



客户简介 THE CUSTOMER ▼

广汽传祺是广汽集团为提升核心竞争力，实现可持续发展而打造的国产品牌。自诞生以来，便立足国际视野。目前，广汽传祺除了在中国市场获得成功之外，也已在中东、东南亚、东欧、非洲、美洲等五大板块的 14 个国家成功布局，初步构建起遍布全球的销售网络和服务体系。



需求分析 THE CHALLENGE ▼

自 2010 年首款产品在国内上市以来，广汽传祺一直保持着极高的销量增速。近年来，随着全球战略的不断推进，广汽传祺亟需在海外市场提升自身的品牌知名度和美誉度，以促进其在中东、东南亚地区市场份额的提升。

解决方案 THE SOLUTION ▼

自 2014 年开展合作以来，根据不同时期的不同传播侧重，美通社为广汽传祺量身定制年度全球传播方案。2017 年，美通社为广汽传祺撰写了全年度的英文新闻通稿，同时将其翻译成葡、法、西、德、阿等 20 多种语言，在广汽传祺的各个目标市场进行发布。

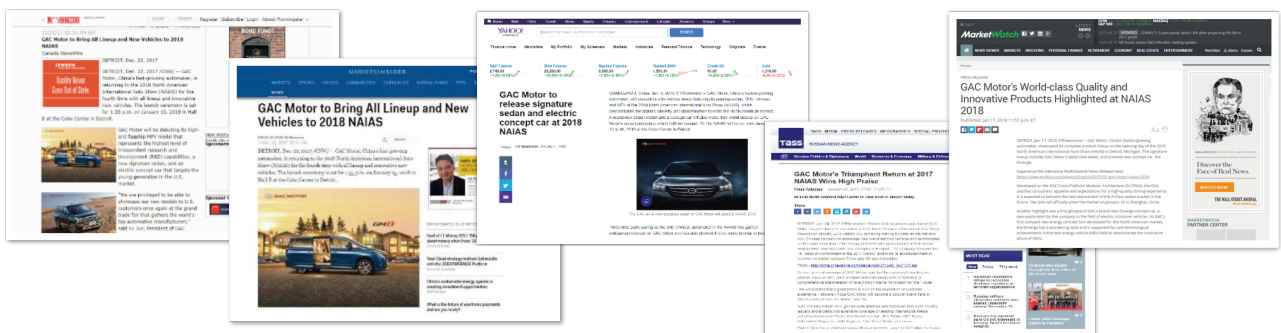
除此之外，根据海外媒体的不同属性，制定相应的内容投放策略，从多个角度进行话题深挖。话题类型涵盖展会、热点事件、企业动态、专题内容和新产品等；在保持话题类型均匀分布的同时，更多地向海外受众所关注的内容倾斜，提升品牌的多维影响力。

以 2017 NAIAS 北美车展为例，在车展前后，美通社为广汽传祺提供了全渠道服务方案，包括新闻通稿发布、媒体专访和约稿、平面特刊投放、北美电视台卫星直播连线报道和大屏投放等。

服务效果 THE RESULTS ▼

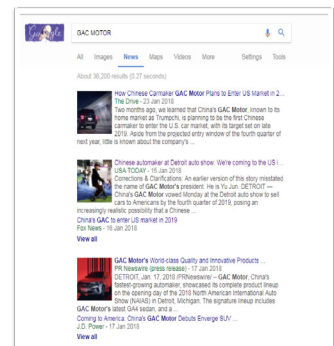
新闻通稿的全球覆盖

在过去一年，广汽传祺的新闻稿落地媒体数量达 17,389 家，包括 The Wall Street Journal、Yahoo!、USA Today、Market Watch、Business Insider 等，稿件可统计点击量达 1,047,404 次，覆盖全球超过 140 个国家和地区的 2 亿多人群。



在 Google 搜索“GAC MOTOR”，Google 新闻页面共出现约 36,200 篇的新闻报道，实现搜索结果首页的全面覆盖。

从 Google 趋势可以明显看出，广汽传祺的品牌声誉在 2017 年获得巨大提升。从年初的北美车展，到年终的米其林峰会、三江源、达沃斯、J.D.Power 和广州《财富》全球论坛等大事件传播，声量扩大了 3 倍；在 2018 年初的北美车展期间，声量提升至峰值。



热度随时间变化的趋势图



美通社服务案例 ——广汽传祺

媒体引用和深度报道

2017年,由美通社发出的新闻稿,获得了媒体的大量引用,几乎每篇新闻稿发出之后,都会出现2~5篇的媒体引用。与此同时,有14家权威媒体在其官网刊文,对广汽传祺进行了深度报道。

美国媒体: 新能源产业园 葡萄牙媒体: 2017年汽车销量 美国媒体: 上海车展 CNN Money: 上海车展

法国媒体: 美国招聘计划 Huffpost: GS7 GS3 新车上市 Maqina 卡塔尔知名汽车媒体: JD Power Movin On: 米其林峰会



以广汽传祺在北美车展期间的媒体搜索关键词为例,多为中性、褒义,呈现出媒体对广汽传祺在北美车展期间的总体良好态度。从部分关键词上可以看出媒体对广汽传祺的关注点,如“北美销售”、“中国成功的汽车公司”等。

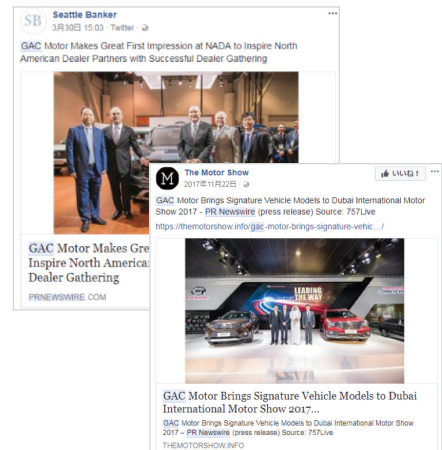
美通社监测数据显示,在过去一年,广汽传祺新闻稿的发布,持续引发国际媒体的主动关注和报道,社交媒体传播成效显著。关注者除汽车媒体之外,还包括现代、克莱斯勒、福特、通用和尼桑等汽车制造业同行,以及互联网行业的社交媒体。

17,389 家
新闻稿落地媒体数量

1,047,404 次
稿件可统计点击量

200,000,000
覆盖人群

覆盖全球超过
140 个国家和地区



美通社服务案例 ——广汽传祺

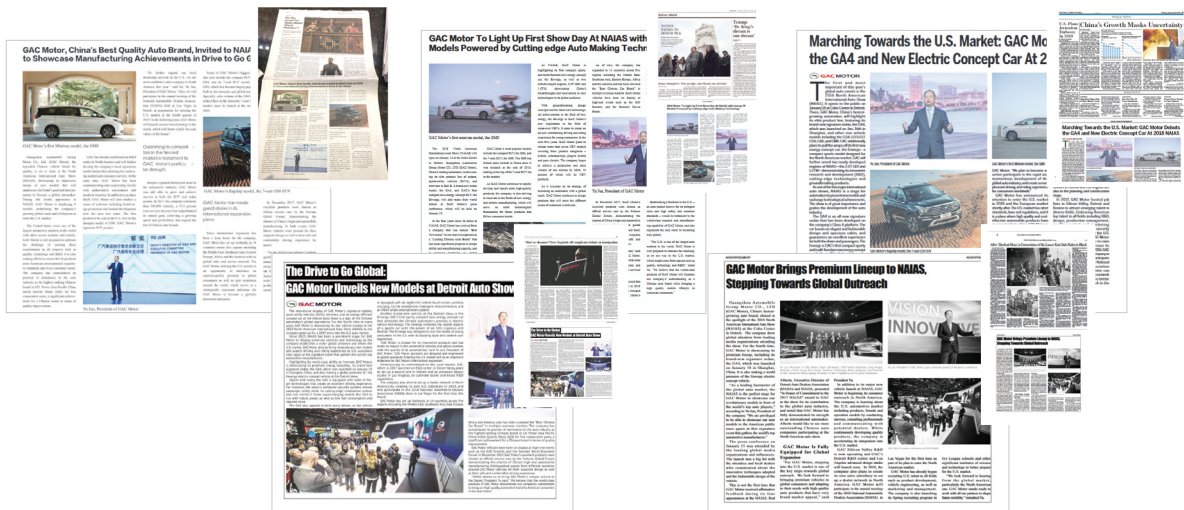
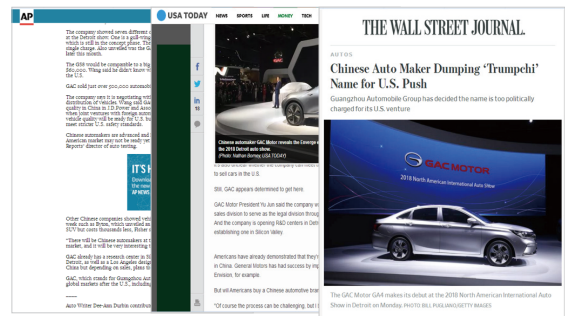
北美车展的全渠道传播

在广汽传祺参展北美车展期间，通过美通社的沟通、策划，获得了诸如 The Wall Street Journal, USA Today 以及 AP 的媒体专访和报道。

在平面特刊的投放中，覆盖了诸如 The Washington Post、The New York Times、The Detroit News、The Wall Street Journal、USA Today 等占全美约 840 万份发行量的一线报纸，影响受众约 1.02 亿人次。

此外，还采用视频及电话等方式进行现场连线报道并在 769 家的美国电视台和广播电台获得播出，覆盖受众 1 千万人以上；多媒体视频新闻稿在 YouTube、Vimeo 等全美近十个视频平台发布后，获得了 150 家以上的媒体转载。

车展期间，广汽传祺的品牌新闻曝光总量呈阶段性递增趋势。矩阵式的丰富内容呈现，让新闻稿得以在国际媒体平台上被海量转载，全球媒体转载总量达 4500 次以上，潜在阅读人数过亿，同时引发国内积极舆论。



8,400,000 份
平面特刊投放全美发行量

102,000,000 人次
影响受众

多媒体视频新闻稿
150 家以上媒体转载

769 家
美国电视台和电台播出

10,000,000 以上
覆盖受众



数年来，广汽传祺通过美通社的平台，向海外的媒体以及观众讲述了我们的故事，让海外受众广泛地了解到我们的企业动态。2017 年我们销售了超过 50 万台汽车，实现同比 37% 的增长，销售网络已布局 14 个国家，并将于 2019 年进入美国市场。广汽传祺是一个很年轻的企业，未来仍在探索更多的可能。感谢美通社团队一直以来的快速响应和精准服务，我们期望双方在未来能有更全面、更深入的合作。



—— 广汽传祺