

# 长安中东三十年：让世界看见中国智造

- 品牌名称：长安汽车
- 所属行业：汽车行业
- 执行时间：2024.07-08
- 参选类别：出海营销类

# 结案视频

直接点击链接观看视频，或复制链接到新浏览器页面查看

<https://weibo.com/1740936973/OuYUSbZHD>

<https://weibo.com/1740936973/Ov7yF8nsa>

## 01

## 长安造车40年，携手中东30年

- 长安汽车历经40年造车历程，与中东市场携手走过30年，深度融入“一带一路”和“2030愿景”，在沙特利雅得举办品牌发布会，向中东非洲区域辐射，开启新篇章，深化全球化海纳百川计划。

长安汽车董事长朱华荣强调海外本地化、产业链深度布局是中国品牌走向全球的制胜法宝，属地化、本地化营销是出海营销的关键，深度洞察海外当地文化，因时因地制宜，尊重文化差异，融入当地市场。

## 02

## 中东非市场的需求与机遇

- 全球加速能源转型，沙特“2030愿景”示范效应下，中东非各国积极布局经济和能源转型，长安汽车以此为契机扬帆出海，推进全球化“海纳百川”计划，从“产品出海”转向“品牌出海”，满足当地市场需求。

长安汽车在中东非市场长期位列中国品牌销量第一，累计销量突破40万辆，沙特消费者对长安汽车的认可，体现了品牌在当地市场的成功，为出海营销奠定了坚实基础。

## 文化出海，打造中国品牌名片

长安汽车期望通过“文化出海”，将自身打造成为中国品牌走向世界的名片和文化交流的桥梁，助力中国汽车文化走向全球，丰富其内涵，提升中国汽车品牌在国际上的话语权和影响力。此次跨国联动出海，创新营销方式，助力长安汽车在中东非洲区域的品牌形象焕新、认知跃迁、体验升级，吸引国际媒体和消费者关注，展示中国汽车独特魅力，从“本土思维”到“全球视角”，以属地化营销优势，展现与中东携手共进的未來前景。

## 精准定位与感性输出

长安汽车中东出海，针对产品目标受众进行市场洞察，策划# 一路长安·有你真好「中东非情谊30年」短片，以3代长安人、3个视角、3个关键词为核心主线，传递深耕精神与成果，升华全球形象。

创意分屏，从视觉角度打破传统常规，开篇从迪拜金相框到中式窗棂，借助圆形元素寓意“相聚、融合”，内容主线串联国家文化交融、科技实力、长安实力，展现携手共创未来的愿景。



## 01

## 属地化海外实地拍摄

为使本地观者产生亲近感与共鸣，团队奔赴沙特阿拉伯和阿联酋迪拜开展海外拍摄，搭建适应本地化的Global team，融入当地市场，把握消费者喜好，邀请当地公司董事会成员、经销商、员工及用户参与，呈现丰富多彩画面，增添品牌海外传播魅力。



## 02

## 中外文化与融合的细节呈现

从场景选择到角色设定，从服饰搭配到语言表达，深度文化融合，让当地观众感受尊重与理解，打破文化隔阂，为品牌传播与发展奠定基础，三十年出海路，长安汽车在沙特市场取得显著成绩，车主与员工的深厚情感见证品牌成功。





## 精准定位，以全球视野感性输出

长安汽车中东出海，针对产品目标受众进行市场洞察，长安以崭新的姿态在中东开启全新篇章。借此机会，策划#一路长安·有你真好「中东非情谊30年」短片，在发布会后进行传播。

视频以3代长安人、3个视角、3个关键词为核心主线，传递长安人深耕中东非洲市场奋斗拼搏的精神与硕果，升华长安的全球形象，是全球用户的坚定守护者、是永不止步的技术关怀者！



### 创意分屏，从视觉角度打破传统常规

借助相似画面实现了自然流畅的转场，凭借寓意“相聚、融合”的完美几何图形圆形元素，直观地呈现在海纳百川的意象之中，象征着中国与中东非的文化交汇与融合。

通过中东非具有代表性的符号和阿拉伯数字元素，以本地化共情的视觉呈现方式，凭借国际视野，实现多元文化的共融。

内容主线由国家文化交融、科技实力、长安实力这三个部分串联而成，先后通过两国人文特色内容的分屏创意拼接、科技实力以及长安造车实力内容的创意转场，展现出长安与中东携手共创、共享、共进未来的美好愿景。



产出多个高热度内容，聚焦#一路长安 有你真好#话题传播，微博话题阅读量1684.6万、抖音话题阅读量433.8万；#长安汽车品牌中东非洲发布会#微博话题阅读量848.2万、抖音话题阅读量1759.9万，引发全网热议。

这些高热度话题和阅读量不仅展示了长安汽车在中东非洲市场的影响力，也体现了品牌在全球范围内的关注度和认可度，为长安汽车的品牌形象和市场推广带来了积极的影响。

## 高热度话题与阅读量

1

### 社交媒体平台的传播扩散

在全球数字化浪潮的推动下，长安汽车作为营销创新的积极实践者，为汽车出海提供营销新思路。长安汽车品牌中东非洲发布会的营销传播活动，跨越了国界与文化差异，达到内容覆盖全面化。

联合海内外媒体、长安汽车的各业务品牌以及内部员工，在抖音、微信等社交媒体平台进行多渠道传播扩散，扩大传播声量，结合中东非洲特色及“长安汽车30年深耕中东非、40万本地用户携手”等内容维度多形式传播。

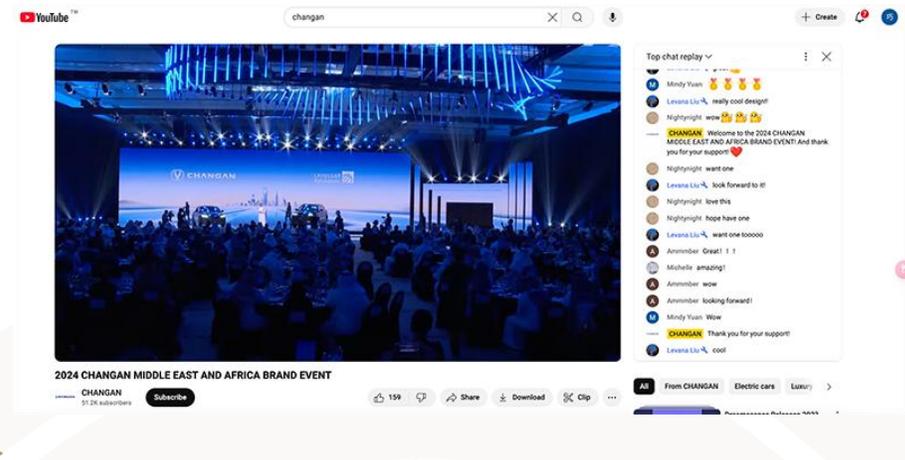
2



### 国内国外双直播模式

长安汽车深化直播营销，采用“国内 + 国外”双直播模式面向全球更多国家和地区进行直播，拉近品牌与全球受众之间的距离。

通过全球账号达成海外本土化运营造势营销，撬动流量，以FB和IG为传播主阵地，利用X（原Twitter）、YTB和TT（TIKTOK）扩大认知。持续深化长安汽车“科技+伙伴”的品牌形象。



### 深化品牌认知与用户连接

- 1、通过直播营销，长安汽车不仅展示了其产品的优势和特点，还与全球用户进行了实时互动，增强了用户对品牌的认知和认同感。
- 2、全球化的互动方式，使长安汽车能够更好地了解不同地区用户的需求和反馈，为品牌的产品研发和市场策略调整提供了有力支持，进一步提升了品牌在全球市场的竞争力和影响力。



THANKS

