

CISION
PR Newswire
美通社

公关传播人士使用生成式 AI 的 完整指南

引言

尽管人工智能（AI）已存在数十年，但随着 Gemini、ChatGPT、DALLE-3 和 Midjourney 等生成式工具的出现，这项技术近年来呈指数级增长。

生成式 AI 已获得广泛应用，并迅速渗透至很多行业领域，公关与传播界亦不例外。根据 Cision 与 PRWeek 于 2025 年对 300 余位公关与传播高管开展的调研显示：

- **67%** 受访者表示生成式 AI 已深度融入其整体传播战略。
- **三分之一** 或更多受访者表示，其团队定期将生成式 AI 应用于内容创作、内容审核与优化以及营销策略参考。

然而，传播团队仍在探索该技术的高效应用之道。同一调研显示，仅 30% 的公关与传播领导者对其企业“无论是当下还是未来，都能充分利用 AI 优势”表示“高度自信”。

本指南旨在为公关与传播团队提供关键信息，帮助他们在应对挑战的同时，充分把握 AI 技术带来的机遇。

目录

公关传播领域
AI 应用简史

04

AI 在公关传播领域的
机遇与挑战

06

生成式 AI
入门指南

12

生成式 AI 应用最佳
实践

17

人文视角：AI 在公关传播
领域应用的未来展望

19

针对特定公关传播任务
的 16 个 AI 提示

22

AI 术语速查表

25

关于 Cision

26

公关传播领域 AI 应用简史

无论我们是否察觉，人工智能早已悄然融入日常生活。它是亚马逊 Alexa、苹果 Siri 等智能语音助手的核心技术。从写作应用中的拼写检查功能，再到 Netflix 的追剧推荐算法，乃至处理话费争议的聊天机器人，这些功能背后都运行着人工智能技术。

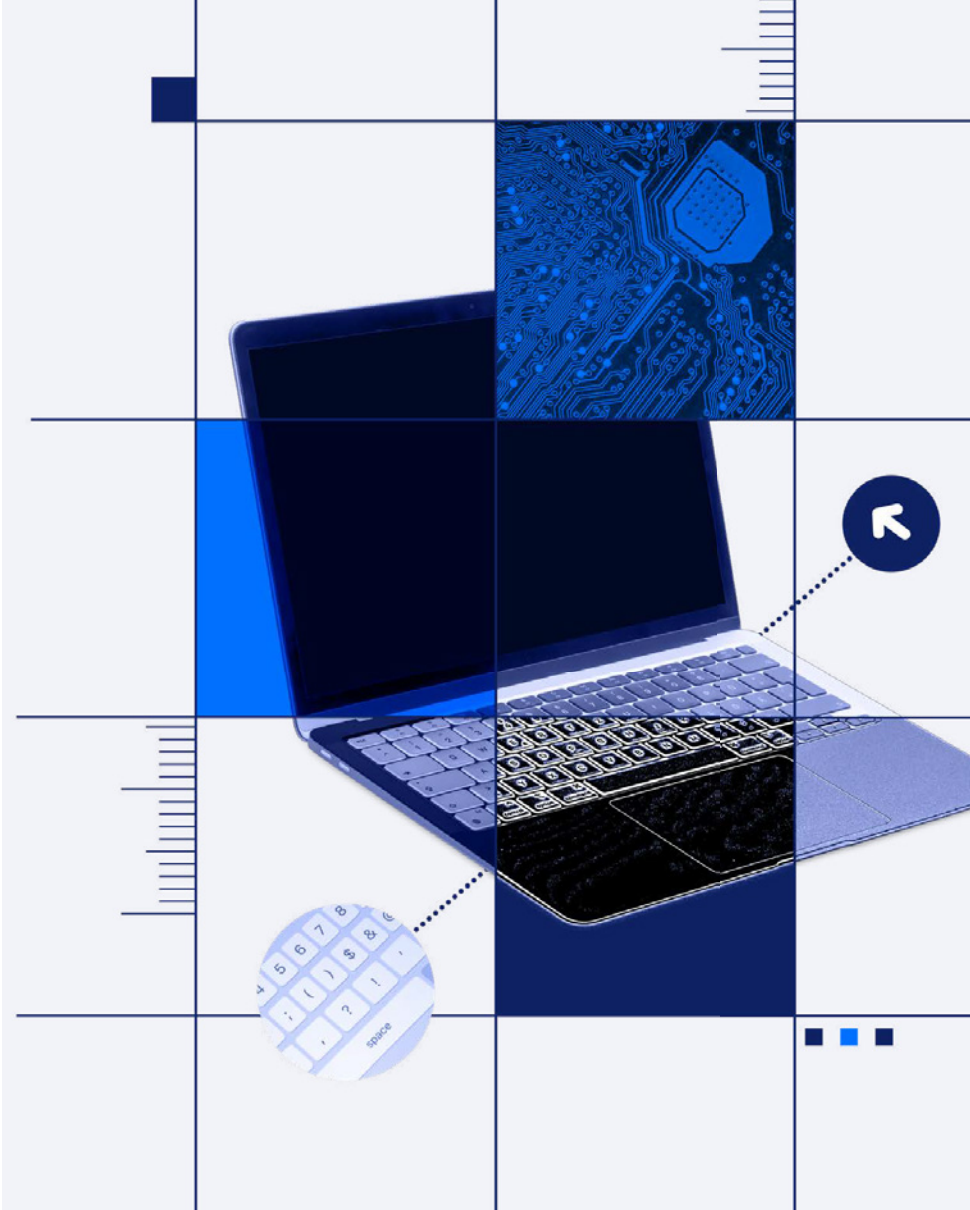
在公关与传播领域，早在 ChatGPT 问世之前，AI 就已在行业幕后发挥着重要作用。

例如，传播行业已使用十余年的情感分析技术，建立在自然语言处理（NLP）与机器学习（ML）这两大 AI 分支之上。它们能解析文本中的情绪倾向，并将其分类为积极、消极或中立。

同样，媒体数据库、媒体监测或社交聆听工具，都依赖 AI 技术快速抓取目标数据，并以逻辑化的方式呈现。

虽然机器理解人类语言的能力并非新事物，但生成式 AI 的崛起却具有划时代意义。基于大语言模型（LLM）的生成式 AI 能以对话方式与人类互动，为传播人员开辟了无限可能，它正逐渐成为内容创作过程中不可或缺的创意伙伴。

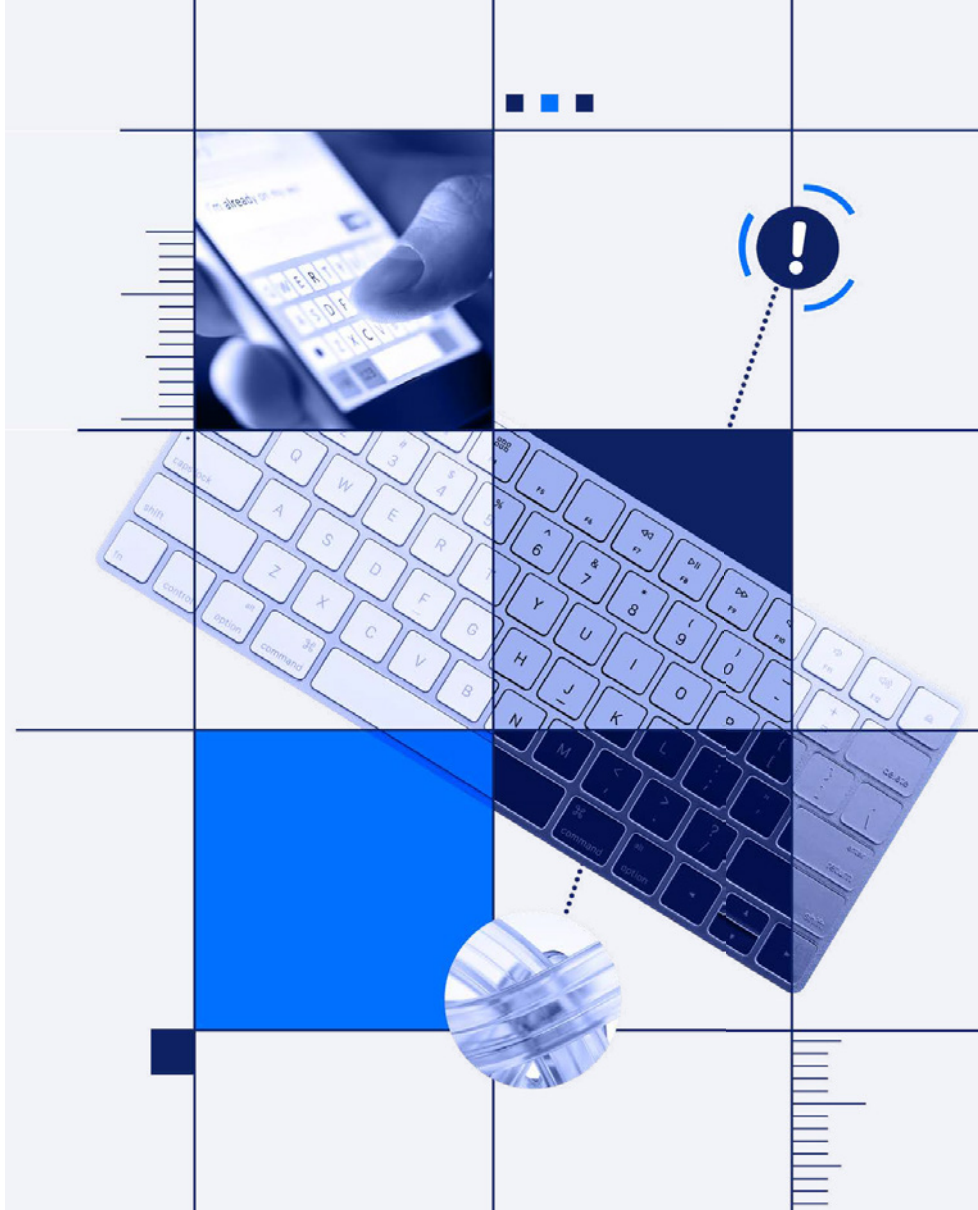
本指南将聚焦公关与传播团队如何运用生成式 AI，借助这项日益精进的技术提升效率和表现并改善策略。



AI 在公关传播领域的机遇 与挑战

生成式 AI 为公关与传播团队拓展了创新空间，从新闻稿撰写、社交媒体帖子创作到报告摘要生成，应用场景层出不穷。具有前瞻性的传播团队已跨越试验阶段，将 AI 纳入常规工作流程；更多团队则迫切希望整合这项技术，以提升内容生产效率。

然而，尽管潜力巨大，AI 应用仍伴随着风险。传播专业人士在工作流程中引入 AI 时，必须审慎权衡其优势与潜在挑战。



AI 应用场景

长期以来，AI 一直作为底层技术存在于传播管理平台中（例如情感分析功能）。

但随着生成式 AI 的普及，公关与传播团队如今能自主决定 AI 的应用方式、使用场景及使用深度。以下将阐述 AI 在公关传播活动中的应用场景。

内容开发与创作

根据《2025 企业传播报告》，37% 的传播专业人士会“定期”使用生成式 AI 进行内容审核与优化。从撰写媒体推介和新闻稿，到创作社交媒体帖子和文章，AI 能显著优化内容创作流程。例如，公关人士可利用 AI 基于新闻稿为特定媒体机构撰写文章，或针对不同渠道和受众群体创作社交媒体帖子。

媒体报道

AI 可帮助识别并建立相关媒体联系人名单，用于定向推介。

此外，AI 还能根据特定记者的个人资料和过往作品，为其量身定制推介内容。研究表明，记者更青睐数据和多媒体内容，因此 AI 生成的信息图表和数据可视化能使媒体推介更具吸引力。

危机与声誉管理

AI 驱动的媒体监测工具可提前识别并化解潜在的公关风险，避免形成全面的品牌危机。当危机发生时，生成式 AI 能快速起草初步应对内容，包括新闻稿、内部通讯或社交媒体帖子，帮助在所有渠道快速传播关键信息，并根据不同受众（投资者、客户、员工等）进行内容调整。

活动与营销管理

生成式 AI 工具不仅能进行公关活动的主题、标语或概念等内容的建议，还能帮助制作针对特定受众和渠道的各类宣传材料，以及活动后续的跟进信息。利用 AI 创建着陆页、活动邀请函，并提供日程安排建议，可使您的营销活动或其他活动更具吸引力。

AI 的优势

通过审慎运用 AI 技术，公关传播团队能够在高度竞争的市场环境中提升战略能力、打造更具影响力的活动，帮助所在组织或客户取得更卓越的成效。

运用生成式 AI 强化传播工作，将带来深远持久的积极影响，具体体现在以下方面：

效率与规模化的提升

AI 能简化内容创作流程，并批量化生成各类内容，例如将一篇新闻稿转化为博客文章、产品着陆页及一系列社交媒体帖子。借助 AI 这一创意助手，您可以提高内容创作效率，从而腾出更多时间专注于战略性公关工作。

营销活动效果的优化

在受众注意力稀缺的时代，高度个性化的公关策略能使品牌脱颖而出。AI 可帮助针对不同受众、媒体机构和社交平台定制传播内容，从而提升与记者、网红、客户、潜在客户及其他利益相关方的互动质量，最终实现更佳的营销活动效果。

快速响应能力

危机处理的关键在于时效性。AI 能快速生成符合受众特征和事态敏感度的初步回应方案，确保团队能够及时、恰当地应对危机，并且保持各渠道口径一致。

创意支持

尽管 AI 无法取代人类创造力（需谨记其输出基于既有数据训练），但它能提供营销活动、其他活动及内容方面的创意支持，包括构思具有媒体吸引力的新闻选题以获得报道机会。

了解风险：公关团队须知事项

在执行 AI 战略时，确保负责任、符合道德规范的技术应用至关重要。下面介绍生成式 AI 的五大潜在挑战，以及公关传播团队如何应对这些挑战。

1. 伦理问题与监管不确定性

在生成式 AI 应用领域，尚未建立明确且国际通用的伦理与责任规范，透明度、错误信息和隐私问题仍处于法律灰色地带。在法律体系完善前，各机构需自主管控准确性、隐私性、公平性、透明度和平等性方面的潜在风险，并践行 AI 伦理准则，通过坚守道德标准，建立更公平、负责且安全的 AI 生态体系。

2. 潜在法律风险

由于大语言模型 (LLM) 是基于现有内容训练的，因此其生成内容可能会侵犯他人的知识产权。公关团队还需警惕 AI 可能生成事实错误或诽谤性内容。这些都将导致法律纠纷或声誉损害。因此，若未经严格审核直接使用 AI 生成内容，品牌可能面临诉讼风险。

3. 偏见与歧视

基于数据训练的 AI 可能延续偏见与刻板印象。任何带有偏见的内容或决策不仅会影响公关工作、损害组织声誉，更可能违反相关法律。

4. 真实性弱化

生成式 AI 缺乏批判性思维和共情能力，这些特质只有深度理解问题本质的人类才具备。它无法建立和维护公关专业人士赖以成功的真诚人际关系。过度依赖 AI 可能导致产出内容缺乏真实性，显得疏离或缺乏诚意。

5. 恶意滥用风险

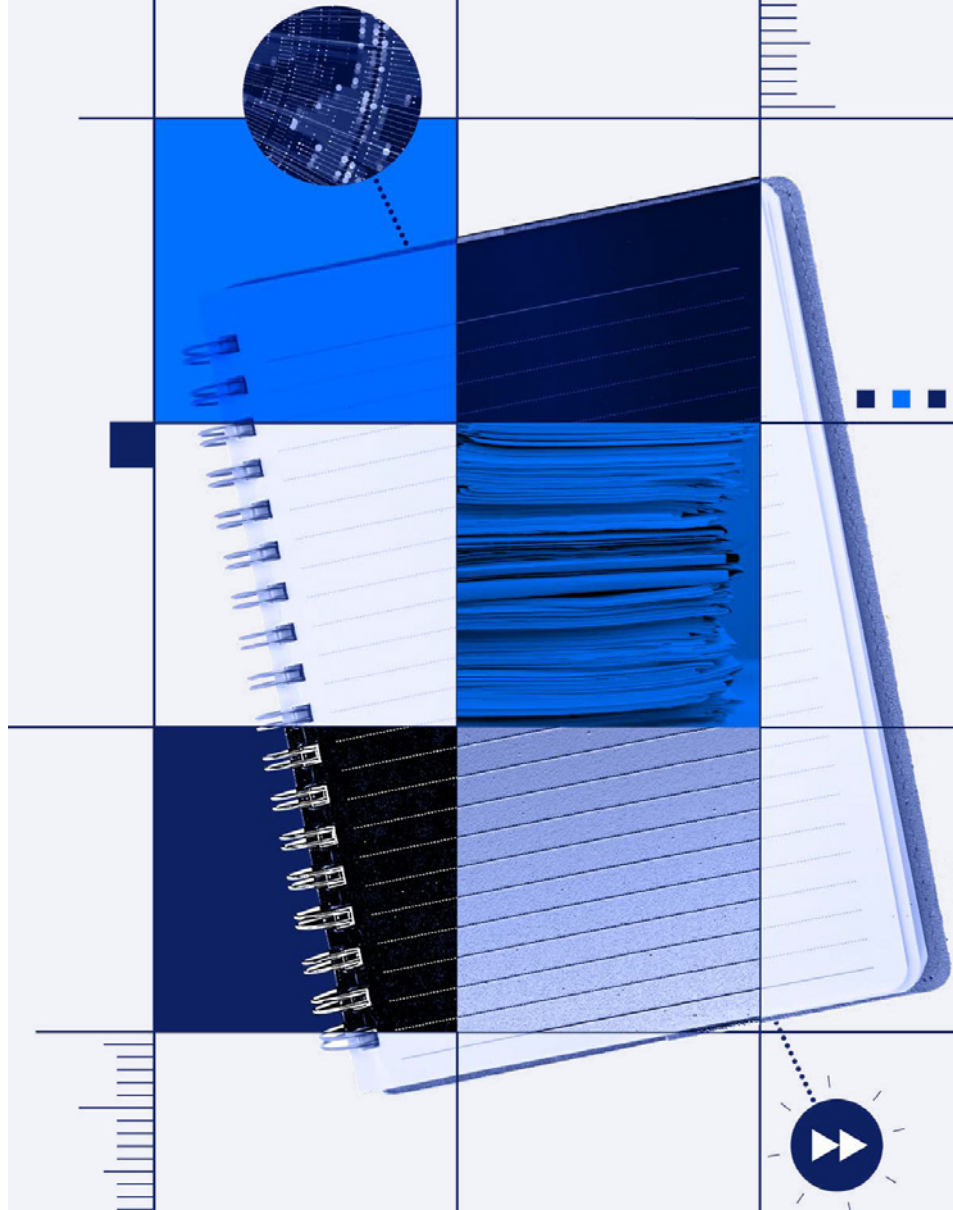
生成式 AI 可能被用于制作深度伪造内容和虚假新闻，带来法律与声誉风险。这要求公关与传播团队加强媒体监测，建立机制识别可能损害品牌声誉或引发公关危机的虚假信息。

建议

在了解使用生成式 AI 创作内容的风险后，可通过以下措施降低风险，保护品牌、客户及行业利益。

1. 明确界定何时、何地以及如何使用 AI 生成内容。这有助于您评估 AI 内容对品牌声誉和公众认知的潜在影响。请审慎考量使用 AI 的适当时机，并判断在哪些场景下您的客户与受众可能期待（并接受）AI 生成的内容。
2. 制定 AI 应用指南并建立明确的工作流程，要求领域专家对所有 AI 生成内容进行准确性核验。
3. 咨询法律顾问以了解动态更新的版权法。这将帮助您更清晰地了解如何合理使用 AI 生成内容（以及如何基于自有内容训练 AI 模型）。
4. 在当前缺乏统一监管的情况下，应率先践行负责任的 AI 使用原则。推动管理层制定企业伦理准则或内部规范，与政策制定者合作，为行业标准与指南的建立提供建议。

更多关于负责任且高效运用 AI 的建议，请参阅第 18 页的最佳实践部分。



生成式 AI 入门指南： 公关传播团队分步教程






















在了解生成式 AI 为公关与传播行业带来的挑战、机遇及影响后，即可着手探索其实际应用潜力。

下面的五步指南将助您快速入门（注：在本部分，我们将主要以 Gemini 为例进行说明，但多数建议同样适用于其他 AI 应用。）

第一步 选择正确的工具

当前市面上的 AI 工具种类繁多，功能各异，初涉者易陷入选择困境。建议采取渐进策略，先熟悉部分应用的功能及应用场景。

下面列举了几款目前最受欢迎、易上手且实用性强的生成式 AI 工具，供初期探索使用。

文本生成类 AI	图像生成类 AI	音视频生成类 AI
 Gemini	 DALL·E	 SORA
 ChatGPT	 Midjourney	 synthesia
 Claude	 Canva AI TOOLS	 PICTORY
 Copilot	 Adobe Firefly	 FlexClip
 deepseek	 Leonardo.Ai	 IIElevenLabs
 Jasper	 ContentShake AI	 Speechify
 Poe	 DreamStudio	 WellSaid

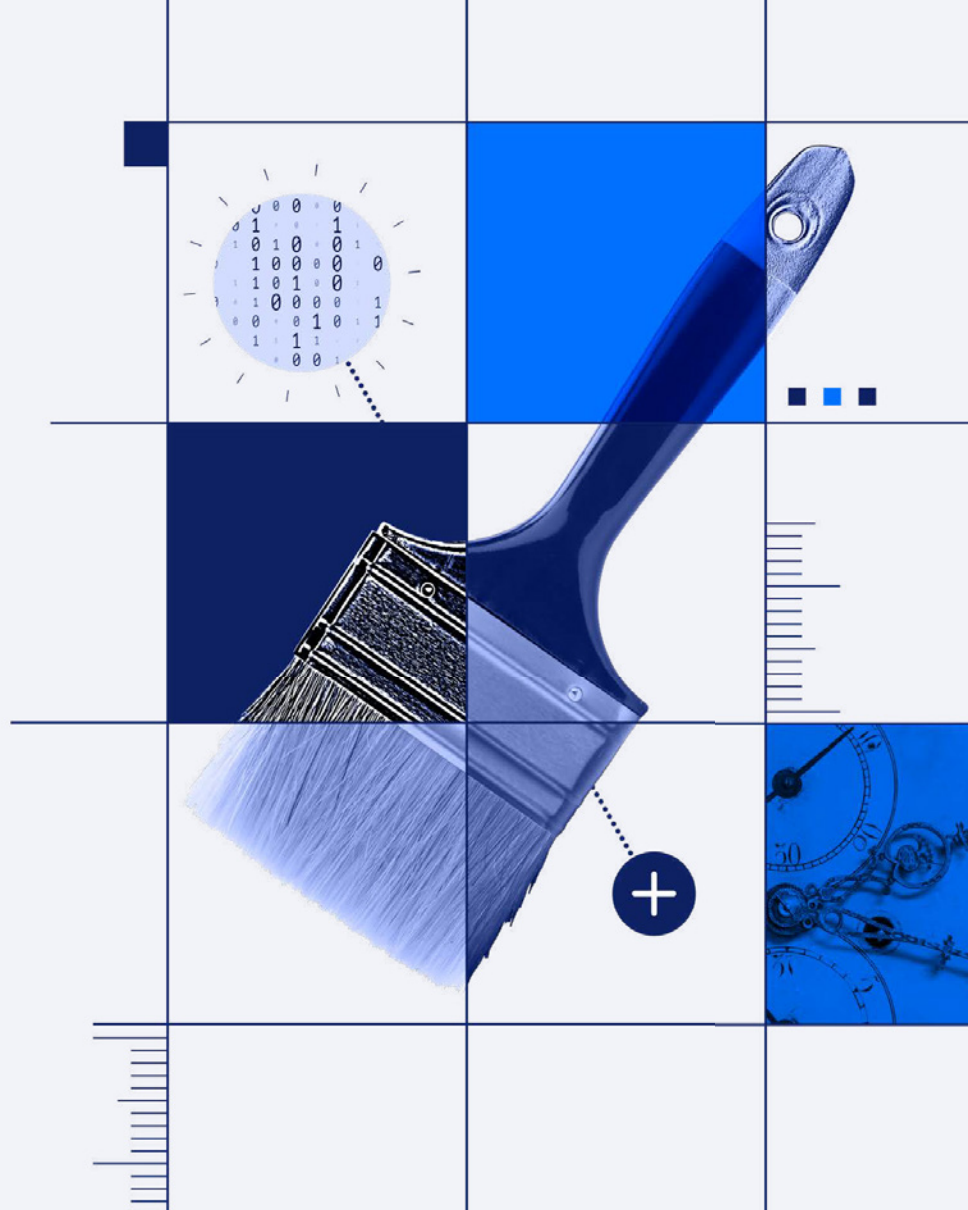
第二步 需求定位

明确 AI 应用目标至关重要。建议从分析现有工作量入手，识别重复性或耗时性任务，其中包括：

- 起草新闻稿
- 撰写社交媒体帖子
- 回复媒体问询

最重要的是，AI 还能针对危机管理等特定场景生成信息。当您预判某事件可能引发公众负面反应时，Gemini 可协助主动预测风险类型、生成回应，并为各利益相关方定制关键信息。但需注意，首先应向 Gemini 提供正确的背景信息。

在此基础上，建议根据潜在影响力、系统集成难易度和需求紧迫性来确定 AI 工具的优先级。这意味着可优先关注社交媒体内容创作等高频任务。可尝试将新闻稿作为背景信息输入 Gemini，要求其生成一系列配套的社交媒体帖子。



第三步 测试与训练 AI

提示词 (Prompts) 是生成式 AI 的核心基础。向生成式 AI 输入指令或问题, 其表述质量及后续对话的引导方式将直接决定输出内容的精准度。

可以先从新闻稿撰写入手, 具体操作步骤如下:

<p>要求 AI 工具根据要点提纲起草新闻稿</p>	<p>提供新产品发布、企业公告或商业计划的初步详细信息</p>	<p>补充 AI 工具无法自主获取的背景信息, 例如可能使用的产品名称或发布日期</p>
<p>提供反馈以优化 AI 对需求的理解</p>	<p>提供语气与篇幅指导, 甚至可要求在新闻稿中引用的某位人士的发言</p>	<p>更多适用于公关场景的 AI 提示建议, 请参阅第 24 页。</p>

* 确保公司政策允许向 AI 工具提交未发布的产品及企业信息。

撰写社交媒体帖子是另一个潜在的应用场景。可要求 Gemini 对现有文案进行精简以满足特定字符数要求, 或根据不同社交平台的受众特性调整语气风格。

在所有场景中, 明确商业目标和传播预期, 将显著提升任何具体任务的执行效果。例如, 您可以告知 Gemini 需要通过提升某篇帖子的点击量或分享量, 来为特定网站引流。

这是一个需要迭代优化的学习过程, 难免会经历试错阶段。随着您不断优化请求指令, AI 工具将更精准地理解您的具体需求。因此, 建议保持指令与当前“对话”的一致性。如需执行全新且不相关的任务, 请开启新的对话。

第四步 审核与编辑生成内容

生成式 AI 工具虽能快速生成内容，但仍需人工审核编辑。必须仔细检查语言的地域性差异并交叉核对数据准确性，这一点至关重要，特别是当内容需要发送给记者或在社交媒体公开发布时。

AI 仍存在“幻觉”风险，可能生成虚假研究数据或虚构作者信息等不实内容。因此，若仅通过简单提示让 AI 工具生成文本（而非重新格式化或总结您提供的文本），需格外谨慎。

同时必须注意保持统一的品牌语调。AI 虽能协助创作吸引人的内容，但必须确保风格与品牌调性一致。这正是发挥您公关与传播专业优势的地方。

内容听起来是否正确？关键信息是否得到突显？是否针对目标受众进行了定制？需谨记，虽然可以要求 AI 从特定受众角度对文本（包括 AI 自身生成的内容）提供反馈，但人类特有的情感共鸣与直觉判断仍是 AI 无法复制的。

第五步 将 AI 融入工作流程

随着对 AI 应用的熟练，可逐步将其直接整合至特定工作环节，如新闻稿撰写、社交媒体文案创作或博文大纲拟定。

需建立效果评估机制，追踪时间节省程度及初稿质量提升情况。例如，可对比传统方式与 AI 辅助下完成新闻稿从起草到发布的全流程耗时。若时效显著提升，则证明 AI 应用有效。

当发现 AI 对某些任务产生积极影响时，可集中优化这些场景的应用效果。待 AI 效能充分发挥后，您将能腾出时间投入到更具创造性或战略性的公关与传播工作中。

需知 Gemini 等工具不仅是文本生成器，更是巨大的信息库，它能识别格鲁尼格与亨特的四种公关模式、巴塞罗那七原则等行业标准框架，可据此起草策略方案或评估现有策略，并提供改进建议。

即便您已建立内部评估框架，该系统依然适用，只需在提示中将其作为背景信息提供即可。

生成式 AI 应用最佳实践

如果您正准备使用 AI 技术或正在实施该技术，请谨记以下最佳实践。

管理预期

首先明确您的具体目标以及 AI 如何提供协助。切勿期待 AI 能完全替代人类职能，并对结果修正保持开放态度。

AI 的主要局限在于无法复制人类的情感认知与共情能力——虽可模仿相关表达，但仍需依赖人类的直觉判断与经验积累。

建立内部 AI 流程

与高层及核心利益相关方就 AI 在传播战略中的应用达成共识。该框架应包含 AI 生成内容的审批流程规范，以及可使用 AI 的目标应用场景，并需要定期加以审核。

建立跨部门协作机制，整合传播、法务与技术团队的多方意见，共同构建内部流程，在保护企业声誉的同时，促进 AI 的创新应用。

培养提示技巧

通过向生成式 AI 工具提问来练习（参见第 24 页）。您的请求越精确，得到的回应就越准确。您随时可以咨询 AI 如何优化特定问题的表述。

如果您希望让社交帖子的语气更加轻松，可向 Gemini 提供一些目标风格的参考示例。您还可以借助文本工具获取图像生成器的提示词建议。

保持 AI 使用透明度

应确保受众和客户知悉他们正在与 AI 工具互动，如果他们无法获得满意回复，则为其提供人工服务选项。

企业还应制定 AI 使用准则并对外公开。随着 AI 技术迭代更新及监管政策的逐步落实，须确保该文件保持“动态更新”并定期修订完善。

恪守伦理与责任准则

需警惕 AI 模型可能基于训练数据产生与人类相似的偏见倾向，以及 AI 生成内容中潜在的错误风险。

使用 AI 时必须尊重受众隐私与权利，在法规尚未完善时，避免向生成式工具提交任何敏感企业信息。如需详细了解负责任的 AI 应用，请参阅第 10 页。

拓展 AI 知识与技能

在这个快速发展的领域，培养 AI 素养至关重要。尝试新工具及体验现有产品都大有裨益。您可能会发现与 ChatGPT 相比，Gemini 的回复质量更高，或更青睐 Midjourney 而非 DALLÉ-3 生成的图像。

在探索最适合工具的同时，需持续关注行业最新动态。值得注意的是，许多日常应用（如 Microsoft Copilot）已集成 AI 功能，建议深入挖掘这些功能以提升工作效率。

人文视角： 生成式 AI 在公关传播领域应用的 未来展望

可以断言，生成式 AI 是自社交媒体和互联网诞生以来最具颠覆性的技术飞跃。同样可以预见的是，正如昔日的社交媒体和互联网，它将以我们尚未预料的方式重塑行业格局。

当前可确定的是，无论 AI 技术如何突飞猛进，人类的参与始终不可或缺——既要确保负责任、符合道德规范的技术应用，更要守护品牌最珍贵的资产“声誉”所依赖的真实性内核。



根据 Cision 的 CASED 框架，在以下五大关键领域，人类仍将发挥不可替代的作用，确保我们能够有效运用 AI 并获益：

情感理解 Context

公关传播人士必须为所使用的 AI 模型提供业务、未来计划及理念等关键背景信息。

协同感知 Awareness

在多 AI 协同系统中，当多个应用执行不同任务时，各 AI 工具不仅需要感知其他 AI 的存在，还需识别系统中的人类操作者。

战略制定 Strategy

在明确目标与预期成果方面，仍需由公关传播专业人士主导决策过程。

共情判断 Empathy

人性化判断至关重要。AI 模型可能提供技术上“正确”的输出，但其是否符合伦理标准与道德准则仍需人类把关。

方向把控 Direction

人类必须始终掌握最终决策权。AI 不应有自主控制权，确保其应用始终处于人类监督之下，这是公关传播人员的职责。

尽管 AI 将取代多个人类工作岗位的担忧普遍存在且并无道理，但在公关与传播领域，人类与技术协同工作的需求仍至关重要。

这并非否认 AI 将对公关和企业传播行业以及就业市场产生深远影响。正如新兴观点所言：“AI 不会取代你，但善用 AI 的人会”。本质上，AI 并非要替代人类的创新与传播能力，而是通过深化对受众、趋势及核心信息的理解来增强这些能力。

通过加速和优化工作流程，AI 使人类得以聚焦最擅长的领域：建立具有影响力的重要关系、策划和执行战略营销活动，以及用关怀和同情之心应对危机。

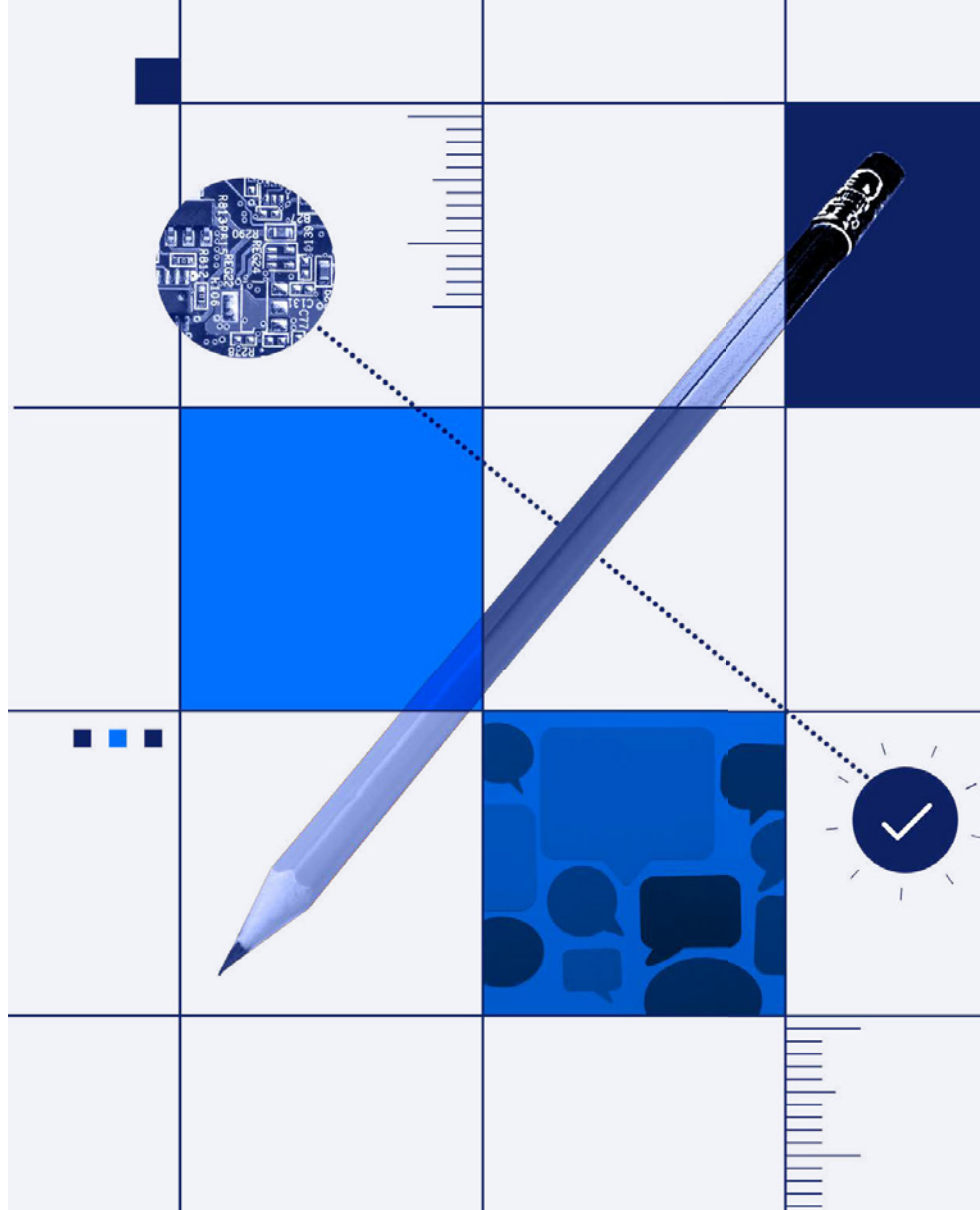
拥抱变革、探索创新、保持敏捷本就是公关和企业传播团队的核心特质。不妨将人工智能视为激发创意、提升价值的机遇，通过使用 AI 为所在组织与客户创造更大价值。

AI 的未来充满无限可能，虽然可能重塑传统工作与创意模式，但积极适应技术进步，将是当下及未来持续发展的关键所在。

针对特定公关传播任务的 16 个 AI 提示

无论您需要撰写新闻稿、制作媒体推介方案，还是只想开展营销活动集思广益，都可以尝试这些提示，让生成式 AI 助您更接近目标。

小技巧：将这些提示视为对话起点。AI 工具可能会要求补充信息，此时可提供背景信息，待输出内容完善后再交由人工审核。



内容开发与创作	危机与声誉管理	媒体关系	活动与营销管理
<p>“为 [品牌名称] 拟定 3-5 条简洁有力的关键传播信息，准确传递其独特价值主张，并引发 [目标受众] 共鸣。”</p>	<p>“针对客户关于 [具体问题] 的集中投诉，协助制定回应策略：需体现同理心、解决问题并维护品牌声誉。”</p>	<p>“提供识别并联系 [特定行业 / 领域] 顶级记者及媒体机构的策略建议，包括可行的接洽方法。”</p>	<p>“构思创新的公关营销活动，展示 [具体产品] 的影响力及我们的差异化竞争优势。”</p>
<p>“制定为期 6 个月的内容计划，包含确立 [客户] 行业思想领袖地位的博文选题，涵盖新兴趋势解读与专业实力展示。”</p>	<p>“制定详细的危机沟通预案，包含情景预判、响应流程、沟通模板及利益相关方管理策略。”</p>	<p>“为我们的首席执行官准备全面的访谈资料，涵盖可能提出的问题、核心谈话要点、信息一致性以及媒体访谈最佳实践。”</p>	<p>“制定完整的活动推广策略，涵盖媒体联络、社交媒体预热活动、网红互动及潜在媒体预展机会。”</p>
<p>“为 [客户] 制定社交媒体营销策略，重点突出 [具体差异化优势]，精准触达 [相关平台] 的 [特定受众]。”</p>	<p>“针对近期的社交媒体提及内容，制定一套完整的情绪分析方案，要求能够识别关键主题、情绪走向及可执行洞察。”</p>	<p>“开展竞争性公关分析，研究竞争对手的近期媒体报道、传播策略及可利用的潜在空白点。”</p>	<p>“构建多维度的公关营销评估体系，整合媒体曝光量、情感分析、信息渗透度及商业影响等定量与定性关键绩效指标。”</p>
<p>为 [品牌名称] 将于 [日期] 举办的 [活动类型] 撰写有吸引力的媒体推介方案，着重强调其独特影响力与新闻价值。”</p>	<p>“起草危机初步回应方案，包含针对 [具体事件] 的声明，重点强调我们在透明度与问题解决方面的承诺，然后预测记者可能就 [当前问题] 提出的一系列问题及相应回答要点。”</p>	<p>“为 [品牌] 制定完整的网红识别与互动策略，包含筛选标准、接洽方法及潜在合作框架。”</p>	<p>“协助起草关于 [具体产品 * 名称及描述] 的新闻稿，该产品将于 [日期] 上市，需重点强调其主要功能及目标市场。”</p>

* 确保公司政策允许向 AI 工具提交未发布的产品及企业信息。

AI 术语速查表

人工智能 (AI)	能够执行通常需要人类智能的任务的计算机系统，包括视觉感知、语音识别、决策制定和语言翻译等。	机器学习 (ML)	人工智能的一个分支，计算机系统无需显式编程即可从经验中自动学习并改进。
深度伪造 (Deepfake)	由 AI 生成的虚假媒体内容，如篡改的视频或看似真实但实际上并不存在的图像。	自然语言处理 (NLP)	人工智能的一个领域，致力于使计算机能够理解、解释和生成人类语言。
生成式 AI (Generative AI)	能够基于从现有数据中学习到的模式，创造全新原创内容(如文本、图像、视频或音乐)的 AI 模型。	预测分析 (Predictive Analytics)	利用数据、统计算法和机器学习技术，基于历史数据预测未来可能发生的结果。
幻觉 (Hallucination)	指 AI 生成看似真实可信但完全虚假的信息，这些信息并非基于事实或训练数据。	提示工程 (Prompt Engineering)	设计输入指令以引导 AI 系统生成更精准、相关且符合预期的输出结果的过程。
大语言模型 (LLM)	基于大量内容训练的算法，能够生成文本、以自然语言回答问题或将材料从一种语言翻译成另一种语言。	训练数据 (Training Data)	用于训练 AI 系统的数据集，包含多样化的示例，使系统能够学习模式、做出预测并发展能力。

CISION®

PR Newswire®
美通社

关于 Cision

Cision 是消费者和媒体情报、互动及传播解决方案的全球领导者。我们致力于为公关和企业传播、市场营销以及社交媒体专业人士提供一系列工具，助其从当今数据驱动的世界中脱颖而出。凭借深厚的专业知识、独家数据合作伙伴关系以及屡获殊荣的品牌和产品（包括 CisionOne、Brandwatch 和美通社），我们帮助 7,5000 多家公司和组织（包括 84% 的财富 500 强企业）与最重要的受众建立联系，确保双方能够相互看见并了解彼此。

了解 Cision 如何与 Google Cloud 携手合作，利用 Google 先进的 AI 功能推动公关团队创新。

[预约咨询我们的专家。](#)

关于美通社

美通社 (PR Newswire) 在企业传播领域深耕多年。1954 年美通社开创了企业新闻稿发布行业的先河，于 2016 年成为 Cision 旗下公司。美通社服务着全球七万多家企业和机构，每天以四十多种语言，帮助客户把他们的最新文字、图片和视频资讯发布给世界各地的目标受众。此外，美通社还提供全球媒体数据监测和分析服务，为客户的日常传播工作提供数据、技术等支持。

感谢你阅读今年的媒体调查报告。要了解更多见解或查看以往的报告，

[请访问 Cision 美通社的资源库。](#)



更多内容请关注“美通说传播”

marketing@prnasia.com www.prnasia.com

北京 (86-10) 5953 9500 | 上海 (86-21) 8017 9500 | 深圳 / 厦门 (86-755) 8203 7494 | 广州 (86-20) 2206 0436 | 杭州 (86-571) 8821 9685
成都 (86-28) 8511 4629 | 中国香港 (852) 2572 8228 | 中国台湾 (88-62) 2768 0350

新加坡 (65) 6692 2374 | 马来西亚 (60-3) 2096 9637 | 印尼 (62-21) 8063 1839 | 韩国 (82-2) 6929 2223 | 澳大利亚 (61-2) 8052 9555
越南 (84-28) 6276 8957 | 日本 (81-90) 9831 5439