

Genudite 淳博传播

Genudite
淳博传播

- ◆ 公司网址: <http://www.genudite.com/>
- ◆ 参选类别: 年度最具创新力移动营销公司



- Genudite淳博传播创立于2010年，坐标上海，员工数约150人；
- Genudite淳博传播自成立以来，立足于商务服务业，为企业客户**提供整合营销传播服务**，是一家基于内容创意，整合全平台数字传播渠道，为企业客户实现定制化整合营销传播目标的专业服务提供商；
- Genudite淳博传播涉及服务包括：品牌策略、数字媒介整合、社交及社会化营销、娱乐营销、电商推广与运营、线上及线下公关等；
- Genudite淳博传播自2010年成立至今，参与服务对象涉及快消零售类、母婴类、食品饮料类、美妆类、奢侈品类、生活方式类等，长期为联合利华、LVMH、爱茉莉集团等旗下诸多品牌提供全域内容整合营销解决方案。
- Genudite淳博传播于2016年在新三板挂牌（证券代码：839133），并于2017-2020年度连续4年维持市场分层为创新层，成为国内少数几家获此殊荣的营销传播机构；
- Genudite淳博传播2019年度总营业额：2.1亿元，2019年总营业额增长幅度为：48.96%。（该数据披露于淳博传播2020年公开年报中）

Genduite

我们的客户

乘风破浪

我们携手了一群志同道合的客户



Genudite淳博传播理念：

Genudite淳博传播擅长通过用户洞察，场景搭建，创造有talk-ability的传播内容，始终坚信传播的本质是通过有效的信息共享达成理解与共识，让用户爱上品牌或者产品绝不仅仅只是创意本身，背后一定是有需求的满足及认同感的支持，也因为如此“让品牌和用户的每次链接都闪耀价值”是他们打造每一部作品优先考虑的事。

让每次
链接  闪耀价值

SPARKS
IN EVERY
LINK 

独创“B.O.T.H”理论

让链接闪耀价值

B·O·T·H

我们通过独创的B.O.T.H淳博营销方法论 为客户和品牌创造

BELIEVABILITY

建立信任和链接
所有传播和创意
必须建立信任的基础之上

OCCASION

用创意和技术
接入用户的
生活场景

TALKABILITY

注重传播性
选择易于传播
和二次传播的品牌内容

HUMANITY

尊重用户、创造出符合人性
震撼人心的内容
才能引起共鸣

Genudite淳博传播竞争优势：

1，传统公关与新媒体营销的碰撞——拥有一支洞察用户和行业趋势的专业人才团队

公司具备培养及不断吸收优秀的数字营销传播人才、传统公关及广告行业转型人才的能力，相较于普通营销传播企业，一方面，公司骨干团队既传承了传统公关行业中的精髓，擅长制定基于市场分析及消费者洞察的精准策略能力，同时还吸取了传统广告行业的创意表达方式，为全方位数字化内容创意、生产奠定了基础；

另一方面，公司自设立以来因专攻于数字营销传播而具备深厚的互联网基因，团队均为各大互联网尤其是移动互联网技术变革中不断涌现的新兴热门平台的深度用户，使得公司提出的基于互联网、市场、品牌及消费者洞察于一体的创意发散，更能帮助客户制定有效传播方案并卓越地实施。



淳博9周年庆典

Genudite淳博传播竞争优势：

2,拥有激发每一个人创意潜能的创作模式

公司的内容生产模式与传统广告公司和公关公司不同，创意内容的生成并不依赖于特定创意团队，Genudite淳博传播对事业部进行系统划分，为客户提供定制化服务，从客服到创意再到媒介的深耕，确保我们的创意完全建立在对品牌清楚的认知之上，高效运作，及时响应。



Genudite淳博传播竞争优势：

3, 专注特定客户行业建立壁垒

从初创至今公司始终集中专注特定的客户行业，在服务对象的选择上，主动暂弃一些行业项目，始终注目在运用我们的专业能够为之创造更多效能的快消行业持续深耕，在深耕领域内不断深挖，长期追踪观察其消费群体的购买行为，阅读喜好，社交媒体及电子商务平台使用习惯，累积了大量的、可靠的、前沿的行业及消费者洞察方法、用户数据和传播经验，在深耕行业逐渐让竞争优势扩大，成军10年伴着诸多品牌从创立之初一路同行至今。

近几年， Genudite淳博传播在产业领域发展上基于前期奠定的用户数据、专业基础和服务口碑，将自身擅长的用户洞察及对用户生活全方位的透析，进一步开始扩大服务领域，从快消日化、美妆母婴、到食品、服饰、生活方式……不断延伸；



Genudite淳博传播竞争优势：

4, 以整合传播渠道为最强辅助优势

我们擅长利用丰富的渠道资源和创意形式帮助客户通过资源优化组合达到信息全面覆盖，能第一时间覆盖各类成熟的互联网传播渠道、热门资讯平台、深度挖掘各个“兴趣圈”中的内容生产能力者与意见领袖，并在此基础上整合跨界资源。

本年度内，公司更进一步建立和扩大由行业专家、媒体与自媒体达人、焦点消费者构成的行业洞察团队及时掌握传播前沿媒介的发展动态，结合庞大资料储备帮助品牌打造出自带流量的品牌内容。



年度成就

奖项名称: 2019年度最具成长性公司
 公关传播行业利润榜TOP7
 公关传播行业财富榜TOP15
 颁发机构: 中国国际公共关系协会
 颁发年份: 2020年

2020年中国公关传播行业财富40强排行榜

排名	公司名称(中文)	证券代码	营业收入(百万元)	净利润(百万元)	备注
1	蓝色光标	300058	28,105.72	710.45	深市
2	科达股份(爱创)	600986	18,882.51	-2,509.18	沪市
3	华扬联众	603825	10,506.79	192.16	沪市
4	联创互联(上海麟动)	300343	3,513.75	-1,473.98	深市
5	联建光电(友拓公关)	300269	3,013.57	-1,381.11	深市
6	中青博联	837784	2,671.32	85.33	新三板
7	华谊嘉信(迪思传媒)	300071	2,250.37	11.65	深市
8	众引传播	833402	654.56	49.32	新三板
9	多想互动	835212	391.98	80.08	新三板
10	宗源营销	835168	388.49	12.27	新三板
11	宣亚国际	300612	354.23	10.35	深市
12	君信品牌	839622	334.04	27.51	新三板
13	海天网联	870955	331.14	-26.59	新三板
14	信索咨询	839340	273.27	2.40	新三板
15	淳博传播	839133	209.55	25.35	新三板

2020年中国公关传播行业利润最强TOP20榜单

排名	公司名称	证券代码	净利润(元)	备注
1	蓝色光标	300058	710,446,746.52	深市
2	华扬联众	603825	192,163,025.83	沪市
3	中青博联	837784	85,326,039.57	新三板
4	多想互动	835212	80,077,291.10	新三板
5	众引传播	833402	49,316,222.32	新三板
6	君信品牌	839622	27,506,197.94	新三板
7	淳博传播	839133	25,353,101.74	新三板

2019年度最具成长性公司榜单

(排名不分先后,按公司品牌英文名排序)

九九互娱	99 IE	美格国际	Mega
信诺传播	ACC	明思力中国	MSL China
基石传媒	Cornerstone Media	雪润广告	Snow Advertising
斐然传播	FREERUN	派合传播	The Pai
淳博传播	Genudite	趋势中国	Trends

年度成就

奖项名称：年度广告门指数榜单TOP17
 颁发机构：广告门（垂直行业媒体）
 颁发年份：2019年



代理公司排名	
公司	广告门排名
胜加 SG	87.79
Z+ 之外创意 广州	85.25
Goodidea 赞意	83.78
MadMonkey 上海	83.52
MATCH 马马也 上海	80.03
赤马传媒	76.45
Havas Group China 汉威士集团 中国	75.02
时趣	71.51
嘉年华整合营销	71.97
UNIQUEAD 优力互动	71.60
氢互动 北京	70.53
因赛集团	70.20
FF佛海佛瑞 上海	69.80
意类广告	69.38
W	69.35
LxU	69.16
Gendite 淳博传播	68.08

奖项名称：快消行业代理公司TOP10
 颁发机构：广告门（垂直行业媒体）
 颁发年份：2020年



奖项名称：年度媒介公关代理商TOP9
 颁发机构：数英（垂直行业媒体）
 颁发年份：2020年

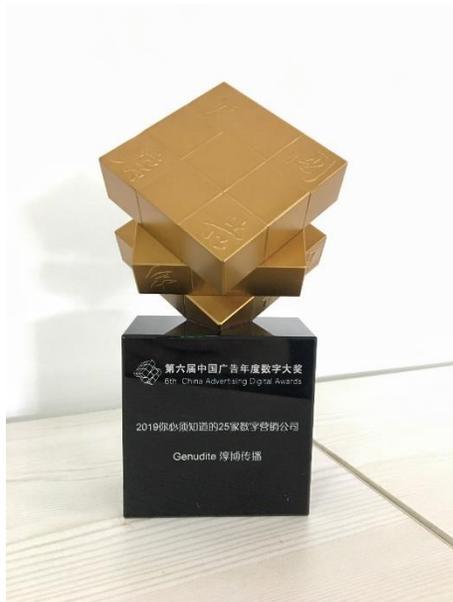


D.INDEX 数英指数
 数英指数是根据入驻企业在数英平台的多维数据综合得出的指数工具，用以评估代理商的综合实力、品牌的营销表现。

排名	企业
1	蓝色光标数字营销机构
2	Goodidea 赞意
3	CCE GROUP 上海
4	QM谦玛 上海
5	时趣 北京
6	CIG 新意互动 北京
7	Hylink 华扬联众 北京
8	CARNIVO 嘉年华整合营销
9	Gendite 淳博传播 上海

2019-2020年行业奖项成就

2019年初截至2020年8月，共斩获来自虎啸奖、金属标、金投赏、艾菲奖、oneshow中华创意奖等，共计19项，其中金奖提名2次，银奖6件、铜奖7件，公司类奖项6件。



年度创新表现

本年度Genudite淳博传播在创新层面，分别从流程管理、业务推进模式两大模块进行推进，并初见雏形

创新措施一：流程管理

随着与品牌合作关系越发紧密，需要团队在高效作业的同时更懂品牌，因此我们适时摒弃传播模块化服务制，通过BU制模式合理化运营团队，为品牌量身打造的服务团队，通过in-house模式将客服、创意、媒介渗透到每一个定制化团队中去，确保我们的创意完全建立在对品牌清楚的认知之上，高效运作，及时响应，在BU制的推行下，我们成功收获品牌主良好口碑，创造了2019年总营业额增长幅度 48.96%的成绩。



年度创新表现

创新措施二：业务推进模式

伴随着消费者的消费决策路径及场景的变化，短视频平台逐渐伴随着越来越重要的角色为了更快速地抢占市场先机，我们快速开启对于抖音、快手等短视频平台的战略布局，并且已经对现有客户带来了不错的销售成绩。我们的措施：深入学习了解短视频平台产品的算法和机制，制定高效快速的执行策略；获取短视频MCN机制，更好地与平台、达人合作，创造优质内容该措施应用行业：快消品、美妆、个护。

LUX SCRUB oCPM整体数据Review

「光系女孩」的新发现
全新力士“小香罐”身体磨砂膏

产品：力士“小香罐”身体磨砂膏
ROI: 0.72
oCPM投放周期内 (5.29-7.23)

销售表现
8,589 ↑
为销量增加30%
oCPM投放周期内 (5.29-7.23)

平价小香罐!!
约会抛光神器

DOVE DIY 抖音投放整体数据REVIEW

新多芬第1款「护发子弹瓶」

多国专利 技术创新

产品	CPE	CPM	ROI(整体)	ROI(DOU+)
DOVE DIY	3.07	71.97	0.29	1.56

销量表现:
618当天
爆卖1087单



33,301 Sets **SOLD OUT** in 18 Days
2.2M GMV achieved
No.1 Scalp Scrub in Tmall 618 in Pieces

产品	关键检索词	5/25起始数据				618 TGT		05.18-06.20 ACT			
		品类关键词 在京东成交指数	检索词 占比	SOV	SEO 占比	SOV	SEO 占比	SEO 前20页 上榜总次数	最高排名 在榜天数	关键词 上榜天数	
多芬 头皮磨砂膏	品类关键词	多芬磨砂膏	2875	2.87%	2	4%	5	6.42%	15	4	12
	商品关联词	多芬磨砂膏	2660	9.59%	5	12%	10	19.14%	32	14	21
	卖点/功效关键词	海盐头皮清洁	1w+	2.55%	0	3%	1	6.42%	24	8	7
		关键词下已显示的篇数	5w+	0.51%	0	0.6%	1	1.28%	17	5	9
			6w+	0.51%	0	0.6%	1	1.07%	11	4	6

*小红书均为自然冲榜，原计划需SEO优化的2个关键词，已通过自然冲榜超额完成KPI

近2年服务的主要客户

美妆类

Dior

Sulwhasoo

雪花秀

ReFa

Mamonde
梦妆

日化类

Dove

LUX力士

CLEAR清扬®

卫宝
Lifebuoy

花木星球
LOVE home AND planet

NIVEA

奥妙

mise en scène
미장센

魅尚萱

食品饮料类

阿尔卑斯

Lipton

STARBUCKS
COFFEE

kiri

联合利华
饮食策划

母婴及生活方式类

a2
THE B2 MILK COMPANY
FEEL THE DIFFERENCE

Friso 美素佳儿
Growing up together

Anchor 安佳
1896

Abbott
雅培

Swisse

Royal Caribbean
INTERNATIONAL
皇家加勒比国际游轮

服饰类

LACOSTE

DECATHLON

迪卡侬

2019-2020年部分优秀作品列举 (详细内容请见公司credentials)

DIOR迪奥全新魅惑星耀唇膏公关活动



DIOR迪奥携手魅惑星耀唇膏代言人卡拉·迪瓦伊(Cara Delevingne)为新品造势，点亮粉色国度 Genudite)淳博传播作为此次活动公关媒介执行，除了在活动现场了汇聚了大量明星和媒体，大量的达人的加入也成为本次活动的一大亮点。通过线上强势造势与线下传播相呼应，借助国内外上百家媒介平台，成功让DIOR迪奥这场新品大战霸屏整个时尚美妆圈。

力士跨界雪碧推出史上第一瓶汽水慕斯



力士选择联手长期以来一直在年轻人中活跃的雪碧，借势雪碧的年轻基因，利用TA对新鲜事物的猎奇心理，创意性地推出史上第一瓶汽水慕斯。同时基于年轻人爱玩、喜欢开脑洞、好奇心强烈的深刻洞察，通过#迷惑行为大赏#埋梗，用TA喜欢的方式打爆年轻群体炸翻网络。最终借力聚划算欢聚日成功引爆销量转化。

2019-2020年部分优秀作品列举 (详细内容请见公司credentials)

2019 雪花秀时光精华social campaign



深度挖掘女性对于衰老话题痛点，精准洞察受众对于抗老产品的敏感心理在线下打造重量级发布会，针对用户圈层，邀请数十位各领域大V共同见证新品上市，同步现场花絮在线上赢得千万级曝光量。天猫超品日雪花秀、刘嘉玲、gogoboi纷纷发布雪花秀“时光逆行”大片，刘嘉玲及Angelababy更走进李佳琦直播间，进一步引流电商平台，为新品突围奠定良好基础。

2020多芬“我的头发我说了算” social campaign



近年来多芬不断在全球范围内为女性自我态度发声，作为多芬的长期合作伙伴，在持续深化品牌主张下，联手深受年轻用户喜欢的流量创作女歌手邓紫棋，并结合年轻人热衷的兴趣文化——RAP，以其争议不断的人设走心打造rap单曲《我说了算》，单曲与广告间的自由切换，极具共鸣的演绎为品牌收割大量粉丝，最终通过落地粉丝、年轻女性聚集的QQ音乐和抖音平台，及两大电商平台渗透粉丝经济，实现品牌态度传递及销量转化的双驱动。

Genuдите

淳博传播

901 Chunqiu International Block NO.699 Zhaohua Road Changning District Shanghai,+86 21 6167 1898