

2026中国公关行业 白皮书

人文洞察，
AI 时代下公关成功新法则

☎ 400-096-9797

🌐 www.wisers.com.cn

Global Media Monitoring & Analysts
Copyright © 2025 Wisers Information Limited.



慧科讯业Wisers
在线客服



慧科讯业Wisers
官方公众号

Preface

前言

在AI技术全面重塑行业生态的2025年，AI技术极大地提升了内容生成、舆情分析和传播效率，重构了公关生态的边界，中国公关行业正经历从效率竞争到价值竞争的关键转型。AI不再是锦上添花的辅助工具，而是渗透公关全流程的核心支撑。但与此同时，行业痛点也愈发凸显：AI生成内容的同质化、传播的表层化，让信息传递的效率优势难以转化为信任构建的核心价值。当技术驱动的同质化内容泛滥，当传播停留于海量信息的表层触达，品牌公关应如何突破重围，与公众构建持久而坚实的信任关系？

如今，企业公关需求早已超越单纯的“信息传递”，而是转向追求与公众的价值认同、文化共鸣和情感联结。慧科讯业深耕社交舆情营销及大数据应用领域，基于2025年全行业实践的深度复盘、数据洞察及年度热点/危机事件的全景式解读，并结合对2026年行业发展趋势的前瞻性预判，重磅发布《2026中国公关行业白皮书》。立足2025年行业转型的关键积淀，本白皮书进一步明确2026年公关行业的核心走向与落地路径，为企业锚定价值竞争赛道提供精准导航。本白皮书将首先重新定义公关语境下“人文洞察”的核心内涵——即“文化认同”与“情感联结”的双向赋能。继而，通过对2025年一系列典型热点事件的深度复盘，我们发现公众的注意力与共鸣点正愈发围绕文化价值观、信息透明度与情感认同展开。最终，通过构建“技术赋能、人文导航”的实践框架，为企业提供从危机预警到价值沟通的全新思路，携手公关行业共同探索如何在效率之上，打动人心，决胜2026年价值竞争新赛道。

Contents

目录

01

重新定义：公关语境下的人文洞察

02

**2025热点事件复盘：热点围绕文化及价值观，
公众追求信息透明与情感联结**

03

**AI 时代公关成功新法则：人文洞察导向的
实践框架**

PART 01

>>>

重新定义：
公关语境下的人文洞察

重新定义：公关语境下的人文洞察



在 AI 主导效率的时代，人文洞察绝非抽象的“情怀表达”，而是公关工作的核心价值锚点——它是基于对公众文化心理、情感需求、价值取向的深度拆解，提炼出的可落地、可传播的核心诉求，是连接品牌与公众的精神桥梁。

其核心，是“文化认同 + 情感联结”的双向赋能：以文化认同筑牢信任根基，用情感联结搭建沟通纽带，最终实现品牌与公众的深度价值绑定。而它的时代价值，更在于破解信息过载下的注意力稀缺难题，当海量信息争夺公众注意力，只有承载文化内核、传递真挚情感的传播内容，才能突破信息壁垒，构建品牌与公众的长期信任关系。

两大核心维度：文化认同与情感联结

文化认同： 找到品牌与公众的“文化同频点”



文化是最深层的情感纽带，**公关语境下的文化认同**，本质是**挖掘品牌与本土文化、圈层文化的契合点**，让品牌成为文化的载体与传播者，实现与公众的“文化同频”。这种文化认同既可以是对本土传统文化的现代转译，如从传统工艺、民俗符号、精神内核中提取元素，与品牌理念结合，传递文化自信；也可以是对圈层文化的精准呼应，如捕捉年轻群体的潮流共识、职场人群的价值追求、兴趣圈层的专属语言等，让品牌成为圈层文化的“自己人”。

情感联结： 搭建品牌与公众的“心灵沟通桥”



情感是打破陌生感、建立信任的最快路径。情感联结维度的核心，是精准捕捉公众的情绪痛点、价值诉求与心理期待，用真实、真诚的品牌叙事，触动公众的情感触点。公众的情感需求从未一成不变：可能是对美好生活的向往，对社会责任的关注，也可能是对陪伴感的渴求、对自我价值的认同。公关工作的关键，在于通过精准的情感洞察，让品牌传播从“单向告知”变为“双向共情”。

PART 02

>>>

2025热点事件复盘：
热点围绕文化及价值观，
公众追求信息透明与
情感联结

西贝舆论风波：忽视知情权与价值认同的公关失策

事件回顾：

西贝预制菜在2025年引发消费信任相关的舆情争议，相关话题在多个网络平台持续发酵，“预制菜成分”、“是否明确标注”、“食材新鲜度”等成为用户关注的核心问题。西贝过去以健康餐、儿童餐为定位，这次风波曝光后厨“保质期两年的西蓝花”“预制包装的胡萝卜炒饭”等情况后，将以家长为主的消费群体不满情绪推向高点。众多主流媒体及官方媒体包括《人民日报》微博、《每日经济新闻》、《第一财经》等媒体对事件进行了报道及评价，媒体普遍呼吁需加快推动预制菜相关的国家标准落地。

罗永浩发微博吐槽西贝预制菜，话题迅速引发热议，相关微博话题点击量突破2500万

9月10日

双方攻防升级，西贝开放后厨、发布公开信，罗永浩则接连在社交媒体上连发数条微博，逐条驳斥贾国龙说法，引发社媒讨论创下声量高峰

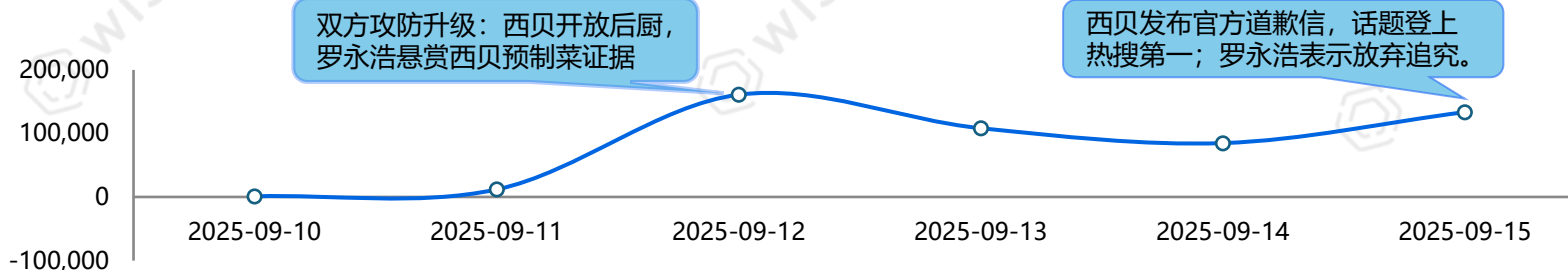
9月12日

西贝发布官方道歉信，#西贝道歉#的词条迅速登上微博热搜榜第一名。晚间，罗永浩称决定放弃追究西贝

9月15日

《经济观察报》：

此次事件的一大核心争议点在于“纠缠术语定义，忽视公众认知”。西贝未能准确把握公众情绪的核心，反复强调预制菜行业定义，忽视了公众的认知差异，且创始人多次回应过于情绪化，不利于危机的化解和信任的重建。这一事件凸显了餐饮行业舆情的核心聚焦点是消费知情权，企业应对此类舆情需避免模糊表述，以透明化、可验证的信息回应公众关切。



数据周期：2025年9月10日-9月15日；数据来源：WisersOne数据监测平台



ABC卫生巾争议：敏感话题营销存风险，与受众缺乏情感联结遭反感

事件回顾：

ABC卫生巾2025年推出一款名为“比基尼安睡裤”卫生巾，2月，该广告遭到消费者抨击以“经期性感”为噱头，引发社媒的广泛讨论及媒体关注报道，话题聚焦产品营销中提及的“比基尼”、“经期性感”等关键词，认为是对女性的不尊重，话题#ABC拿经期性感当卖点离了大谱#登上微博热搜第一，阅读量破亿。2月12日晚，ABC官方发布了《关于ABC比基尼安睡裤产品的情况说明》，称ABC比基尼安睡裤非“新品”，并已于2024年1月停止生产，该产品已进入正常的退市周期。然而，官方回应并未平息事态，转发、评论区仍以不满的消费者声音居多，2月12日当天，事件讨论的社媒声量创下高峰。

此次舆情争议的核心矛盾点在于品牌对群体价值观的误判。ABC的营销脱离了女性用户对“尊重与平等”的情感诉求，过度消费社会议题，导致情感联结破裂，带来舆论“反噬”。对于品牌公关而言，成功传播应基于“精准匹配”目标受众的情感需求，而非一味追求吸睛概念。敏感话题营销推广更是潜藏风险，企业在涉足此类营销前，需充分预判消费群体的反应、谨慎措辞，在传递品牌立场的同时，平衡好与公众情绪的关系，避免引发负面效应。



数据周期：2025年2月6日-2月16日；数据来源：WisersOne数据监测平台

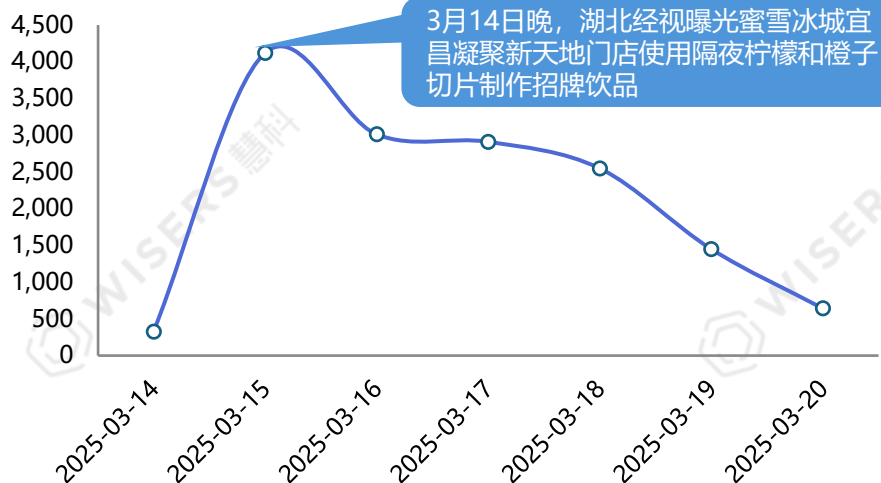


蜜雪冰城隔夜柠檬片事件：消费者强情感基础“护短”，雪王亲民形象缓冲食品安全危机

事件回顾：

315期间，蜜雪冰城部分门店被曝光使用过期柠檬片，相关舆情在短期内迅速发酵，话题快速登上微博热搜，引发广泛关注，在315当日到达声量高峰。多地蜜雪冰城回应称，公司对每个物料都有规定的期限，不能隔夜使用，各门店也一直严格按照公司规定制度执行。热议内容层面，全网社媒围绕事件内容及所用原料等进行讨论，热词包括柠檬、水果、橙子等。从整体舆情表现上看，消费者对蜜雪冰城品牌展现出较大的宽容，网络评论大多是对平价品牌的包容态度，话题#护短蜜雪冰城是比烂的无奈、#蜜雪冰城被曝黑料网友凭啥护短等多个话题登上热搜。

此次事件雪王能“化险为夷”，原因在于与一般食品安全事件相比，此次事件并未造成实际的消费者健康问题，相比之下严重程度较低。此外，蜜雪冰城长期通过价格竞争力、接地气营销形成的良好品牌形象，在价格敏感型的核心消费群体中建立了较强情感基础，也为其食品安全负面舆情提供了缓冲。



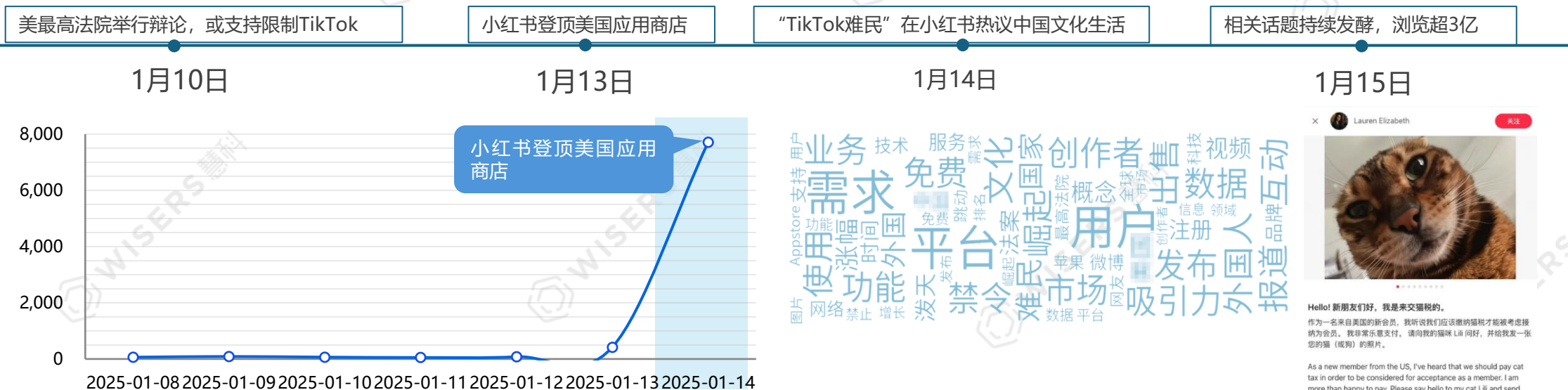
蜜雪冰城

涉事门店 性价比 新鲜 信任 处理 保质期 数量 数据 监管部门 柠檬水 柠檬 网友 扩张 商家 穷鬼 水果 晚会 报道 年轻人 刺客 品牌 谴责 质量 湖北 商业 时间 权益 蜜雪 橙子 低价 便宜 宜昌 平台 风波 心软 鲜果 价格 消费者 使用 雪王 开脱 舆论 曝光 视频 成本 装修 门店 上市 市场 信息 原料 雪王 新茶 武汉 虾仁 廉价 原材料 超标 中国 知名 冰箱 回应 平价 剩菜 总部 飞虫 公关 利润 购买 微博

- 护短蜜雪冰城是比烂的无奈 热搜
- 蜜雪冰城店员称隔夜柠檬是个例 热搜
- 蜜雪冰城被曝黑料网友凭啥护短 热搜
- 蜜雪冰城改24小时营业 热搜
- 平价不是蜜雪冰城的万能挡箭牌 热搜
- 315蜜雪冰城
- 蜜雪冰城塌房后大学生的反应 热搜

2025年部分地区出台TikTok禁令后，引发跨境舆情传播格局的显著变化，相关话题在全球范围内引发广泛讨论。受禁令影响，大量原TikTok用户向小红书等平台迁移，推动小红书海外用户注册量大幅增长，“跨平台内容迁移”成为热门话题。一周内“TikTok难民”涌入小红书事件引起了中国社媒用户的高度关注与热议。

慧科讯业数据显示，随着全网热议，关于这一事件的声量飙升，在两天内增长超90倍。近一周内，事件相关讨论主要集中在事件的发展过程及用户需求上，全网相关热词包括“用户”、“平台”、“需求”等。在热点内容方面，海外用户在小红书平台的内容创作主要集中在文化分享、生活方式、跨境购物等领域。大量美国用户的涌入也开启了小红书“英语角”功能，美国及中国用户互相教授中文及英文，或是分享中国春节、汉语等中国传统文化。也有聪明的网友选择了无需翻译、通用的社交语言——萌宠，要求新用户“交猫税”（发布自己家的猫咪照片），在新用户发布猫咪照片后，评论区往往也以自家的猫咪照片友好回复。这一现象反映出跨文化交流时共鸣的重要性，不同文化背景的用户，处于对同一兴趣或者文化圈层的共同友好交流和探讨，将社媒平台助推成为文化友好交流的平台。



数据周期: 2025年1月8日-1月14日; 数据来源: WisersOne数据监测平台



江苏草根足球联赛在2025年意外爆火，自5月10日开幕以来，赛事凭借低票价、地域梗、文旅结合等娱乐化手段成功破圈，吸引了大量非传统球迷。相关短视频在抖音、快手等平台获得海量播放，#草根足球的快乐#等话题引发全网热议，成为体育领域的现象级事件。**在6月30日，苏超新一轮比赛启动，阿里系品牌官宣冠名赞助多支城市球队，在当日创下声量高峰。**

从社媒热议方面，可以看到苏超相关讨论有着强烈的地域色彩，以江苏各城市、“草根”、“村超”等为热议关键词。江苏本地用户的互动参与度极高，相关话题在南京、苏州、无锡等城市的热搜上榜频繁，本地媒体也给予了高度关注和大量报道。**通过江苏各城市的地域认同与情感联结，为当地市民提供充分的娱乐属性和情绪价值，从而激发出民间的创造力与参与热情，造就了现象级的草根体育赛事走红。**



总结：情绪驱动热点发酵，文化构建品牌叙事



纵观2025年热点/危机事件事件，可以看到事件的核心驱动力不再是单纯的事实，而是公众情绪、价值观或文化认同，公众更追求事件透明度及情感共鸣。

参考成功的事件传播（如哪吒2、蜜雪冰城），都体现了对特定圈层（如中华文化圈、价格敏感型消费者）的精准把握；

而失败的公关应对（如西贝、ABC卫生巾）则暴露了对不同年龄、性别群体价值观差异的忽视和沟通的态度。

情感联结的关键，在于精准匹配，不同群体的情感需求千差万别，泛化的情感表达难以打动人心，需要精准锁定目标群体的情感诉求，才能实现“共情式传播”。

因此，AI时代在企业营销及对外沟通中，应致力于通过内容与目标受众建立情感连接和价值观共鸣，而这需要建立在对不同圈层文化的深刻理解之上。这一法则的核心，是借助AI技术和大数据，充分、深入地挖掘品牌与本土文化、圈层文化的深层契合点，打造差异化的文化符号，让品牌叙事既有商业价值，又有文化内涵。

PART 03

>>>

AI 时代公关成功
新法则：
人文洞察导向的实践框架

技术与人文协同，搭建AI时代公关传播体系

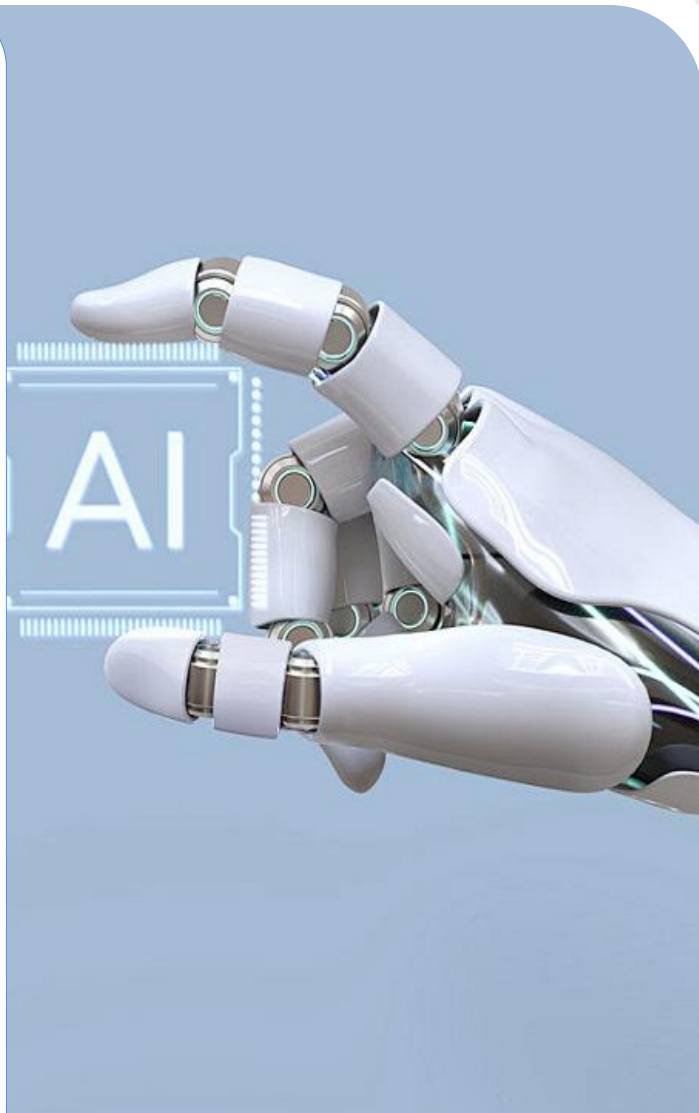


人文洞察不是 AI 的对立面，而是 AI 技术的“价值导航”，它为 AI 赋予了温度与方向，让技术赋能不再停留在效率层面，而是深入到价值构建的核心。**技术与人文的协同，正是实现这一目标的最佳路径——AI技术负责“高效预警、精准溯源”，人文负责“情感洞察、价值沟通”，两者结合构建全方位的公关传播体系。**

在危机预警与溯源阶段，可借助AI技术进行智能舆情监测。借助人工智能技术，企业可建立完善的7/24舆情监测机制，制定完善的舆情管理预案，实现危机的毫秒级预警，快速定位危机源头、传播路径、核心诉求与情绪走向，为危机应对争取黄金时间，同时提供数据支撑，让应对策略更具针对性。

在计划传播与回应危机时，则需要人文关怀的深度介入。同样可以利用AI技术支持的社媒聆听及洞察能力，深挖消费者热议及关注焦点，同时及时关注公众舆论情绪，避免机械的模板化声明，而是站在公众角度回应核心关切，主动承担应尽责任，用真诚的态度化解负面情绪。精准的情感传播，让品牌不再是冰冷的商业符号，而是能理解公众、回应公众的“情感伙伴”，从而建立深度情感联结。

这种“AI 预警 + 人文响应”的协同机制，能有效地将危机控制在最小范围，让公关应对既高效又有温度，最大限度降低危机对品牌的长期影响。



2026年的公关行业，AI 已成为不可逆转的发展趋势，但技术的终极价值，始终是服务于人。大模型等AI技术及更强大的算法和算力能以更精准的文化洞察、更敏锐的情感捕捉、更高效的传播解决方案，助力品牌挖掘人文洞察、提升公关效率。

成立于1998年，慧科讯业拥有27年的客户服务积淀，累计服务客户超过3000家，行业头部客户超过500家。慧科讯业在公关舆情分析、品牌营销、消费者洞察管理、增长提效、及营销数字化领域内沉淀并积累了14个行业的大数据资产、AI技术和模型、算法能力、及客户服务经验等，基于覆盖全网大数据资料库，为企业提供舆情监测及负面预警服务。慧科讯业AI大模型技术通过高效的四元组关系识别技术，实现知识图谱自动构建和抽取模型，赋能大数据应用完整链路，协同实现从智能采集、数据净化、语义理解到决策支持的全流程自动化，帮助企业快速捕捉热点、识别风险、优化策略，全面提升数据到洞察的转化效率。

市场聆听

眼睛、耳朵

品牌营销

商/舆情监听

危机预警

竞品研究与洞察

消费者画像与洞察

白皮书和专项报告

200+运营
和分析团队

营销策略

大脑

媒体平台研究

营销策略研究

用户群体研究

产品与竞品研究

新机会破局研究

50+资深分析师
数据科学家团队

数智化平台

手脚

监测/预警

活动后测

品牌监测

KOL策略

媒体覆盖

10+资深产品专家
100+研发团队
AI团队



数据

媒体新闻

画像

销量

评论

产品

活动



AI

情感判断

内容语义

视频解析

话题识别

聚类

主体维度
识别

THANK YOU !

☎ 400-096-9797

🌐 www.wisers.com.cn

Global Media Monitoring & Analysts
Copyright © 2025 Wisers Information Limited.



慧科讯业Wisers
在线客服



慧科讯业Wisers
官方公众号