

# 海唐新媒集团



- 微信公众号：海唐志
- 参选类别：年度数字营销影响力代理公司



## (一) 公司简介

- 海唐新媒集团成立于2008年，定位于国内领先的智能数字创意整合营销公司，业务覆盖全案营销服务、公关传播服务、新媒体效果与品牌广告投放、AI营销。自成立以来，公司累计服务客户逾700家，覆盖新能源汽车、TMT、消费品、金融等多个领域，长期服务客户有蔚来、小鹏、领克、吉利、奇瑞、宝马中国、北汽新能源、百度、腾讯、微博、京东健康、伊利、金龙鱼、立白、复星集团、中国银联、工商银行等。公司拥有逾400位专业人士，30%员工具有各类科技公司及新媒体从业背景。目前，公司位列国内整合营销公司top 7。

## **(二) 核心专业优势**

### **1、短时间内爆点生产能力**

(1) 基于敏锐的市场洞察，进行内容策划。例如，在某新车型上市传播项目中，团队提出全程绑定某竞品车型的传播策略，最终在多个节点打造客户车型远超竞品车型的产品印象。

(2) 具有在短时间内并发生成大量内容物料、多平台热搜运营的能力，实现热点内容集中爆发势能。公司可在短时间内生产大量不同类型二创素材，在爆发节点全量输出，单日可输出200+篇文章稿件、2000+条短文案、300+份短视频切条。具体案例见“成功运作的具有影响力的案例”（蔚来李斌150度电池直播、蔚来NIO DAY、蔚来NIO IN）。

2、深耕硬科技领域，将复杂技术概念转化为不同受众圈层可接受的叙事，助力客户实现新质生产力的释放

例如，汽车领域的芯片与操作系统技术突破、AI原生智能系统升级，科技领域的大模型、AI硬件产品、AI解决方案、云服务等复杂技术概念。具体案例见“成功运作的具有影响力的案例”（蔚来NIO IN、蔚来NIO DAY、百度）。

## **(二) 核心专业优势**

### **3、体系化资源管理能力**

(1) 基于媒体大规模采买、关系运营与资源管理能力，协助客户完成超大规模传播业务，并实现大项目降本。例如，公司曾为不同客户的重大营销项目实现千万级、百万级、数十万级降本。

(2) KOC开发运营能力。例如，公司曾为某客户从0到1孵化KOC矩阵，建立良好的社群关系。

### **4、特色服务**

#### **(1) 财经公关**

协助多家企业完成国内外上市传播、日常财报传播，协助解决财经领域舆情危机；在财经公关领域有着丰厚的资源人脉，与李稻葵、胡锡进等重量级嘉宾有长期合作关系。

#### **(2) 舆情监测与处置**

舆情监测能力：全网信息秒级采集，7x24x365不停机。年度采集数据总量达1256W+条，日新增新数据3.4W条。监测范围包括网站10万+个、微博账号15亿个、微信公众号2400万个、APP 1900+个、平媒电子版 2000+家；今年新增视频号监测。在监测效率方面，信息采集秒级更新，3min完成采集+识别+汇报，敏感事件小时级更新。

舆情处置能力：分级处理，全网处置成功率64%+。

### (三) 具有影响力的案例

#### 1、深耕硬科技领域，将复杂技术概念转化为不同受众圈层可接受的叙事，并在短时间内生成全网热点

(1) 蔚来150度电池直播：2023年底，全球领先的蔚来150度电池量产包即将下线，蔚来董事长李斌采用直播形式，实测150度电池包续航能力。在直播营销方面，本项目首次采取直播视频切条的传播方式，将金句/事件点在10分钟内传播到各个渠道，实现了从微信朋友圈、视频号、微博、腾讯新闻等多个平台全面声量持续不间断爆发。截至直播当日18时，共计传播5400+条信息。最终，全网累计阅读量9.8亿，视频总播放量超1000万+；全网10个平台登上25个热搜，包括微博热搜9个、抖音热搜1个、头条热搜4个、腾讯热搜3个、懂车帝热搜2个、易车热搜1个、新出行热搜1个、知乎热搜2个、虎扑热搜1个、百度热搜1个；全平台官方账号直播观看人数高达483万人次，最高有7万人同时在线。该项目曾在2023年底轰动车圈，之后的一段时间，车企CEO纷纷效仿开启自驾直播之路。

(2) 蔚来2023 NIO DAY：活动预热前期产出400+条稿件、40+条视频、80+张三方图、3000+条链接，活动当晚集中资源，爆发发布1300+条链接，浏览总量3800万+，互动量23万+。最终，该项目在微博、小红书、抖音等平台均热搜上榜，累计阅读量/播放量接近14亿，累计互动量1300w+，全平台热搜话题累计曝光量7.5亿+，渠道触达约4.5w+用户。

### (三) 具有影响力的案例

#### 1、深耕硬科技领域，将复杂技术概念转化为不同受众圈层可接受的叙事，并在短时间内生成全网热点

(3) 蔚来第二品牌乐道品牌发布：除了在权威媒体、汽车垂类门户、财经媒体等多渠道联合推广，全方位解读客户多品牌战略、新品牌定位、领先产品力，团队通过趣味化、场景化的方式进行病毒视频传播，解决复杂晦涩技术力的传播难题。最终全网总曝光量20亿，总热度值880w+，总体阅读量8亿+，在微博抖音等平台共产出27个热搜；发布当天，相关关键词微信指数由8w+跃升至1200w+，抖音关键词搜索指数达到90w+。

(4) 蔚来2024 NIO IN科技日：通过权威媒体定调社会价值+创始人直播+多圈层媒体传播+视频内容二创剪辑的复合传播形式，将复杂晦涩的汽车智能化前沿技术（芯片与操作系统技术突破、AI原生智能系统升级等）多角度阐述和传播，从权威媒体解读到普通用户自发传播，从专业技术解读到泛大众视角的梗传播，覆盖汽车、科技、财经等不同圈层。最终，活动当日产生73个话题，媒体出刊6000+条，累计阅读量4亿+，共计产生21个热搜，热搜高位话题累计互动量接近9w。

(5) 百度大模型心智传播：2024年，帮助客户提升用户对大模型产品的心智认知。通过解读OpenAI/Sora/大模型等新概念、国产大模型的发展现状、大模型产品的竞争优势、大模型产品的使用方法，在两个月内，累计发布内容750+篇，覆盖小红书、微信视频号、微信公众号平台的高中低等级账号，产生500w+曝光、50w+互动。同年，策划百度董事长李彦宏与知名媒体开展圆桌访谈，传播客户创始人对大模型的观点洞见（开源与闭源模型对比、通用大模型和行业垂直大模型对比、大模型价格战、智能体发展潜力、生成式AI的幻觉问题、AGI的实现难题等），覆盖澎湃新闻、搜狐新闻、新浪新闻、雪球、同花顺、21财经等多个主流平台。

### (三) 具有影响力的案例

#### 2、内容策划与创意营销

(1) 香飘飘雪糕上市话题营销：帮助客户加强在夏季市场的存在感时，团队提出“回忆向”、“猎奇向”、“吐槽向”内容更能激发年轻群体的情感共鸣和自发讨论。项目启动后，团队联合官V、蓝V进行脑洞玩梗创作，假装推出雪糕新品、假装惊喜收到，话题成功出圈。这一阶段的成效促使品牌方决定真的推出雪糕新品，团队随即快速响应，进行经典品牌语升级、创意再现品牌经典场景等营销活动，雪糕新品出货仅用时25天！最终核心话题总曝光量超过亿次，讨论量接近3w条，不仅在客户内部引起了很好的反响（客户反馈效果“很炸”），也带来了许多自发的行业文章。

(2) “京东买药x网易云音乐”双十一跨界营销：项目推出“音药疗愈”全新健康消费理念，将具有疗愈属性的买药备药（低频行为）和听音乐（高频行为）进行巧妙结合。随后，团队积极洽谈并成功邀请了网易云音乐进行跨界合作，推出“音药疗愈馆”、“音药随身听”等创意玩法。最终总曝光量达10亿+，主话题#更适合中国宝宝的音药# 双日登上微博主榜话题。该项目获得2024年虎啸奖联合营销类银奖、电商及效果营销类-大促与节日营销类银奖（该奖项的申报单位为京东健康医药事业部）。



## 服务的主要客户

蔚来汽车、百度集团、京东健康、腾讯、伊利集团、中国银联、招商银行、立白、东鹏特饮、吉利等。