHUA NEWS AGENCY

【2015】快笔小新：体育赛事、中英文稿件和财经新闻的自动撰写

The Washington Post

【2016】Heliograf自动化编辑器：科学、政治和体育报道

CMG
中央广播电视总台

【2019】人工智能虚拟主播“小白”：新闻类节目虚拟主播

福布斯
Forbes

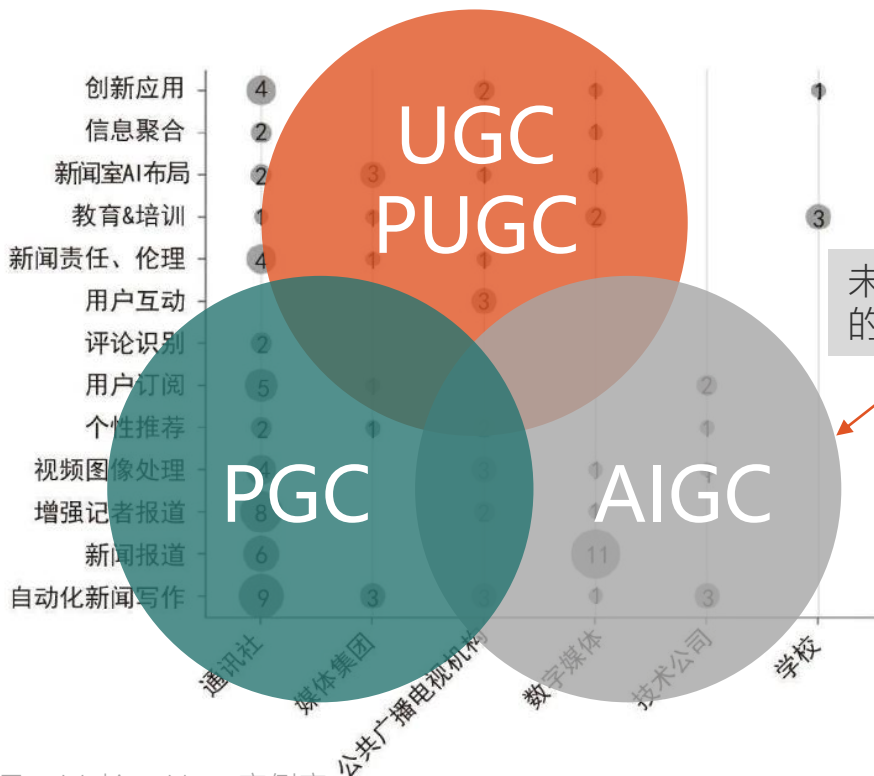
【2019】BertieAI内容发布平台：内容管理系统驱动

腾讯网

【2015】Dream Writer：信息量巨大的财经资讯类新闻编辑

新闻自动化生产

人工智能 VS 新闻传播



事关生成式人工智能服务，国家网信办公开征求意见

04-11 13:27 阅读 191万+

为促进生成式人工智能技术健康发展和规范应用，根据《中华人民共和国网络安全法》等法律法规，国家互联网信息办公室起草了《生成式人工智能服务管理办法（征求意见稿）》，现向社会公开征求意见。公众可通过以下途径和方式提出反馈意见：

1. 登录中华人民共和国司法部 中国政府法制信息网（www.moj.gov.cn、www.chinalaw.gov.cn），进入首页主菜单的“立法意见征集”栏目提出意见。
2. 通过电子邮件方式发送至：wajscy@cac.gov.cn。
3. 通过信函方式将意见寄至：北京市海淀区阜成路15号国家互联网信息办公室网络安全协调局，邮编100048，并在信封上注明“生成式人工智能服务管理办法征求意见”。

意见反馈截止时间为2023年5月10日。

附件：生成式人工智能服务管理办法（征求意见稿）

国家互联网信息办公室
2023年4月11日

生成式人工智能服务管理办法 (征求意见稿)

第一条 为促进生成式人工智能健康发展和规范应用，根据《中华人民共和国网络安全法》《中华人民共和国数据安全法》《中华人民共和国个人信息保护法》等法律、行政法规，制定本办法。

第二条 研发、利用生成式人工智能产品，面向中华人民共和国境内公众提供服务的，适用本办法。

本办法所称生成式人工智能，是指基于算法、模型、规则生成文本、图片、声音、视频、代码等技术。

第三条 国家支持人工智能算法、框架等基础技术的自主创新、推广应用、国际合作，鼓励优先采用安全可信的软件、工具、计算和数据资源。

第四条 提供生成式人工智能产品或服务应当遵守法律法规的要求，尊重社会公德、公序良俗，符合以下要求：

（一）利用生成式人工智能生成的内容应当体现社会主义核心价值观，不得含有颠覆国家政权、推翻社会主义制度，煽动分裂国家、破坏国家统一，宣扬恐怖主义、极端主义，宣扬民族仇恨、民族歧视，暴力、淫秽色情信息，虚假信息，以及可能扰乱经济秩序和社会秩序的内容。

未来内容的
增量空间

来源：人民日报

适配

GPT生成的内容具有一定的通用（相似）性

1. 公司新闻：如产品发布、企业并购、业务拓展、领导团队变动等固定格式新闻。
2. 行业动态：数据前提下，行业内的重要事件、新技术、市场趋势、研究报告等。
3. 活动宣传：发布会、展览、研讨会等活动的预告及报道。
4. 奖项荣誉：企业或个人获得的奖项及荣誉的报道。
5. 社会责任：企业的公益活动、环保项目、社会责任实践等报道。

不擅长

特征化，个性化内容，强调品牌差异化

1. 个性化故事：GPT基于数据库已有内容生成，可能导致内容创作过程中的创新和独特性减弱，无法理解个体&企业差异化，从而使产生的内容同质化；
2. 一手新鲜原创的事件/深度观点：GPT基于受训数据，细分领域没有录入、没有采编，则无法获取新的信息；
3. 视觉多媒体元素：GPT是语言文字系统，无法在视觉和多媒体（如图表、图片、视频等）有更多丰富元素；
4. 跨领域整合型综合内容：包括跨文化和跨行业、本地化的观点整合，GPT具备翻译能力，但难以识别特定文化背景不同的信息和意图；

理性

GPT内容应用

感性

使用条件：
独特关键词、适配性指令
事实核实、需人工审阅与优化
对新兴领域有时间性限制
保密和敏感信息处理
法律和道德规范
跨文化沟通和翻译

使用条件：
高度个性化的内容
情感共鸣和人际互动
以人的体验 创意和创新思维
实时反馈和调整
一手原创采编素材

GPT的公关应用

GPT在公关行业的可使用的工作:

- 内容创作: 博客文章、社交媒体内容等
- 数据分析: 舆情监测、市场趋势预测等
- 客户服务: 智能客服、FAQ自动生成等

公关市场不可替代工作:

- 人际沟通: 建立人际关系、协调合作等
- 策略制定: 根据实际情况制定公关策略和计划
- 危机管理: 应对突发事件、维护企业形象等



- 莫拉维克悖论:
对人类容易的, 对AI来说很难;
对人类困难的, 对AI来说反而比较容易。

AI 擅长重复性、常规性的任务, 以及系统性、统一性的思考;



GPT+公关应用要素

多重社会+行业+市场带来的影响&变化

2023

2024

2025



技术



传媒



法规



用户



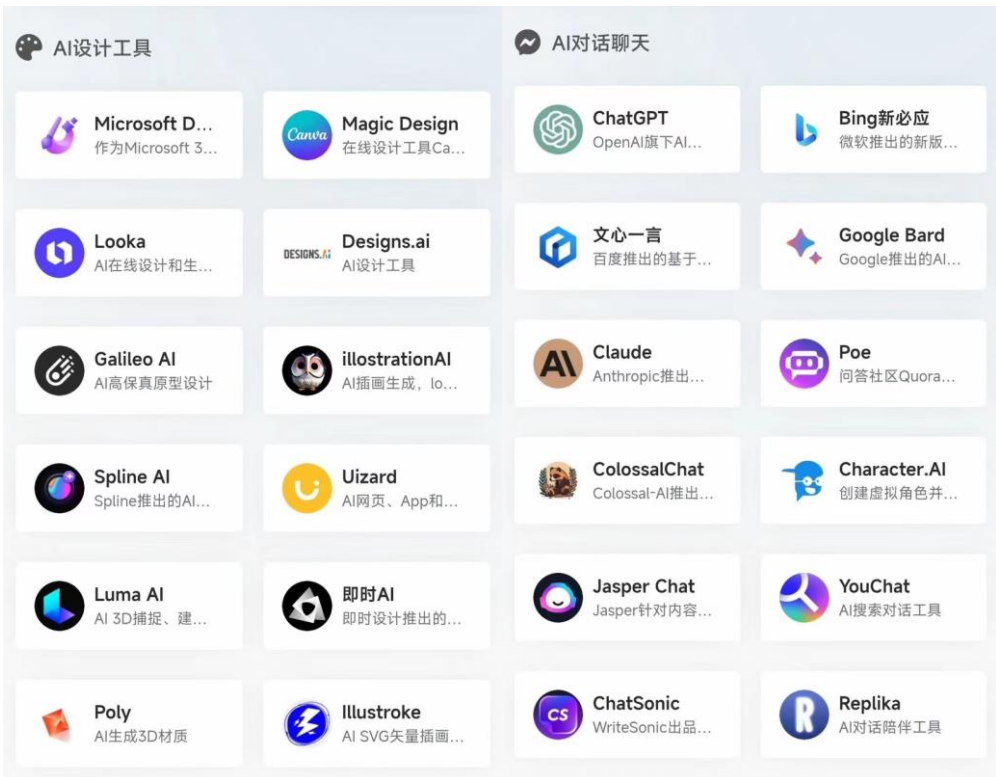
环境

信心, 信任, 关系 Shape the 'R' in PR

GPT+对品牌公关影响

整体换考卷

工具门槛降低，品牌难度提升



GPT+对品牌公关影响

想工具用的好
首先需要有行业的积累



- ✓ 专业人士使用，GPT会提供帮助，提供新的思维方向，整理文字和资料
- ✓ 非专业人士用，GPT提供的内容如果有很多错误和误导，用户无法看出可能会引发误解；

AI指令工程师

懂技术，更需要懂行业

GPT+对品牌公关影响

海量各种内容批量化生产
传播更需要差异化

一手原创
信息采编



r/funny · Posted by u/Craztnine 9 hours ago 🏆 3 🗨️ 2

他们只付了我安装管道的费用，又没给我搬石头的钱。呵



GPT+公关应用要素:

公关传播策略的核心能力：洞察力、人际力、创作力、传播力

洞察力

- 传播起点和终点都是人，从人性出发，才能打动人心。

人际力

- 内部交互+外部交互。
- 内部公关=让传播回归品牌和产品；外部交互=让传播形成反馈。

传播力

- 利用洞察的观点，寻找有爆发力的切入点；

创作力

- 传播内容能共情，传播审美品牌的特征化；

2021 GLOBAL COMMS REPORT

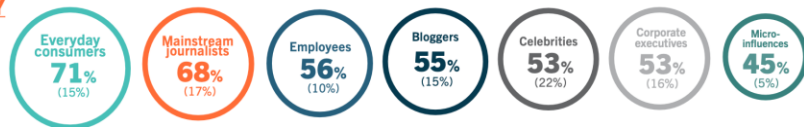
PAYING - AND EARNING - ATTENTION

C-suite's reliance on comms has never been stronger, finds this fifth annual PRWeek/Cision study. PR pros' increasing use and improving application of data, technology and tools such as social listening – in every aspect of the function – is further cementing that position.

传播中哪些人群 最重要且最具影响力？

CISION/PRWEEK 对全球 550名传播高管的调查发现

GLOBALLY



COUNTRY BY COUNTRY

	U.S.	Canada	U.K.	France	Germany	Sweden	China
Mainstream journalists	80% (24%)	50% (8%)	47% (11%)	63% (7%)	67% (8%)	55% (13%)	55% (15%)
Everyday consumers	69% (21%)	67% (23%)	78% (7%)	55% (3%)	80% (5%)	75% (8%)	75% (5%)
Micro-influencers	58% (8%)	50% (5%)	27% (0%)	30% (3%)	35% (3%)	25% (0%)	23% (0%)
Employees	52% (9%)	70% (18%)	64% (7%)	85% (17%)	53% (13%)	60% (8%)	40% (5%)
Bloggers	52% (7%)	58% (23%)	58% (20%)	48% (28%)	57% (20%)	60% (25%)	63% (25%)
Celebrities	45% (16%)	53% (12%)	63% (31%)	60% (30%)	44% (23%)	63% (33%)	75% (42%)
Corporate executives	45% (15%)	53% (12%)	64% (24%)	60% (13%)	63% (29%)	63% (15%)	62% (8%)

美通社 VIP客户闭门会议 第2期 | 邀请

当市场活动被削减，如何保障对外传播的持续性？当受众注意力分散，如何切中目标人群？团队需要建立、运营内容体系，将其打造成催生活题、懂得用户的数据库。美通社为疫情提供新思路，我们将继续加大对客户的支持与服务力度，定期举办客户专属分享会，从9月31日，针对VIP客户的分享会将再度于线上举办，我们期待您的参与。

构建企业内容体系，赢得精准用户注

主要内容：

- 建立内容库，挖掘企业内容
- 找到热点，借力公域流量
- 建立内容体系，获得精准用户



王盼 Penny Wang
美通社内容服务主管

15年新闻传播行业从业经验，在美通社长期跟踪媒体及传播规划、新闻稿策划及生产、培训等方面的支持。服务企业包括：蔡司、养乐多、CEEC等。

报名方式：扫码报名，会议开始前会告知报名结果。
本活动为定向邀请，仅限美通社VIP客户受邀参加。
如有任何问题，请您联系美通社客服部：cncs@prnasia.com, 010-5953958

美通社VIP客户闭门会议 医疗健康专场

美通社
CISION PR Newswire
邀请函
INVITATION

后疫情时代，让医疗健康行业品牌传播“落地有声”

时间：9月1日 下午2点

疫情以来，医疗健康行业不断经历着来自各方面的变化：从政策到市场，从投资到研发，从媒体到受众……这些变动无疑给医疗健康企业的品牌传播带来了新挑战。疫情之后，医疗健康类媒体的传播环境发生了哪些变化？医疗健康领域的公关人面临哪些挑战？如何寻找破局的支点？

针对医疗健康领域公关同行们最关注的热点话题，美通社继续加大对客户的支持与服务力度，将于9月1日举办《后疫情时代，让医疗健康行业品牌传播“落地有声”》客户专属分享会，提供最新的行业媒体观察与品牌传播经验分享，期待您的参与。

分享话题1:

企业VS媒体，传播诉求的gap与match

- 1) 医疗健康行业媒体的关注点，及媒体下半年传播计划分享
- 2) 医疗健康行业企业传播思路与建议

分享话题2:

内容&渠道，医疗健康行业品牌传播不走弯路

- 1) 内容为王，打造媒体眼中的高质量内容生态
- 2) 渠道为王，整合资源构建立体传播生态

嘉宾介绍



赵莎
美通社媒体业务负责人

在美通社任职10年，同时作为媒体传播专家，对多家跨国企业、中国本土，以及出海企业进行内容传播等方面培训指导，负责美通社全媒体品牌合作业务，以及加深美通社中国区的发布渠道和网络。在美通社之前，供职于数家跨国企业及媒体，负责内容、市场与品牌公关等相关工作。



朱欣鑫
美通社内容顾问

负责美通社华东区域的新闻内容策划服务，擅长根据客户的企业传播目标整合现有资源，制定新闻稿传播计划，曾任商业管理类杂志主编，擅长的商业领域公司报道。

报名方式：扫码报名，会议开始前会告知报名结果。
本活动为定向邀请，仅限美通社VIP客户受邀参加。
如有任何问题，请您联系美通社客服部：cncs@prnasia.com, 010-5953958



前外媒杂志撰稿人
美通社华北区内容策略顾问



前央媒舆情分析师
美通社华南区内容策略顾问



前大厂内容运营专家
美通社新媒体运营主管



知名KOL：全球君
美通社中文新媒体主编

公‘美’的重点正在转移

Shape the ‘R’ in PR, from communication to engagement

- 沟通是过程，参与是结果
- 过程导向-结果导向

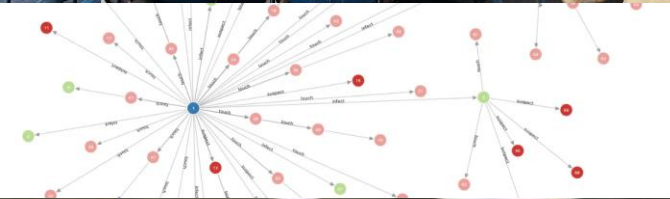


79%

绝大多数传播专业人士 (79%) 表示他们的公关活动侧重于吸引最终用户/目标受众参与

25%

但仅有 25% 的传播负责人表示他们“总是”能够找到合适的媒体记者和影响者(Influencer)来帮助其影响。



媒体行业活动

Media activities cooperation



美通社开放日-带领企业走进媒体



媒体论坛/沙龙

更精细化操作，以用户人群“人”的差异化沟通

在GPT+时期进行有效媒体互动 四点行动建议

以下美通社专家小组是对传播者提供的一些媒体关系经验和洞察，所有行业都适用

1. 积极主动发声

任何企业都要学会如何正确为自己发声，确保利用所有可用资源和渠道，信息只有被传播出去才有价值。专业媒体内容将会给传播带上放大器。

2. 高层建立信任

在不确定时期，利用企业决策层 (C-Level) 提供高质量的思想领导力 (Thought Leadership) 内容，更有助于展示品牌的市场专业知识，建立消费者信任。

3. 透明度是关键

信任和尊重是记者最希望从公关从业者这里得到的，我们所处的传播行业正在将很多关系商品化，但我们有理由相信，作为新闻从业者，记者也会更加重视和企业更真实，更少交易的一种互信关系，透明度则是建立关系的关键。

4. 确保知己知彼

和记者建立从被动到主动的合作关系，在关系建立的过程中知己知彼，帮助记者的工作变得更轻松，比起媒体想要什么，了解记者“不想要什么”是媒体关系成功的关键，机会永远留给有准备的人。

GPT+时期什么样的信息最有价值？

答案是：只有被传播出去的信息，才最有价值。



AI人工智能 海量内容可能带来的问题

公关解决方案

重视内容质量

用户注意力分散

精简内容

信息筛选困难

遵守法规和道德规范

内容同质化

确保信息真实可靠性

资源投入增加

重视用户在不同平台上的体验

知识产权风险

组合内容策略&整合传播

监测和分析数据



【媒体情报】化工行业媒体关注-ESG报告的

【媒体情报】近期制造业媒体关注热点-制造业与双碳

【媒体情报】近期科技行业媒体关注热点-物联网推动双碳进程

截稿日期：2023年04月07日

截稿日期：2023年04月30日

截稿日期：2023年04月30日

*“媒体情报”是美通社PR Newswire定期收集的媒体关注热点。 “媒体情报”并非媒体提供的、已确定的选题，以下内容仅供企业的公关人员、内容策划等相关人员参考。

*“媒体情报”是美通社PR Newswire定期收集的媒体关注热点集合，涉及各类主题、覆盖各行各业。 “媒体情报”并非媒体提供的、已确定的选题，以下内容仅供企业的公关人员、内容策划等相关人员参考。

*“媒体情报”是美通社PR Newswire定期收集的媒体关注热点集合，涉及各类主题、覆盖各行各业。 “媒体情报”并非媒体提供的、已确定的选题，以下内容仅供企业的公关人员、内容策划等相关人员参考。

美通社收集化工行业媒体对聚焦报道版块盘点，整理了如下跟

美通社收集行业媒体对近期将聚焦报道版块盘点，整理了如下跟制造业综合相关的媒体关注点如下：

美通社收集行业媒体对聚焦报道版块盘点，整理了如下跟科技综合相关的媒体关注点如下：

1.ESG报告的量化度

2.碳减排的的统一计量方法：如合作可持续发展”（Tfs）化工行业价值链的《产品碳足迹指南》

3.循环经济的基本方法：如基于质量平衡法，将废弃的塑料制油，再应用于生产原料，投入新产品的二次生产和循环再利用

1.生态聚焦：从原材料采购、处理、产品制造、交付运输、使用，一直到产品消费、废弃全生命周期都存在碳足迹。

2.关注误区，即盲目去工业化。减排不是减生产力，必须处理好发展和减排的关系，在工业稳定的基础上减少碳排放。

3.关注传统产业智能化。即用最少的碳排放实现最高的生产力。

1.关注物联网如何推动双碳进程：如监测碳排放，对相关数据的监测和采集

2.关注电力应用场景及案例：在电力领域如何大量使用物联网技术进行数据分析。

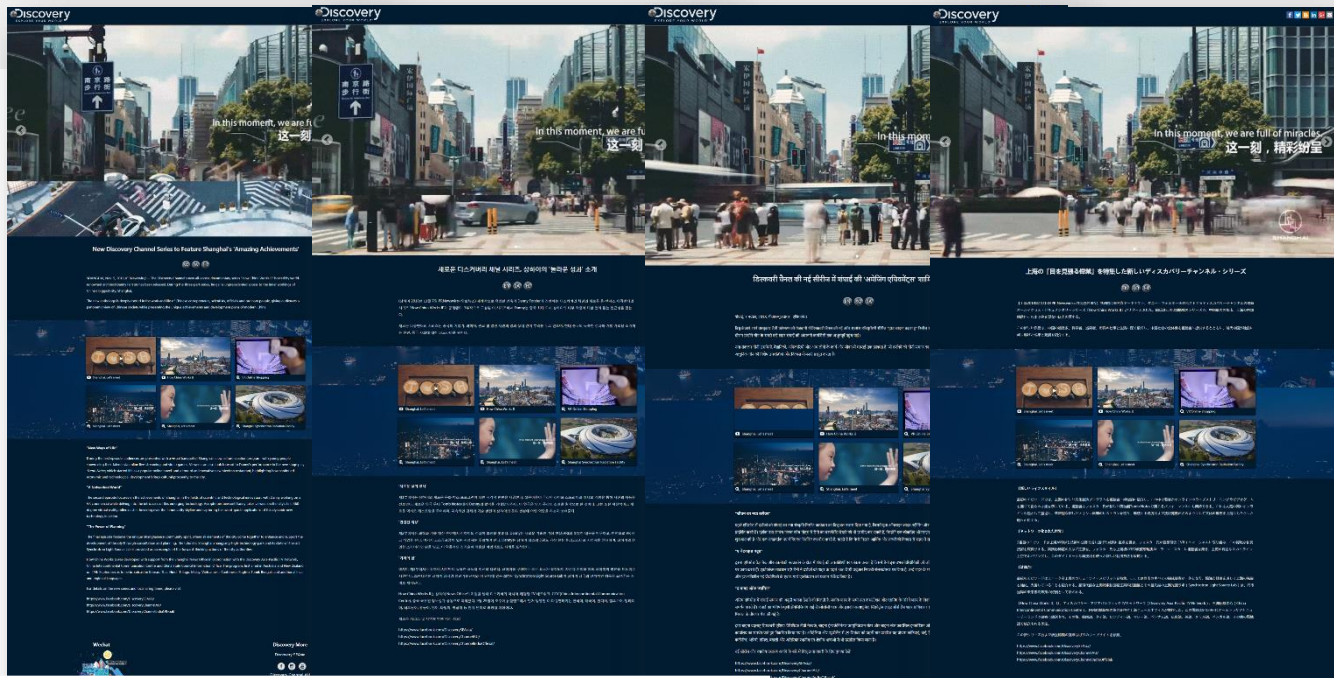
3.建筑行业应用场景：如何通过物联网技术及洞察建筑中用能设备和区域的能效异常，优化设备操作流程，提高人员管理效率来实现建筑的持续节能。

4.工业领域应用场景：关注物联网工业领域应用案例及研发成果：如通过流程优化，智能化节能控制，降低碳排放，逐渐形成具有自感知、自学习、自决策、自执行、自适应的新运行方式，最终建成资源消耗少、质量效益好、运营成本低、环境生态友好的低碳智慧企业。

5.农业领域应用场景：关注农业领域，基于物联网的解决方案。

6.交通领域应用场景示例，如何通过物联网实现车辆之间、车辆和基础设施之间的智能协同，达到加快路口通行速度、降低车辆燃油消耗、提高交通安全冗余度等目标。

多媒体新闻稿MNR案例 MNR Case Study



□ 多语言发布客户: **Discovery**

现场视频新闻

Enhanced Video Distribution



视频策划/高管采访



现场拍摄



专业剪辑



增强视频发布



反馈报告



Leo Lu

SRI Board Advisory Member
Advisor & Business Developer

PR Newswire
a CISION company

CISION



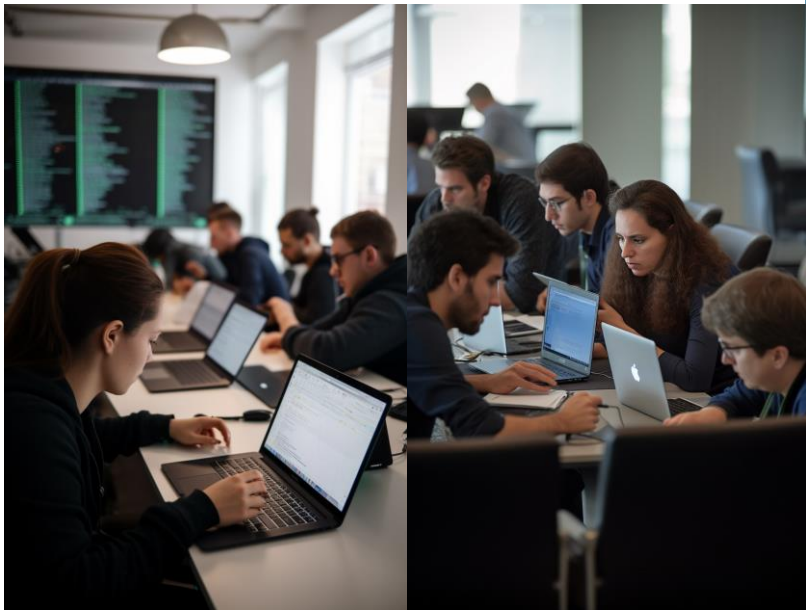
NAERSILING 首场云直播发布
秀：城市捕影者

1. 一点资讯
有趣 更 有用

长按二维码
观看视频

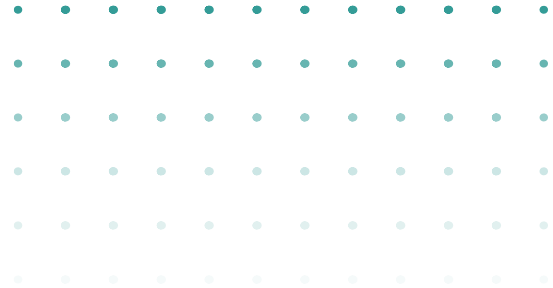


企业品牌关于AI时代公关竞争刚刚开始



CISION®

PR Newswire



**WE TELL
YOUR STORY
TO THE
WORLD**

