

一、外卖智能推广和手动推广的区别

1、外卖智能推广和手动推广是两种不同的推广方式，其主要区别在于推广方式和效果评估方式上。

2、手动推广是指通过人工干预的方式，例如手动向潜在用户发送推广信息，例如通过电话、短信、邮件等方式向用户推广，然后进行跟进和转化。

3、外卖智能推广则是通过机器学习和数据挖掘等智能方式，利用系统内的数据和算法进行推广，例如通过用户的历史搜索记录、点击行为等数据进行分析，然后进行推广。

4、因此，手动推广需要人工干预，容易受到人为因素的影响，而外卖智能推广则更加高效和自动，能够根据用户数据进行智能分析和推广。

二、人工智能在旅游管理中的应用

1、从信息化到智能化、用机器替代人工是各个行业的必然趋势。人工智能技术在智慧旅游体系中有广泛的应用前景，旅行者在用手机预订或者做旅游度假计划时，会使用地图导航、搜索餐厅、目的地活动和酒店等，旅游企业和品牌广告商在合适的时机，向旅行者展示与其搜索内容相关的个性化广告，并运用动态展示广告和创意优化(DCO)更好地提升广告效果。

2、“携程”已经在呼叫中心逐步应用人工智能技术，利用机器与客人沟通交流，帮助客人解决问题。

三、中国广告史的认识

1、从1979年开始，中国广告业已经发展了近40个年头，在2019年将迎来新的历史转折点。

2、随着时代的飞速发展，日新月异的科技进步，广告业也在不断紧跟时代的步伐进化着。

3、但是，这碗饭却也越来越难以保住，前有人工智能堵截，后有甲方无限压低预算穷追不舍，广告人的生活很艰难，压力徒增！

4、该如何应对未来的压力？让我们一起来看看那些历史中的前辈们是如何应对的吧。

5、我最早的广告形式是由街头古老的吆喝声、口头叫卖逐渐发展而成的，到如今演变为各种各样的销售现场广告。

6、而据历史记载，世界上迄今为止发现的最早的印刷广告物是现存于中国历史博物馆中的北宋济南刘家功夫针铺的雕刻铜板。

7、1815年8月，英国传教士米怜在马来西亚创办了《察世俗每月统纪传》，这便是最早的刊登广告的定期中文刊物。

8、1853年，这位来自大英帝国的传教士在香港发行并销售到广州、上海等地的《遐迩贯珍》刊物，首先利用刊物兼办广告业务。

9、1858年，在香港出版的《孖刺报》，增出中文版《中外新报》，刊登了最早的商业广告。

10、1926年，国人开办华商广告公司。

11、上述三家公司成为我国最早的商业广告公司，而我国最早的广告研究团体是1918年成立的北京大学新闻学研究会。

12、1927年，上海有六家广告社组织成立“中华广告公会”，这也是我国广告同业最早的组织。

13、此时的中国广告业已经初具雏形，有了自己的固有商业形态，符合着当时的社会潮流，并深刻影响着那一代人的生活。

14、1979年开始，广告业进入迅猛发展的时代，这一年也可以说是中国的现代广告元年。

15、1979年1月14日，《文汇报》首先发表文章《为广告正名》。

16、1979年1月，上海电视台拟定《上海电视台广告业务实行办法》、《国内外广告收费标准》。

17、1979年1月25日，上海电视台成立广告业务科，标志着电视广告时代正式开启。

18、1979年1月28日，上海电视台在电视上播出“上海电视台即日起受理广告业务”的幻灯片，继而播出了中国电视广告史上第一条商业电视广告：参桂补酒。

19、1979年2月，《文汇报》率先恢复了中国报纸广告。

20、1979年3月15日，中央电视台首次播出外商广告——西铁城手表。

四、数字广告的特点是什么

数字广告的特点主要包括以下几点：

1.精准定位：数字广告可以根据目标受众的兴趣、行为、地理位置等特征进行精准投放，提高广告的投放效果和转化率。

2.多样化的形式：数字广告可以呈现多种形式，如图片、视频、横幅、原生广告等，丰富广告创意，提高观众的注意力和接受度。

3.实时调整：数字广告投放过程中，可以根据实时数据反馈进行广告策略的调整，以优化投放效果，降低广告成本。

4.跨平台传播：数字广告可以在多个网络平台进行投放，实现跨平台传播，扩大广告影响力。

5.互动性强：数字广告可以与受众产生互动，如点击、评论、分享等，提高观众参与度，增强广告效果。

6.数据分析：数字广告投放过程中，可以收集大量数据，如点击量、曝光量、转化率等，有助于分析受众特征和广告效果，为后续投放提供依据。

7.成本可控：数字广告投放可以按照需求进行预算设置，灵活控制广告投放成本，实现成本效益最大化。

8.创新性强：随着技术的发展，数字广告不断创新，如虚拟现实、大数据、人工智能等技术在广告领域的应用，为广告创意和投放效果带来更多可能性。

总之，数字广告具有精准定位、多样化形式、实时调整、跨平台传播、互动性强、数据分析、成本可控和创新性强等特点，已成为现代广告营销的重要手段。

五、人工智能对编辑的影响

1、人工智能技术的发展对编辑工作产生了重要的影响，以下是一些主要的方面：

- 2、内容审核：人工智能技术可以帮助编辑进行内容审核，检测和识别垃圾广告、恶意链接、敏感信息等，提高内容安全性和可靠性。
- 3、语言翻译：人工智能技术可以在语言翻译方面提供帮助，帮助编辑处理不同语言之间的翻译任务，提高编辑工作的效率。
- 4、文本生成：人工智能技术可以通过自然语言处理技术自动生成文章、新闻等文本，帮助编辑快速生成内容，提高工作效率。
- 5、智能校对：人工智能技术可以在文字校对方面提供帮助，检测文本中的错别字、语法错误等，帮助编辑提高文章的质量。
- 6、个性化推荐：人工智能技术可以通过分析用户行为和兴趣，向不同用户推荐不同的内容，提高用户满意度和留存率。
- 7、数据分析和预测：人工智能技术可以通过分析大量数据，提供编辑所需的数据分析和预测结果，帮助编辑更好地理解读者需求和市场趋势。
- 8、总之，人工智能技术的发展为编辑工作带来了许多新的机遇和挑战，编辑需要不断学习和适应这些新技术，以更好地应对市场和读者的需求。