

CISION® PR Newswire®
美通社

美通社月度传播话题 · 案例

2024年11月热点话题

11月营销节点一览

11 NOVEMBER							CISION	美通社 PRNewswire a Dow company
MON	TUE	WED	THU	FRI	SAT	SUN		
28 廿六	29 廿七	30 廿八	31 廿九	1 十月初一 寒衣节	2 初二	3 初三		
4 初四	5 初五 世界海啸日 上海进博会 5日至10日	6 初六	7 初七 立冬 世界美容日	8 初八 中国记者节	9 初九 全国消防日	10 初十 世界青年节		
11 十一 电商“双11”	12 十二 孙中山诞辰日	13 十三	14 十四 世界糖尿病日	15 十五 下元节	16 十六 国际宽容日	17 十七 国际大学生节		
18 十八	19 十九 世界厕所日	20 二十 世界儿童日	21 廿一 世界哲学日 世界问候日 世界电视日	22 廿二 小雪	23 廿三	24 廿四		
25 廿五 国际素食日 国际消除对妇女的暴力日	26 廿六	27 廿七	28 廿八 感恩节	29 廿九 黑色星期五	30 三十	1 十一月初一 12月 国际艾滋病日		
2 初二 全国交通安全日 网购星期一	3 初三 国际残疾人日	4 初四 国际银行日 国家宪法日 中国法制宣传日	5 初五 世界土壤日 国际志愿者日 世界弱能人士日	6 初六 大雪	7 初七 国际民航日	8 初八 国际儿童电视广播日		

● 近期美通社发稿趋势

展会、论坛成为关键词

2024年中国国际工业博览会、2024美国国际光伏储能展览会等等；发稿比较集中的是服贸会，发稿企业如沙特阿吉兰兄弟控股，西门子医疗，雀巢等。欧洲肿瘤内科学会每年定期召开，超10家本土药企在会上发布研究成果。

开普勒正式发布人形机器人先行者K2 开启商业化进程
雀巢亮相2024服贸会：助力新质生产力发展 共建可持续未来和铂医药

酒店发稿活跃

在国庆节前和假期中，包括洲际、万豪、世茂喜达酒店等都发布了多家酒店开业消息。如家酒店品牌结合假期内火爆的太湖湾音乐节进行品牌营销。假期后，北京君澜理举办秋日盛宴等活动。

国庆夜游正当时，万豪旅享家邀宾客旅途中遍赏华灯璀璨
打工暂停 如家酒店品牌形象官RUMI带你直击太湖湾音乐节现场

时尚服装品牌活跃

2025春夏上海时装周从10月9日持续到10月19日，服装品牌发布新系列。在此期间品牌也通过各种活动进行宣传。北面针对巴黎春夏时装周合作系列阐述针对“时装户外”的新布局；可隆开启露营活动体验之旅；FILA在上海举办高级运动羽绒大秀。

FILA x James Jean高级运动羽绒大秀 以艺术之名引领情绪户外新纪元
维多利亚的秘密时尚大秀重磅回归 来自纽约现场直播

品牌体育营销火热

涉及多个行业，例如玲珑轮胎与皇马合作，太太乐通过盲人足球项目做公益。其中网球运动关注度较高。2024武汉网球公开赛于10月5日至10月13日举办、2024上海劳力士大师赛于9月30-10月13日举办。体育运动品牌特步、On昂跑、亚瑟士等都发布了与网球相关的新产品和活动稿件。

特步进军网球领域，成为武汉网球公开赛官方赞助商
玲珑轮胎与皇家马德里携手开启全球合作新纪元

● 近期媒体热门话题及行业重点事件

2025年有望成为mRNA肿瘤疫苗商业化的元年

- 近日，研究报告显示，2025年有望成为mRNA肿瘤疫苗商业化的元年，凭借在降低复发和远端转移方面更优且更稳定的疗效表现，预计mRNA肿瘤疫苗将成为mRNA疫苗领域的下一重磅单品并迅速打开市场。据测算，2035年全球和国内mRNA肿瘤疫苗市场规模分别将达到210亿美元和100亿元的量级。国内mRNA疫苗领域布局，如智飞生物入股深信生物，百克生物收购传信生物布局mRNA疫苗管线，沃森生物的mRNA新冠疫苗和新冠变异株疫苗先后获得印尼和国内的紧急获批上市，康希诺为阿斯利康提供mRNA疫苗CDMO服务等。

大型超市零售业发展新业态

- 名创优品约63亿元收购永辉超市29.4%的股权，一跃成为永辉超市的最大股东。名创优品表示，作为高速全球化发展的中国零售品牌，名创优品和永辉超市的联手有望打造“中国版山姆会员店”。行业认为，名创优品的IP设计优势，有可能为永辉超市这个比较传统的超市品牌，带来品牌的升级效应。

● 近期媒体热门话题及行业重点事件

2025年或成全球Robotaxi商业化元年

- 特斯拉于北京时间10月11日召开发布会，展示其Robotaxi（无人驾驶出租车项目）等新产品和新技术。此前，马斯克指出，特斯拉将请求欧洲、中国和其他国家的监管机构批准特斯拉的FSD（完全自动驾驶能力）监督版，他认为特斯拉有可能在今年年底前获得批准。在国内也有很多企业对该赛道进行探索。小鹏汽车扩充Robotaxi团队，百度萝卜快跑将计划在香港推出。券商分析，特斯拉入局将推动共享出行行业迎来重大变革，2025年或成全球Robotaxi商业化元年。

AI掀起核能浪潮

- 科技公司正在寻找新的能源供应，为运行人工智能系统所需的大型数据中心供电。亚马逊决定向小型核反应堆投资；谷歌与凯罗斯电力签署协议，后者将建造七个小型模块化核反应堆，为谷歌数据中心供电。微软此前也宣布与美国联合能源公司达成协议，重启2019年关闭的三哩岛反应堆。甲骨文正在设计一座由三座小型核反应堆供电的1吉瓦数据中心。不过相较于核能，也有很多人支持风能和太阳能，这两种技术目前可用，且成本远低于新建核电站。

● 近期媒体热门话题及行业重点事件

医药行业开放合作进一步定调

- 近期国家药品监督管理局表示，加强国际通用监管规则在国内的转化实施，支持开展国际多中心临床试验，促进全球药物在中国同步研发、同步申报、同步审评、同步上市。加大对医药进出口贸易的支持力度，加快境外已上市新药在境内上市审批，鼓励跨国企业把原研化学药品、生物制品和高端医疗装备等转移到国内生产。鼓励我国更多医药企业走出国门参与国际贸易。

MNC剥离消费者健康业务成风

- 赛诺菲宣布已与美国私募股权公司CD&R进入谈判阶段，探讨出售其消费者保健业务Opella的50%控股权的可能性。法国工会组织了赛诺菲的工人开始罢工，以抗议该公司打算出售该业务。行业人士指出，制药企业通过剥离非核心业务以降低成本和提高运营效率，已成为一种明显趋势。全球多家跨国药企如强生、辉瑞和GSK、拜耳也选择了剥离消费者健康部门，以更专注于核心制药业务。这种策略使公司能够集中资源于药物研发和创新，更好地应对日益激烈的市场竞争和不断变化的融资环境。

● 特别关注：跨国企业在中国新动态

2024年9月动态

涉及以下行业/话题：

- 汽车与交通
- 能源化工
- 健康、医疗制药
- 体育、零售
- 房地产
- 旅游、酒店

点击图片即可阅读

跨国企业在中国月报 | 阿迪达斯、迪卡侬、亚瑟士、罗氏、飞利浦、费列罗、乐高等公司动态

美通社 美通社头条 2024年10月08日 08:01
天津 7人听过

美通社头条
每日精选新鲜、有趣、重要的企业资讯
1318篇原创内容
公众号

2024年9月份，跨国企业在中国的发展动态。

汽车与交通

DHL 快递 首次将机队专机交由中国国内货运航司负责维护运营

健康、医疗制药

施万博士：中国是罗氏的战略市场



9月22日，罗氏集团董事会主席施万博士出席第36次上海市市长国际企业家咨询会议（简称IBLAC）。作为IBLAC主席，施万博士同各方进行交流与研讨，为上海发展建言献策。“上海有着卓越的营商环境、雄厚的经济实力和深厚的文化底蕴，也一直在蓄力长远发展，这为包括罗氏在内的跨国企业提供了前所未有的发展机遇。中国是罗氏的战略市场，我们对于在中国市场的长期发展充满信心。”

美通社头条 3 23 在看 写留言

11月 · 热点话题

TRENDING TOPICS

题

1

进博会

China International Import Expo

2

全民购物节

Shopping Festival

3

冬季生活

Winter is coming

01

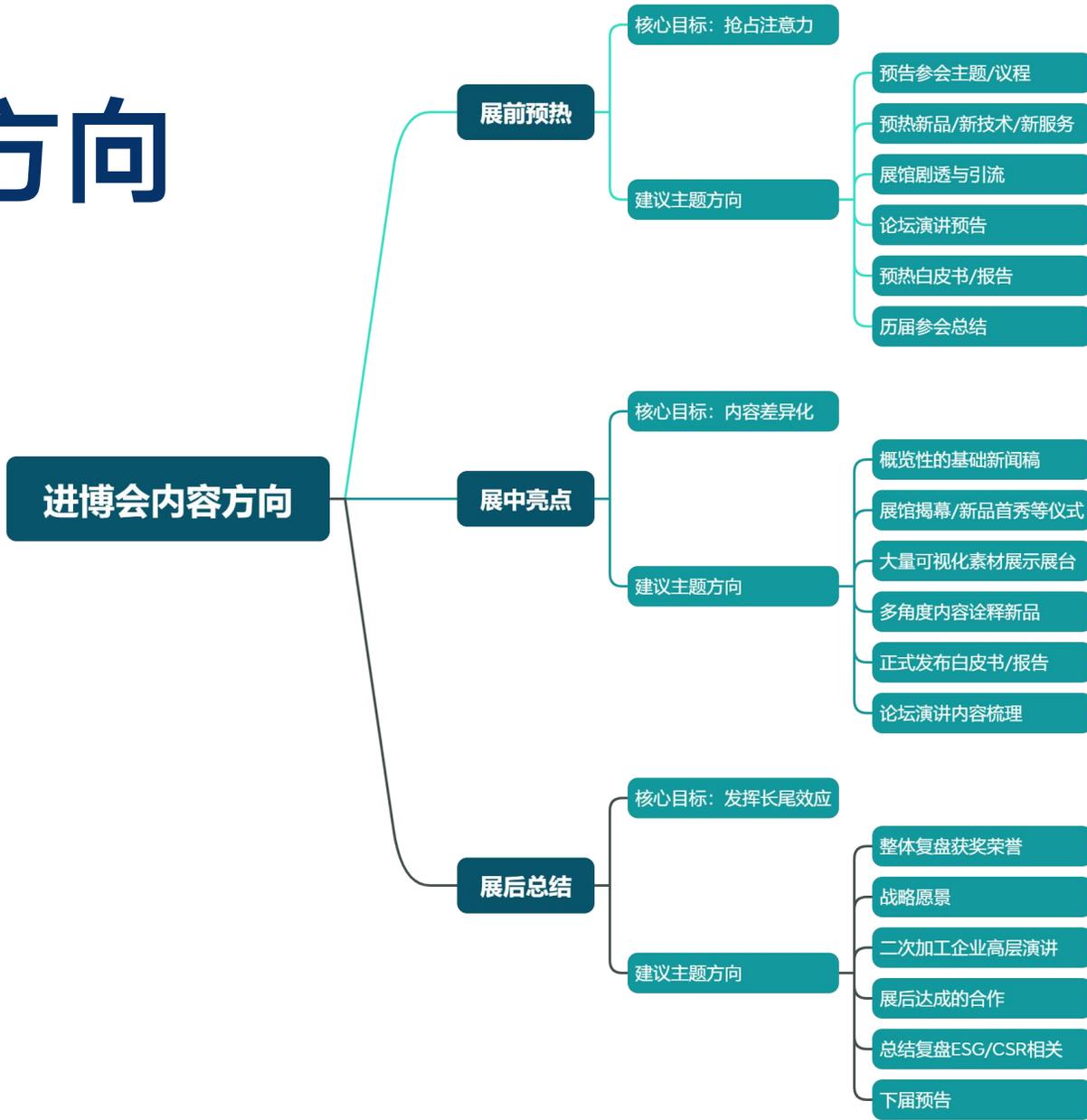
进博会

进博会是各家媒体积极传播的热点之一，也是霸榜各新媒体平台热搜的重要事件之一。无论是to B还是to C企业，都可从中挖掘到媒体和大众关注的方向。

稿件方向

- 展前预热
- 展中亮点
- 展后复盘总结

一图看懂 进博会传播方向



● 今年进博会媒体传播变化及重点

宏观政策变化带来的媒体报道导向变化

- 从进博会的传播报告中可以看到，一些传播热词，如“一带一路”、“高质量发展”等，成为媒体的重点关注对象。

展示内容带来媒体报道的内容变化

- 除了关注展品本身，媒体还关注这些展品是否在中国市场有应用，展品有无改变又为何作出改变，或在中国市场发展的前景如何，会给中国消费者或者客户带来哪些好处等等。这类报道往往更适合在视频和新媒体平台上发布，通过有趣、有料的内容，达到传播的目的。其中，体现外企在华发展趋势变化是媒体关注的话题之一。

展会之间的互相影响带来媒体报道变化

- 近年来，我国以展会整合开放合作的全球要素资源，从广交会、进博会、服贸会到创立全球首个以供应链为主题的国家级展会——链博会，不断加快形成高水平国际化会展矩阵。，各个展会互相借鉴，媒体报道这些展会的话题也是互相影响。比如，进博会举办之后，广交会也设立了进口展，给媒体报道提供了新的视角和选题
- 链博会让媒体更加关注产业链、供应链的话题。链博会的报道形成了广泛影响后，媒体在报道广交会、服贸会和一些行业性展会时都会跟进相关话题。预计在今年的进博会上，产业链、供应链话题也将成为一个媒体重点的关注点。

内容生产的互动性与定制化

- 媒体通过设置话题讨论、在线问答等方式增强与受众的互动，同时针对不同行业制作专题报道，满足多元化的信息需求。建议企业树立多层次传播的理念，在准备通稿的基础上，针对不同媒体的需求，提供多维度的素材包。

参考案例



展前预热 | 《第五届进博会：乐高集团“旋转木马”主题装置安装完毕》



展前预热 | 《仲量联行携四大首发阵容首次参展进博会，履行深耕中国承诺》

参考案例



展中亮点 | 《进博会亮点多，特步低碳环保概念跑鞋“跑进”可持续发展未来》



展中亮点 | 《宝洁携新产品、新体验、新承诺亮相第四届进博会》

参考案例



展后复盘总结 | 《勃林格殷格翰参展第五届中国国际进口博览会成绩单出炉》



展后复盘总结 | 《霍尼韦尔参展第五届进博会成果丰硕 提前签约第六届进博会》

02

全民购物节

双11、黑五，是11月份国内外两个非常重要的购物节。对国内企业来说，双11不仅是下半年企业冲GMV的最佳时期，也是公关宣传的好时机。尤其近两年购物节的“核心”在不断变化，企业如何做好对上对下的宣传，是门技术活。

稿件方向

- 促销预告
- 消费数据
- 企业成绩背后的故事
- 产业链条助力

今年购物节媒体关注话题

政府以旧换新补贴首次入场，规则创新

- 政府以旧换新补贴首次“入场”参与“双11”大促。在政府20%补贴力度、天猫品类券、品牌官方立减15%等多重优惠叠加下，天猫平台上家电价格可低至6折。企业表示，作为政府指定补贴发放平台，在政府提供绿色节能产品15%~20%的优惠基础上，将联合品牌商家、金融机构，为用户提供更好的换新体验。
- 补贴加码之外，规则也在创新。遥望科技从招商选品、直播玩法、内容创新、渠道融合等多方面进行全面升级。

行业呼吁品质直播

- 近年来，直播带货逐渐成为电商促销的重头戏。但一段时间来，部分流量主播在直播带货时接连出现虚假宣传等问题引发关注。在此背景下，行业呼吁品质直播，也成为今年“双11”一大亮点。

- 专家指出，进入深水区的直播电商，需要建立长期稳定的经营模式。未来直播电商的发展，应更多地关注品质本身，通过品质直播助力新兴消费，其中头部企业需做好示范作用，带动行业走向正能量。专业主播、品牌货盘、平台优质服务保障协同的品质直播模式将成为行业主流。

服务升级 提升购物体验

- 在提升优惠力度的同时，天猫双十一还加大了服务保障的力度。天猫在服务保障上持续升级，推出了店铺体验分体系、88VIP无限退货包运费、大促期间48小时发货保障等系列服务保障升级举措。这些服务保障措施的推出，不仅提升了消费者的购物体验，也为商家提供了更大的生意增量。
- 比如先后推出了新疆地区包邮服务、先用后付等一系列举措，还投入大量成本支持88VIP会员的免运费服务。
- 除了调整低价策略、为消费者提供便利，淘天也开始对商家经营工具、机制、策略等方面进行升级。今年6月，淘天开始全面推行新的商家评分体系，包括“店铺体验分”和“商品体验分”。

参考案例



促销预告 | 《绿城系酒店2023"双十一"三大渠道联动发力, 缤纷活动精彩来袭》



促销预告 | 《万豪旅享家推出"双十一"好礼 传递全新旅行灵感》

参考案例



消费数据 | 《以科研原力赋能品牌增长，自然堂双十一大促精彩收官》



消费数据 | 《20年国货崛起涅槃，林清轩创面部精华油奇迹》

参考案例



企业成绩背后的故事 | 《以“用户满意”为导向 A.O.史密斯多措并举主打“服务”牌》



企业成绩背后的故事 | 《跨界“宝”物，高效物流--宝洁为消费者打造天猫“双十一”购物新体验》

参考案例



产业链条助力 | 《双11“万亿交易额”背后，浪潮信息助力银行扛住交易洪流》



产业链条助力 | 《自动驾驶走进双11，赢彻科技量产自动驾驶卡车为买家送货》

03

冬季生活

11月开始进入冬季，对于品牌来说，换季带来的应季产品、新活动是必做常规宣传。此外，“冰雪运动”是近两年爆火的话题，to C端和to G端都有不少文章可做，是品牌宣发新增长点。

稿件方向

- 应季新产品
- 企业技术更新/产品升级
- 季节性活动/攻略
- 冰雪运动

● 消费销售行业趋势和媒体关注

首发经济

- 首发经济是指企业发布新产品、推出新业态、新模式、新服务、新技术，开设首店等经济活动的总称，涵盖了企业从产品或服务的首次发布、首次展出到首次落地开设门店、首次设立研发中心，再到设立企业总部的链式发展全过程。首发经济的新产品、新内容、新场景等迎合了消费者不断升级的需求，映射出个性化、多样化、体验化的消费发展趋势。

情绪价值

- 随着新需求、新模式、新趋势的出现，今年，提供情绪价值几乎成为所有行业的共识。天眼查专利数据显示，截至目前，市场上与“情绪”相关的专利超过3700项，表明企业越发重视对情绪价值的挖掘。以生鲜电商平台为例。叮咚买菜发现，越来越多的年轻消费者愿意为兴趣爱好和提升生活品质的好物买单。

IP联名成功出圈

- 当今消费领域，行业趋势呈现出多元化、个性化和体验化的特点。其中，IP联名作为一种独特的传播方式，正逐渐成为品牌吸引消费者、提升市场竞争力的重要手段。通过与其他品牌的合作，企业可以借助对方的品牌影响力和粉丝基础，快速扩大自己的市场份额和知名度。同时，IP联名还能为消费者带来更加丰富多样的消费体验，满足他们对于个性化和差异化的需求。
- 因此，在未来的消费市场中，IP联名有望继续保持强劲的发展势头。IP联名这一形式，越来越多地应用在零食品牌、瓶装饮料、包括日用品等领域，其中为人津津乐道的合作如瑞幸与《黑神话·悟空》、瑞幸与茅台；屈臣氏与哆啦A梦联名合作；奈雪的茶与哈利·波特的联名等成功出圈。

参考案例



应季新产品 | 《迪桑特发布2024秋冬RWSB S.I.O单板滑雪服》



应季新产品 | 《征服雪峰的FILA, 产品创新助力用户征服新雪季》

参考案例



企业技术更新/产品升级 | 《Airbnb爱彼迎全面个性化升级，推出超50项产品升级拥抱今冬旅行季》



企业技术更新/产品升级 | 《寒冬将至，佳通轮胎第二代吸附技术护车主畅享冬日、安全稳行》

参考案例



季节性活动/攻略 | 《上海迪士尼度假区将于11月28日开启“迪士尼冬日奇幻冰雪节”》



冰雪运动 | 《冰雪度假热潮来袭 Thomas Cook托迈酷客举办长白山冰雪节》

● 写作灵感：从「卷流量」到「卷内容」

2024年已经进入Q4收尾阶段，但观察今年的整体大环境，越来越多的企业都在通过降本增效，穿越周期。

而当大环境的影响落到企业的传播部门上，就宛如迷雾。传播人会觉得缺少对未来的可控性，更直观的影响就是“节衣缩食”，缺少传播的“弹药”。

毫无疑问，在恰如迷雾的环境中穿行，重要的就是每一步都踩在实处，稳打稳扎，聚焦高回报的传播事项。但问题是，在众多的日常传播事项中，哪些【事项更值得分配有限的人力、时间、预算等资源？这是首要问题。

在此痛点下，美通社近期举办了一场线下沙龙「穿越迷雾，传播新途」。来自美通社的两位分享嘉宾的演讲，分别从内容和渠道出发，建议传播人士要担当好：内容创造者与资源分配者的角色定位，助力企业成功穿越周期。



点击图片即可阅读

想写热点话题 但不知道如何下手？

策划撰稿 推荐使用!

- 带新闻点切入角度的内容撰写
- 基于月度热点、行业话题、企业事件观点等方式的事件描述型撰写，由资深行业条线作者撰稿
- 公司动态价值、优化品牌事件、凸显事件新闻性

对产品有兴趣或想了解更多传播服务详情，请咨询美通社传播顾问

电话：+86-10-5953 9500

邮箱：info@prnasia.com

或者直接点击：[戳我](#)



点击图片即可跳转

不想发新闻通稿，怎么做破圈传播

新升级!

中文新媒体发布

企业自媒体内容的渠道延伸



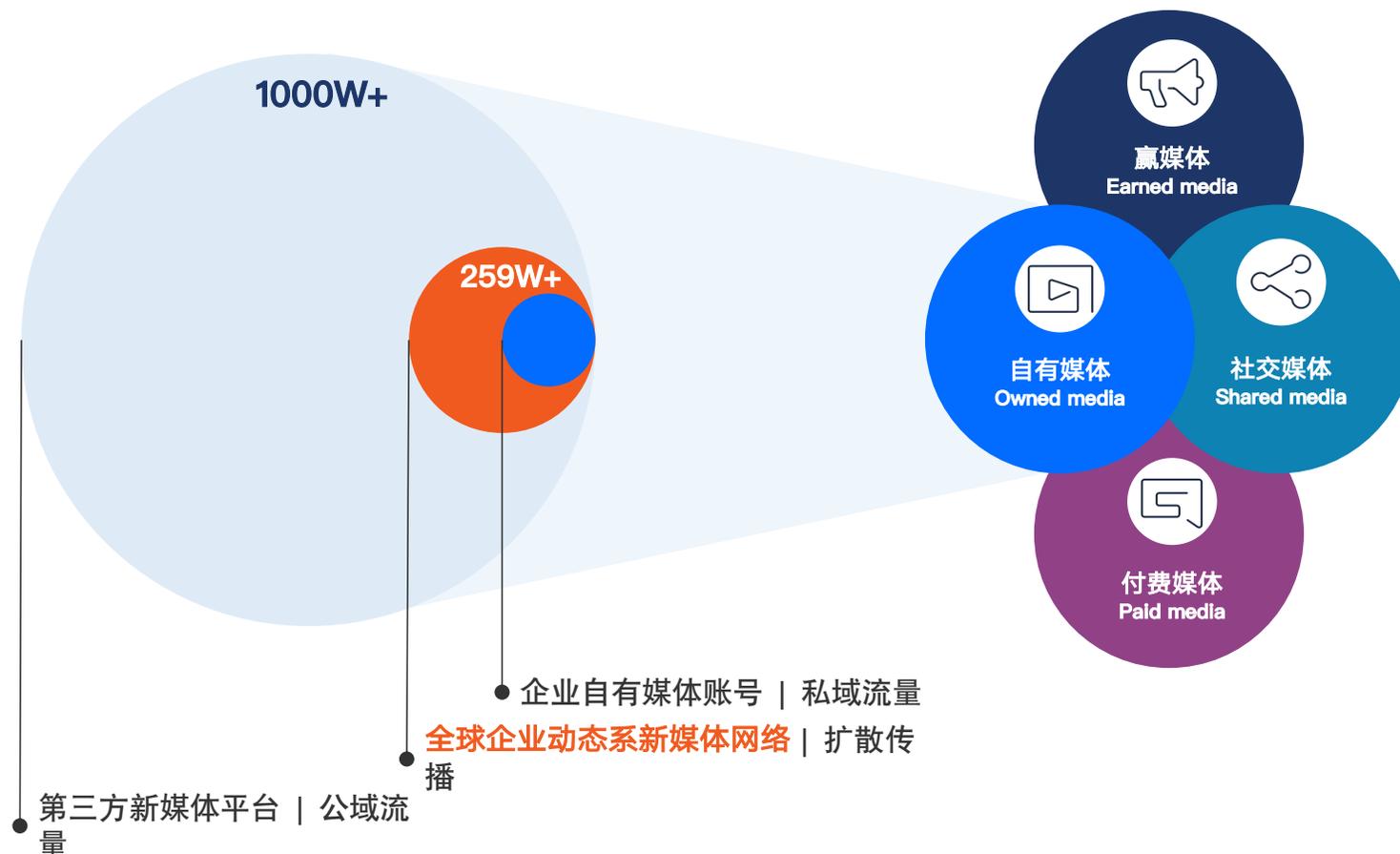
无需通稿，原文转载



从私域到公域，扩散传播



潜在受众触达、破圈、留存



关于 Cision

作为公关、市场营销和社交媒体管理技术与洞察领域的全球领先者，Cision帮助品牌和机构锁定、联系和接触客户以及利益相关者，以取得业务成果。Cision 旗下的美通社（拥有11亿影响者的企业新闻稿发布网络）与Falcon.io（一站式社交媒体管理平台）构成了一套一流的解决方案。此外，Cision已经签订了收购 Brandwatch（社交媒体监测平台）的最终协议。Cision 在美洲、欧洲、中东和非洲以及亚太地区的24个国家和地区设有办事处。有关该公司屡获殊荣的解决方案的详情，包括新一代Cision Communications Cloud®，请访问 www.cision.com，并在Twitter上关注@Cision。

关于美通社

美通社（PR Newswire）在企业传播领域深耕多年。1954年美通社开创了企业新闻稿发布行业的先河，于2016年成为Cision旗下公司。美通社服务着全球七万多家企业和机构，每天以四十多种语言，帮助客户把他们的最新文字、图片和视频资讯发布给世界各地的目标受众。此外，美通社还提供全球媒体数据监测和分析服务，为客户的日常传播工作提供数据、技术等支持。

北京 (86-10) 5953 9500 | 上海 (86-21) 8017 9500 | 深圳/厦门 (86-755) 8203 7494 | 杭州 (86-571) 8821 9685 成都 (86-28) 8511 4629 | 中国香港 (852) 2572 8228 | 中国台湾 (88-62) 2768 0350

新加坡 (65) 6692 2374 | 马来西亚 (60-3) 2096 9637 | 印尼 (62-21) 8063 1839 | 韩国 (82-2) 6929 2223

澳大利亚 (61-2) 8052 9555 | 越南 (84-28) 6276 8957

Copyright © 2024 Cision Ltd. All Rights Reserved



欢迎关注我们
了解更多企业传播知识