



我眼中的**2018**最佳品牌传播案例



我是谁？



用英语唱粤剧？！



“形式犹言表象”？

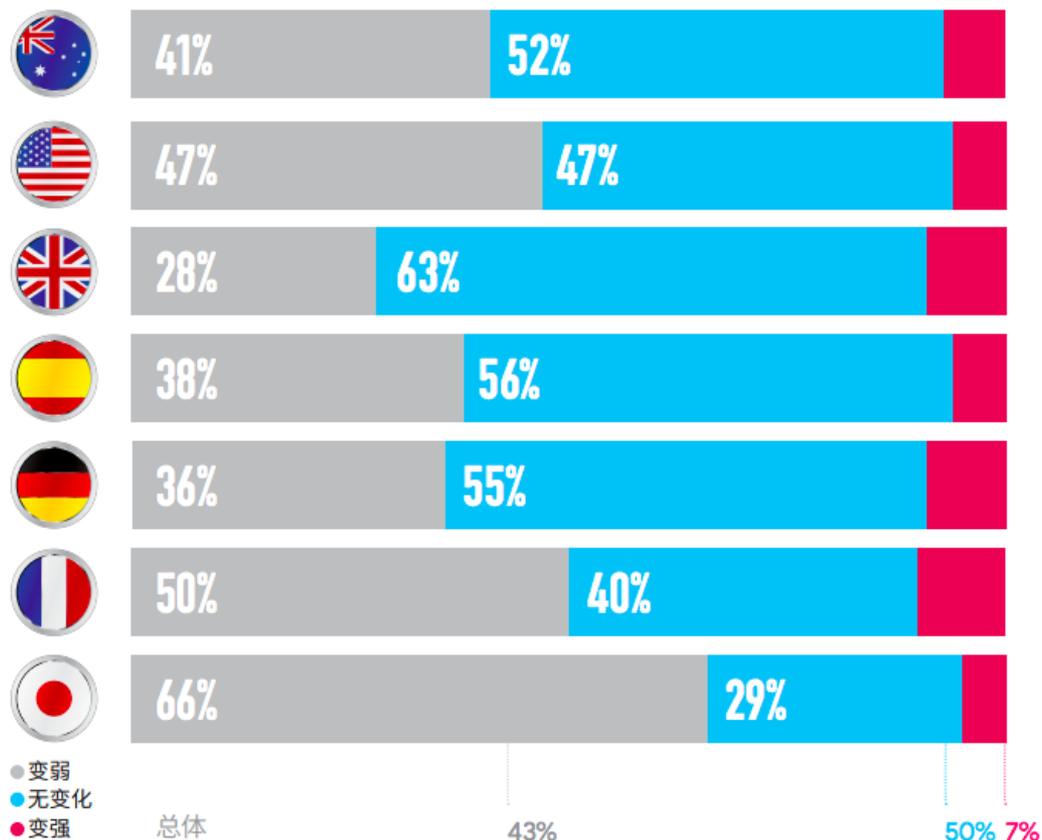
# BRANDZ™中国出海品牌50强

	品牌	类别	品牌力得分	成长率 %
1	<b>Lenovo</b>	联想 消费电子	1,697	+1%
2	<b>HUAWEI</b>	华为 消费电子	1,530	+22%
3	<b>Alibaba Group</b>	阿里巴巴 电子商务	1,101	+5%
4	<b>MI</b>	小米 消费电子	757	+6%
5	<b>AIR CHINA</b>	中国国际航空 航空	730	+3%
6	<b>elex</b>	智明星通 移动游戏	724	-22%
7	<b>ANKER</b>	Anker 消费电子	612	+22%
8	<b>Haier</b>	海尔 家电	578	+1%
9	<b>Hisense</b>	海信 家电	530	+10%
10	<b>cheetahmobile</b>	猎豹移动 互联网服务/移动游戏	512	+3%
11	<b>dji</b>	大疆创新 智能设备	506	+17%
12	<b>一加手机</b>	一加手机 消费电子	467	+3%
13	<b>中国银行</b>	中国银行 银行	447	NEW
14	<b>中国东方航空</b>	中国东方航空 航空	428	+1%
15	<b>ZTE</b>	中兴 消费电子	413	+1%
16	<b>IGG</b>	IGG 移动游戏	398	+20%
17	<b>RUFUS</b>	趣加游戏 移动游戏	388	0%
18	<b>TCL</b>	TCL 家电/消费电子	383	+5%
19	<b>S</b>	魔比神奇 互联网服务	362	-3%
20	<b>gomo</b>	久邦 GOMO 互联网服务	300	-38%
21	<b>中国石化</b>	中国石化 石油和天然气	292	NEW
22	<b>GearBest</b>	GearBest 电子商务	289	+20%
23	<b>YOOZO</b>	游族网络 移动游戏	285	-8%
24	<b>SHEIN</b>	Shein 线上快时尚	282	NEW
25	<b>tap4fun</b>	Tap4fun 移动游戏	276	-20%

	品牌	类别	品牌力得分	成长率 %
26	<b>OPPO</b>	OPPO 消费电子	258	+14%
27	<b>中国石油</b>	中国石油 石油和天然气	247	NEW
28	<b>VIVO</b>	Vivo 消费电子	244	+8%
29	<b>中国南方航空</b>	中国南方航空 航空	239	+3%
30	<b>IM30</b>	龙创悦动 移动游戏	235	NEW
31	<b>腾讯</b>	腾讯 互联网服务/移动游戏	219	+5%
32	<b>长城汽车</b>	长城汽车 汽车	212	+2%
33	<b>DURABLE</b>	掌趣科技 移动游戏	207	-22%
34	<b>ZAFUL</b>	Zaful 线上快时尚	203	NEW
35	<b>科沃斯</b>	科沃斯 智能设备	196	NEW
36	<b>兰亭集势</b>	兰亭集势 电子商务	190	-17%
37	<b>百度</b>	百度 互联网服务	185	NEW
38	<b>奇瑞汽车</b>	奇瑞汽车 汽车	175	NEW
39	<b>银联</b>	银联 支付	168	NEW
40	<b>纳恩博</b>	纳恩博 智能设备	158	-28%
41	<b>中国工商银行</b>	中国工商银行 银行	146	NEW
42	<b>海南航空</b>	海南航空 航空	144	NEW
43	<b>吉利汽车</b>	吉利汽车 汽车	143	NEW
44	<b>京东</b>	京东 电子商务	139	NEW
45	<b>比亚迪</b>	比亚迪 汽车	138	NEW
46	<b>格力</b>	格力 消费电子	132	NEW
47	<b>春秋航空</b>	春秋航空 航空	130	NEW
48	<b>Banggood.com</b>	棒谷网络 电子商务	116	NEW
49	<b>AUKEY</b>	Aukey 消费电子	115	NEW
50	<b>美的</b>	美的 家电	113	NEW

## 对“中国”品牌购买意愿-分国家

如果您知道一个品牌来自于中国，您对它的购买意愿将会...



- 变弱
- 无变化
- 变强

来源：凯度华通明略 BrandZ™

产品质量 + 经济能力

VS

品牌软实力

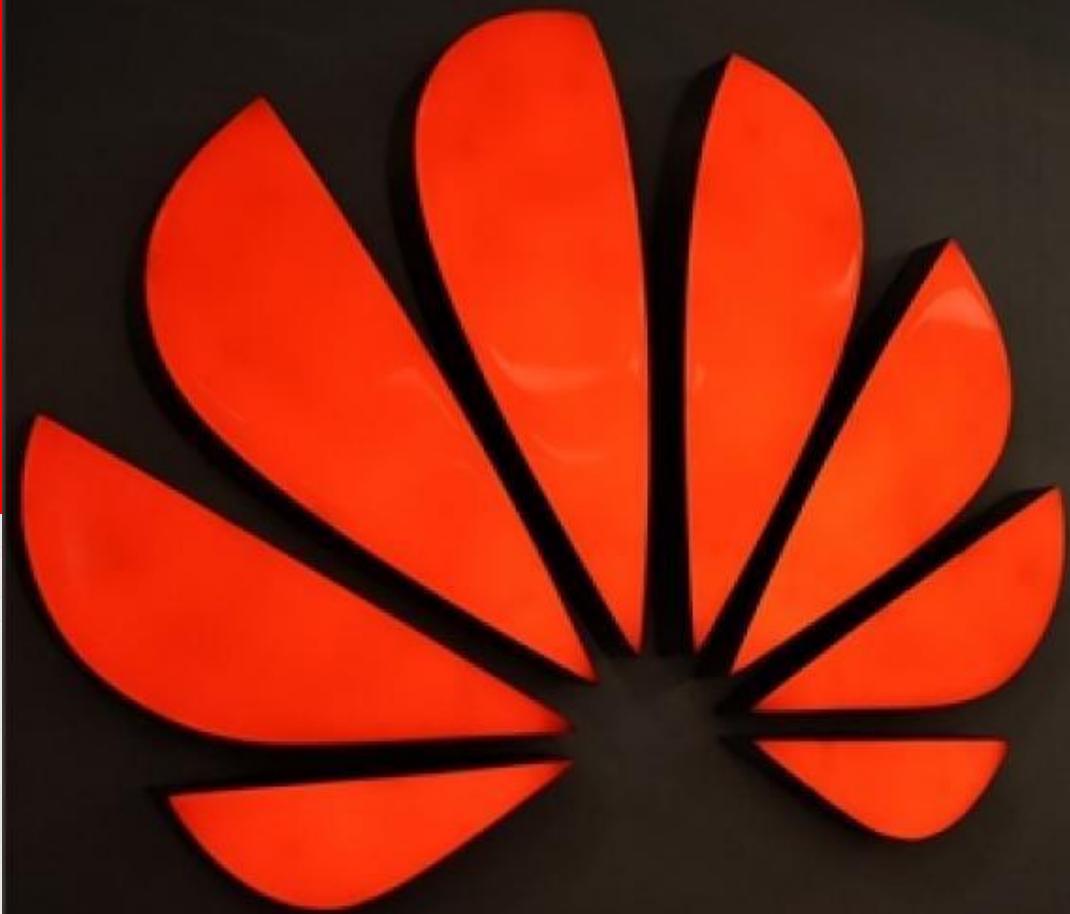
西方意义上的信任

VS

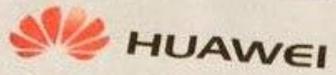
中国日渐运营机制

国





**HUAWEI**



*The journey is hard.  
And joyful.*

*With clear vision, precise focus, and unyielding determination, over 150,000 Huawei people in more than 170 countries are dedicated to bringing you the most innovative products and inspired experiences.*



“努力付出”和“无限牺牲”概念在海外  
显得水土不服，



**„WAS WIRD IN BERLIN FLÄCHENDECKENDER  
SEIN: 5G ODER HUNDEHAUFEN?“**

**FINDEN WIR ES GEMEINSAM HERAUS:**

**HUAWEITERDENKEN.DE**







„GIBT'S BALD 'NE APP,  
DIE AUCH FACHCHINESISCH  
ÜBERSETZT?“

„LERNEN WIR CODE BALD  
ALS 3. FREMDSPRACHE?“

„WAS HEISST  
'HERZLICHEN GLÜCKWUNSCH'  
AUF DIGITALIENISCH?“



„SCHÜTZT  
VOR  
AUF  
GEMEINSAM“

„WEI  
FINDEN W



HUAWEI  
decken wir die Z



HUAWEI

AUF PLAKATEN AM FLUGHAFEN TEGEL

# Chinesen verhöhnen Berlin als Häufchen-Stadt



SICHERN SIE SICH JETZT EINE ATTRAKTIVE UMWELT-PRÄMIE!

ZUM ANGEBOT



ALTEN DIESEL ABGEBEN UND € 8.000\* UMWELT-PRÄMIE SICHERN.



ZUM ANGEBOT

“ 作为一名德国人，我挺喜欢华为嘲笑我  
们的网络扩张‘失败’的方式，因为德国  
通信公司都表态说想要成为全球通信数字  
化的先行者，但无法在自己国度实  
行。”

行。



做善事 + 拿捏尺度 x 将商业话题升级成社会话题  
= 入乡随俗 & 自主扎根



Jenny Chan 陳詠欣 

新加坡



扫一扫上面的二维码图案，加我微信