

智媒时代人工智能赋能企业宣传的路径与挑战

吕品一

中国石化西南石油局采气二厂，四川 成都 610000

[摘要]智媒时代浪潮下，短视频与生成式 AI 技术重构企业宣传新形态，传统载体宣传平台（如报纸、短视频、展板、海报）正面临颠覆性挑战。AI 文字生成、AI 图片海报制作、AI 视频创作等多模态内容生产技术，以及 AI 智能审核与舆情监控，正快速重构企业新闻宣传管理体系。这既带来了降本增效、文化创新与传播质量跃升的机遇，也伴随着舆情管理复杂化及 AI 版权纠纷等全新挑战。人工智能作为变革性工具，有效统一 AI 技术赋能与企业宣传效能提升的目标。如何运用 AI 助力企业在智媒时代行稳致远成为企业宣传工作者的课题。

[关键词]智媒体；AI；人工智能；赋能；企业；宣传

DOI: 10.33142/mem.v6i3.16682

中图分类号: G43

文献标识码: A

The Path and Challenges of Empowering Enterprise Promotion with Artificial Intelligence in the Era of Intelligent Media

LYU Pinyi

Gas Production Plant 2 of Sinopec Southwest Petroleum Bureau, Chengdu, Sichuan, 610000, China

Abstract: In the era of intelligent media, short videos and generative AI technology are reconstructing new forms of enterprise promotion, and traditional media platforms (such as newspapers, short videos, exhibition boards, posters) are facing disruptive challenges. Multi modal content production technologies such as AI text generation, AI image poster production, AI video creation, as well as AI intelligent auditing and public opinion monitoring, are rapidly restructuring the enterprise news and publicity management system. This brings both opportunities for cost reduction and efficiency improvement, cultural innovation, and a leap in communication quality, as well as new challenges such as complex public opinion management and AI copyright disputes. Artificial intelligence, as a transformative tool, effectively unifies the goals of AI technology empowerment and improving corporate communication effectiveness. How to use AI to assist enterprises in achieving stability and long-term success in the era of intelligent media has become a topic for corporate propaganda workers.

Keywords: intelligent media; AI; artificial intelligence; empowerment; enterprise; promotion

引言

智媒时代浪潮下，短视频与生成式 AI 技术重构企业宣传新形态，传统载体宣传平台（如报纸、短视频、展板、海报）正面临颠覆性挑战。AI 文字生成、AI 图片海报制作、AI 视频创作等多模态内容生产技术，以及 AI 智能审核与舆情监控，正快速重构企业新闻宣传管理体系。这既带来了降本增效、文化创新与传播质量跃升的机遇，也伴随着舆情管理复杂化及 AI 版权纠纷等全新挑战。人工智能作为变革性工具，有效统一 AI 技术赋能与企业宣传效能提升的目标。如何运用 AI 助力企业在智媒时代行稳致远成为企业宣传工作者的课题。

1 人工智能赋能企业宣传的核心方向

企业可以系统性地 AI 技术应用于企业宣传的十大关键场景：创意文案生成，辅助内容创作与灵感激发；视觉素材创作，丰富宣传素材并降低成本；多形态视频生产，提升视频内容制作效率与多样性；跨语言传播适配，拓展精准国际传播能力；虚拟主持人/新闻主播，打造科技感形象并增强互动性；动态数据可视化，将复杂数据转化为

直观生动的展示；舆情威胁预警，实时监测并识别潜在风险；合规性预审，自动化检查内容规避违规风险；版权风险阻断，版权风险识别与阻断，有效规避素材侵权风险；伦理合规校准，辅助进行价值观审查以确保内容符合主流价值与社会责任要求。

这十大应用场景贯穿了宣传工作的创意生成、内容生产、传播适配、形象塑造、数据表达、风险管理及伦理把关等全链条，在媒体深度融合时代以正确认知为前提、以人机协同为核心理念/关键模式、以效能提升为目标的智能化宣传实践，是贯彻落实习近平新时代中国特色社会主义思想的前瞻性探索。

2 AI 技术在企业短视频宣传中的具体应用方法论

AI 文案写作、AI 制图、AI 视频等多模态工具应用，令企业宣传阵地正经历一场由技术基因重构的深刻嬗变——传统载体的铅字油墨、平面展陈、线性传播，在 AI 赋能中迸发出全新生机；智能创作的文案洪流、视觉奇观、影像叙事，以“思想+艺术+技术”的融合创新，既是传播生产力的历史性跃迁，更蕴含着守正创新的时代命题。

2.1 AI 写作方法论：AI 是超级写手，人类是灵魂监制
以 DeepSeek 为例：

(1) DeepSeek 模型的分类以及适用选择，如表 1：

表 1 DeepSeek 应用模型分类与应用场景对照表

模型类型	典型能力	最佳写作场景	人类监制
基础模型 (V3) 通用模型，高效便捷，适用于绝大多数人物，适用“规范性”文案任务。	高效生成、格式规范、语言流畅	通知、邮件、报告、说明文档、基础文案	检查事实准确性，确保符合品牌调性
深度思考 (R1) 推理模型，复杂推理和深度分析任务，如数理逻辑推理和编程代码，适用“开放性”文案任务	复杂逻辑、结构拆解、观点论证、创意发散	议论文、策划案、剧本、深度分析报告	校准逻辑漏洞，强化观点深度，注入人文关怀
联网搜索 (RAG) 检索增强生成，目前知识库更新至 2024 年 7 月。适用“扩展性”文案任务。	实时信息整合、数据引用、趋势分析	行业分析、热点评论、学术综述	验证信息来源可靠性，补充专业视角

(2) 如何向 DeepSeek 提问？两种模型的提示语差异。

当你面对 DeepSeek 模型准备提问时，要善于使用精准的指令架构——因为基础模型 (V3) 和深度思考模型 (R1) 具有显著不同的功能特性和适用场景，需要采用差异化的指令策略。若选择基础模型 (V3)，你正在指挥一位高效严谨的工匠。你必须用“过程-结果”高度清晰的指令为其铺设轨道：明确告知执行步骤、输出格式和验收标准。而切换到深度思考模型 (R1)，转变为激发智库专家的提问者。只需锚定核心目标，主动为推理留出弹性空间。不限定具体结论形式，反而要求模型暴露思维过程——因为 R1 的价值正在于它可能推翻你预设的答案，在数据迷雾中掘出意料外的真金矿。二者的本质区别在于：V3 需要你构建流水线，用高度精确、步骤化的指令防止偏差；R1 期待你激发深度思考，用战略性提问引爆认知革命。当你为 V3 设计提示语时，每个动词都是拧紧的螺丝；而向 R1 提问时，则应聚焦核心问题，鼓励其进行深度探索和发散思考。掌握这种差异，你便握住了驾驭 AI 思维的真正密钥。

(3) 推荐提示词结构。

① RTGO 提示语结构：

当你准备向 AI 发出指令，首先，唤醒的专业知识库 (R-角色定位)——清晰告诉它：AI 的专业身份，这将激活模型深处对应的知识库与思维模式，让模糊的“聪明助手”蜕变为特定领域的行家里手。紧接着，将构想分解成它可拾级而上的任务阶梯 (T-任务分解)——用精准的动词引导。每一个动作指令都要明确，把想法变为 AI 能执行的路径。清晰的目标旗帜 (G-目标定义) 这面旗帜不仅是方向标，更是丈量成果的标尺，确保 AI 的答案符合你的预期。最后，为预设盛放的容器 (O-输出规范) 让 AI 输出你即刻可用的报告、方案或创作。以角色定位为钥，任务分解为径，目标定义为锚，输出规范为示，如表 2。

表 2 RTGO 关键词表达应用提示卡

关键词	R	T	G	O
提示语结构	Role 角色定位	Task 任务分解	Goal 目标定义	Output 输出规范
关键要素	先告诉 AI 它要扮演谁	清晰说明要 AI 具体做什么事	明确说明你希望达到什么效果	规定最终结果应该长什么样，用什么格式呈现。
作用/目的	激活模型的专业知识库	将抽象需求转化为可执行动作	确立质量验收标准	控制结果呈现形式

2.2 AIGC 视觉生产的方法论：重构内容创作全流程

生成式人工智能 (AIGC) 技术已构建起覆盖从创意构思到视频成品的完整视觉内容生产工具链，实现了对传统流程的系统性重构。具体应用流程为：首先，利用“即梦”等文生图工具将文案（如“中国传统年兽故事”）直接转化为静态首帧图片；基于首帧图片应用“可灵”等图生视频模型，将静态图像转化为动态影像，完成核心叙事（例如放鞭炮驱赶年兽的情节）；再通过编辑技术利用“剪辑”等工具智能生成匹配的配音解说；最后，进行剪辑输出，生成最终视频版本。这一全流程智能化方法产生了显著效益：效率层面，将 30s 传统动画单人制作通常需 5d 的生产周期，与使用 AIGC 对比可将制作时间缩短至约 10min 即可完成；成本层面，相较传统高昂成本实现了大幅优化；质量层面，确保了多平台内容视觉风格的高度统一；创新层面，支持快速实现新颖灵活的视觉表现形式。

(1) AI 图片生成的方法论（文生图常用提示词公式）

AI 文生图提示词的核心构成通常包括主体、主体动作、场景和美学补充（如风格、光影等）四个关键部分。其中主体：对主体外貌细节和姿态等的描述，可通过自然语言描述书，如发色、服饰穿搭、五官形态，肢体姿态等。主体行为：对主体行为姿态的描述，不宜过于复杂，定格某个画面的行为动作即可。场景：场景是主体所处的环境，包括前景、背景等，对主体所处环境的细节描述、如室内场景、室外场景、自然场景等。美学补充：定义画面的视觉风格，包括艺术风格、光影效果、色彩基调、镜头视角以及整体氛围等要素，如表 3。

表 3 文生图提示词构图关键词示例表

维度	描述要点	示例关键词
主体	外貌细节、服饰、姿态、表情	金发碧眼少女，汉服刺绣，侧身站立，微笑
主体动作	对主体行为姿态的描述，不宜过于复杂，定格某个画面的行为动作即可。	手持油纸伞，仰望樱花
场景	环境类型、背景/前景物体、空间细节	古风庭院，青石板路，飘落的樱花，远处亭台
美学补充	风格+光影+色彩+镜头+氛围	新国风水墨画，柔光黄昏，青绿色调，广角镜头，静谧感

(2) AI 视频生成的方法论（文生视频常用公式）

有效利用 AI 生成高质量、符合预期的短视频（如 5s

片段), 关键在于构建一个结构清晰、要素完备的提示词公式。这个核心公式通常围绕主体、运动、场景和镜头语言(包含光影与氛围)四个支柱展开, 形成连贯的描述。

首先, 需要明确主体, 即视频中要突出的核心对象。这可以是人物(如一位舞者、沉思的老人)、动物(如奔跑的猎豹、栖息的猫头鹰)、植物(如风中摇曳的向日葵), 或是具有表现力的物体(如旋转的陀螺、漂浮的气球)。紧接着, 需对主体的外观细节和姿态进行刻画, 可通过简洁短句列举关键特征, 例如描述其运动表现(轻盈跳跃)、发型发色(金色卷发)、服饰穿搭(复古皮夹克)、五官形态(深邃眼眸)、肢体姿态(双臂张开)等, 使主体形象具体生动。

其次, 定义主体的动作状态至关重要。无论是处于静态(如静坐凝望、伫立风中)还是动态(如慢跑前行、优雅转身), 动作描述应清晰直接, 避免过于复杂或冗长, 确保其运动状态能在短暂的 5s 视频时长内被充分且自然地展现出来, 例如“缓缓转头”“小步快走”或“叶片轻轻飘落”。

主体通常存在于特定的环境或场景中, 因此需要细致描绘其场景。场景是指主体所处的整体空间环境, 包括前景和背景。对场景的描述应精炼且富有画面感, 同样可通过几个关键短句点明环境特征, 如“霓虹闪烁的都市雨巷”“阳光斑驳的森林空地”“温馨的北欧风格客厅”“月球表面环形山”。描述需贴合 5s 视频所能容纳的视觉信息量, 避免堆砌过多无关节节。

最后, 运用镜头语言是塑造视觉风格和情绪基调的关键环节。这涵盖了镜头的选择与应用方式(区别于运镜控制), 例如采用“超大远景”展现辽阔感、“浅景深背景虚化”突出主体、“特写镜头”捕捉细腻情感、“小长焦压缩空间”“低角度仰拍”营造气势、“俯拍视角”展现全貌, 或是“航拍视角”提供宏观视野, “景深变化”引导视觉焦点等。同时, 光影是赋予画面灵魂的核心元素, 它能创造深度、层次和强烈的情感。需明确指出光影条件, 如“黄昏的暖金色侧光”“清晨薄雾中的柔光”“强烈的戏剧性顶光”“逆光勾勒轮廓”“丁达尔光束穿透林间”或“霓虹灯的迷幻色彩”。与光影相辅相成的是氛围设定, 这是对整体画面情绪和调性的概括, 如“宁静祥和的氛围”“紧张悬疑的气氛”“热闹喧嚣的市集”“电影胶片感的冷色调”“梦幻朦胧的意境”或“温馨美好的家庭时刻”等。

(3) AI 视频生成的方法论(图生视频常用公式)

AI 图生视频的核心方法论在于通过结构化指令激活静态图像中的动态元素, 其通用公式可总结为: 主体运动+背景运动。当输入一张静态图片时, 需明确指定画面中需要动态化的核心对象(如人物、动物或物体)及其具体行为, 形成“主体+动作”的强关联指令(例如“蒙娜丽莎抬手戴上墨镜”), 而非孤立描述动作(如仅输入“戴墨

镜”)。背景动态则通过“背景+变化”独立补充(如“窗外流星划过”), 与主体运动形成层次感。若涉及多元素协作, 按“主体 1+动作, 主体 2+动作”分句列举(例: “舞者旋转跃起, 花瓣从枝头飘落”)。此设计原理源于模型对图像语义的解读机制——当指令未显式绑定主体与运动时(如模糊提示“下雨”), 平台如「可灵」可能误判为运镜需求(生成画面平移而非雨滴下落), 或将带相框的图片识别为“展览品”输出静态视频。因此, 精准运用“谁在动+怎么动”的原子化描述, 是突破静态生成陷阱、实现预期动态效果的关键法则。

3 智能舆情管理与法律伦理边界

3.1 智能舆情管理

舆情监控系统在筑牢意识形态安全防线中发挥着关键作用。我们既要充分认识技术赋能带来的降本增效优势与文化创新机遇, 更须秉持审慎稳妥的改革思路, 着力破解 AI 版权确权难题、防范舆情管理失序风险, 在技术创新与制度规范的辩证统一下, 将习近平文化思想“七个着力”的核心要义, 转化为企业宣传高质量发展的生动实践。以“行稳致远”的政治自觉驾驭技术浪潮。AI 驱动的舆情管理系统通过三重技术革新实现危机防控: 首先, 多模态监测引擎同步扫描文本(社交媒体评论)、图像(伪造公章文件)、视频(恶意剪辑片段)等风险源。其次, 情感光谱分析技术将公众情绪细分为愤怒、焦虑、中立等不同等级的梯度, 精准定位需优先处置的高危群体。

3.2 全球监管框架的核心约束与刚性红线

当前企业应用 AI 宣传面临严苛的合规环境。欧盟《人工智能法案》于 2025 年生效的首批禁令划定不可逾越的红线: 严禁部署社会评分系统、公共场所实时生物识别监控(如人脸扫描追踪), 以及利用 AI 推断性取向或政治倾向等敏感属性。唯一例外是打击特定恐怖威胁或搜救绑架受害者, 且禁止直接依据 AI 输出做出法律裁决——违规企业将面临最高 3500 万欧元或全球年营业额 7% 的天价罚款。中国则通过分层监管构建《生成式 AI 服务管理暂行办法》强制要求内容真实性管控, 严禁生成虚假新闻及侵害人格权内容; 《AI 内容标识办法》创新推行“双轨标识”制度, 既需在 AI 图片视频添加显著“AI 生成”标记, 又要求嵌入符合国家标准数字水印(例如: 阿里橙盾等相关技术实现)以实现跨平台溯源。更关键的是, 中国立法明确覆盖内容生成者、传播平台的全链条责任, 例如一些平台需核验水印真实性, 否则将承担连带责任。

②知识产权与隐私保护的双重雷区及破局之道

训练数据合法性及生成物侵权是知识产权领域的核心风险。当 AI 公司使用盗版图书库(如 Books3 数据集训练大模型侵犯村上春树、斯蒂芬·金等作家权益), 或生成实质性相似内容(如“AI 换脸”案中法院判定换脸视频侵害原视频著作权)时, 企业将面临巨额索赔。破局

需双管齐下：数据端优先采用政府开放数据或通过规范授权协议获取的数据集（如参考美联社与 AI 企业合作模式），并进行严格清洗，技术端通过差异化提示词设计规避风格抄袭。隐私保护则聚焦生物信息的严苛管控，《个人信息保护法》规定非公共安全目的采集人脸/语音需单独明示授权，且用户可随时撤回授权并触发 72 小时数据删除义务。典型侵权场景包括某换脸软件盗用博主肖像制作营销视频被判赔，以及学校用 AI 情绪识别系统监控学生超出必要范围。合规实践要求建立分层授权机制——人脸编辑必须通过独立的弹窗授权流程明确获取同意，该授权条款应与基础用户服务协议分离设置。

③企业合规行动的三维实施架构

构建“技术-制度-用户”三维体系是规避风险的核心路径。技术上需接入符合国标的数字水印系统（如阿里橙盾）实现内容全链路标识，并部署多模态监测工具扫描训练数据中的侵权素材。制度层面应设立“AI 伦理委员会”专项审核生成内容，杜绝《办法》禁止的虚假信息或歧视性输出，同时参考 OpenAI 与美联社模式，与创作者签订含版权分成条款的数据训练协议。用户权益保障需设计生物信息采集的强制阅读界面（停留不少于 15s）及二次确认流程，建立“一键申诉”通道确保 24h 内处理标识删除或授权撤回请求。当前合规与创新的平衡点在于：欧盟强调风险分级管控（如生物识别分场景解禁），中国侧重标识可追溯+数据合法性，企业必须在技术开发前置入法律评估，避免陷入“先开发后整改”的典型困局。

智媒体时代下，人工智能正以前所未有的深度与广度

重构企业宣传的路径与范式。实践表明，AI 通过赋能创意生成、内容生产、跨语言传播、舆情风控等十大核心场景，显著提升了宣传效能与文化创新力，成为驱动企业宣传向“新质生产力”跃迁的关键引擎。然而，技术赋能的红利始终与版权纠纷、伦理失范、舆情复杂化等挑战并存。要驾驭这场深刻变革，企业须以习近平文化思想为指引，坚守“人为本、技术为用”的协同原则——宣传工作者需扮演好“灵魂监制”角色，有效驾驭 AI 工具，在文案创作、视觉生产、舆情管理中发挥价值校准与创新引领作用；同时，亟需构建“技术合规、制度规范、依法合规”三位一体的风险防控体系，严循全球 AI 监管框架，化解数据版权与隐私保护雷区。唯有秉持审慎创新、稳中求进的理念，统筹好技术创新与制度护航，方能在降本增效与风险可控的辩证统一中，推动企业宣传行稳致远，通过优化人机协同机制为高质量发展注入持久动能。

【参考文献】

[1]杨承欣.新媒体短视频宣传在企业的创新与实践[J].现代企业,2023(12):134-135.

[2]李俊鹏.视频创作如何为企业宣传服务[J].中国报业,2024(14):242-243.

[3]安泓宇.全媒体时代下国有企业短视频新闻宣传策略和路径探析[J].中国盐业,2024(14):50-54.

作者简介：吕品一（1981.7—），毕业院校：西南大学，所学专业：视觉传达与设计，当前就职单位：中国石化西南石油局采气二厂，职务：党群管理副主任师，职称级别：副科级。