

JETOUR G700阿联酋海外首发上市 及全球媒体试驾传播

- **品牌名称:** 捷途
- **所属行业:** 汽车
- **执行时间:** 2025.11.19-12.31
- **参选类别:** 跨境营销类

案例视频

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://v.youku.com/v_show/id_XNjUxNDE0NDQwMA==.html

在捷途高端G序列首款战略车型G700于阿联酋迪拜完成海外首发上市与首次全球媒体试驾之际，品牌正凭借GAIA全地形智能架构与“更越野、更豪华、更科技、更尊享”的硬核实力，重新定义豪华越野标准，并推动其全球化品牌向上战略。然而，此次活动也面临多重挑战：

- 一方面，中东市场长期由传统豪华品牌主导，中国品牌需快速建立高端电混越野品类认知，打破用户固有印象；
- 另一方面，如何在奢华都市与极端越野场景中同时传递“豪华”与“硬核”双重属性，并实现跨文化、多语种的全球协同传播，保持声量与信息的一致，成为考验；
- 此外，活动不仅承担产品发布功能，更需完成与高净值用户的情感链接，实现从“产品出海”到“品牌价值跃迁”的关键跨越。

JETOUR G700承载着中国品牌向全球高端市场突围的使命

本次传播活动聚焦打破区域传播局限

以一次上市活动树立中国品牌全球传播标杆

将G700打造成全球爆款车型

「四大首次 × 全程热点 × 全球瞩目 × 全域透传」

突破常规区域上市、区域传播，以“四大首次”立中国品牌全球传播标杆，多维度、立体化打响G700全球曝光



首次

总部主导海外上市及传播

新品海外首发



首次

JETOUR海外全球媒体试驾

全球各界媒体



首次

上市发布会+试驾系列活动并传播

发布会+试驾



首次

国际国内媒体海外协同传播

国内外媒体协同

以“BEYOND THE HORIZON”为核心主题，打造“四大首次”创新传播模式，打破区域传播局限。创新融合“沙漠野奢+硬核越野”场景，在迪拜大红沙搭建高端试驾营地，通过热气球打卡点、全地形试驾路线等视觉与体验爆点，强化G700“豪华+性能”双重标签。联动中外媒体共创内容，以多语种、多形式内容矩阵，让中式豪华越野的产品力实现全球全域透传。

聚焦“全球标杆+精准破圈”双核心，以迪拜顶级场景为依托，联动国际国内媒体协同传播，构建“技术背书+体验种草+口碑发酵”的全链路传播体系。精准锚定中东市场对豪华越野与新能源的双重需求，通过“高端媒体矩阵+多语种内容+直播联动”，实现品牌声量与产品认知的同步爆发，助力G700打入全球高端越野市场。

捷途 G700 以 “四大首次” 战略突破传统区域传播局限，在阿联酋迪拜圆满完成海外首发上市及全球媒体试驾整合传播。

作为总部主导的首个海外全球上市项目，活动创新性地将上市发布会与沙漠试驾深度结合，2 天内密集落地媒体专访、GAIA 技术宣讲、全球上市发布、沙漠极限试驾、区域营销会议 5 大系列活动，邀请 87 家全球媒体（含 29 家国际媒体、38 家核心 KOL、20 家中国媒体）共 165 位嘉宾参与，打造了一场高密度、高强度的全球品牌传播盛宴。

活动以 “BEYOND THE HORIZON” 为主题，深度融合中东豪华文化与越野基因，选址迪拜大红沙沙漠顶级野奢营地，通过专业化路线设计、全国际化教练团队加持，让媒体沉浸式体验 G700 的硬核产品力。

系列活动概述：高密度、高强度，日程紧凑，环节高效，公关活动规模突破JETOUR活动规模记录

2025 JETOUR G700 GLOBAL LAUNCH & GLOBAL MEDIA TEST DRIVE

时间：2025年11月17日-2025年11月20日

地点：阿联酋·迪拜

参会媒体：87家（29家国际媒体、38家核心KOL、20家中国媒体），共165位全球媒体参会并报道

2天完成5大系列活动：

媒体专访+媒体群访（国际国内协同，4位）、全球上市发布会、GAIA Architecture技术宣讲会、G700沙漠越野全球媒体试驾、区域营销会议

媒体访问



围绕战略、技术、产品、市场、设计等多角度

GAIA Architecture技术宣讲会



向全球专业垂直、科技媒体首次宣讲GAIA技术

全球媒体试驾会



大红沙沙漠深度体验G700产品性能

多媒体类型、多平台、多篇次、多视频，多爆款，放大G700势能流量

截至12月08日，累计见刊**3033**篇次，总传播曝光量突破**22亿+**，

4条直播（首次海外直播）、**192**条视频、**341**条社媒、**2678**篇图文，英语、阿语、西班牙语多语种覆盖

首次引入媒体直播传播

@YallaMotor @DriveMe 多平台直播，覆盖**65万+**粉丝，互动超**1万+**，峰值**2500+**同时观看
累计发布**4**条直播链接，**6**条直播预告



三方媒体传播

13家媒体已在全网多平台进行了报道，共见刊**95**篇次，平均每家**7.5**篇次
共刊发**58**条视频，**13**篇稿件，**6**篇post，**6**条story，**1**条广播，**2**篇小红书；
实现：**6**个首页首屏，**2**个焦点图
5个子公司和**5**个大区已在全网多平台进行了报道，共见刊**260** 频次
共刊发**134**条视频，**69**篇post，**13**条story



官方稿件发布

6篇稿件总计发布**2678**篇次
总计曝光**20.6**亿



实现全域覆盖与精准触达，首次引入海外多平台直播，联合 YallaMotor、DriveMe 等头部媒体在 INS、Facebook、YouTube 同步直播，覆盖 65 万 + 粉丝，峰值 2500 + 人同时在线；

多语种稿件（英语、阿语、西班牙语）通过 PR Newswire、AP News 等全球知名平台通发，累计见刊 3033 篇次，总曝光突破 22 亿 +，形成“直播引流 + 图文深度解读 + 视频二次传播”的全链路传播闭环。

中外媒体协同共创成为一大亮点，20 家中国媒体与 10 + 海外媒体 / KOL 联合产出内容，既通过 Top Gear Middle East、Arabian Business 等海外权威媒体触达本地高端用户，又借助 @吴佩频道、@张大碗子等国内头部博主向国内传递“全球认可”信号，双向放大品牌声量。

活动全程配套 7*24 小时全时区舆情监控，通过直播评论区维护、媒体报道正向引导，实现 100% 正面口碑。