



“东航紧急转移多米尼克中方人员回国”传播活动

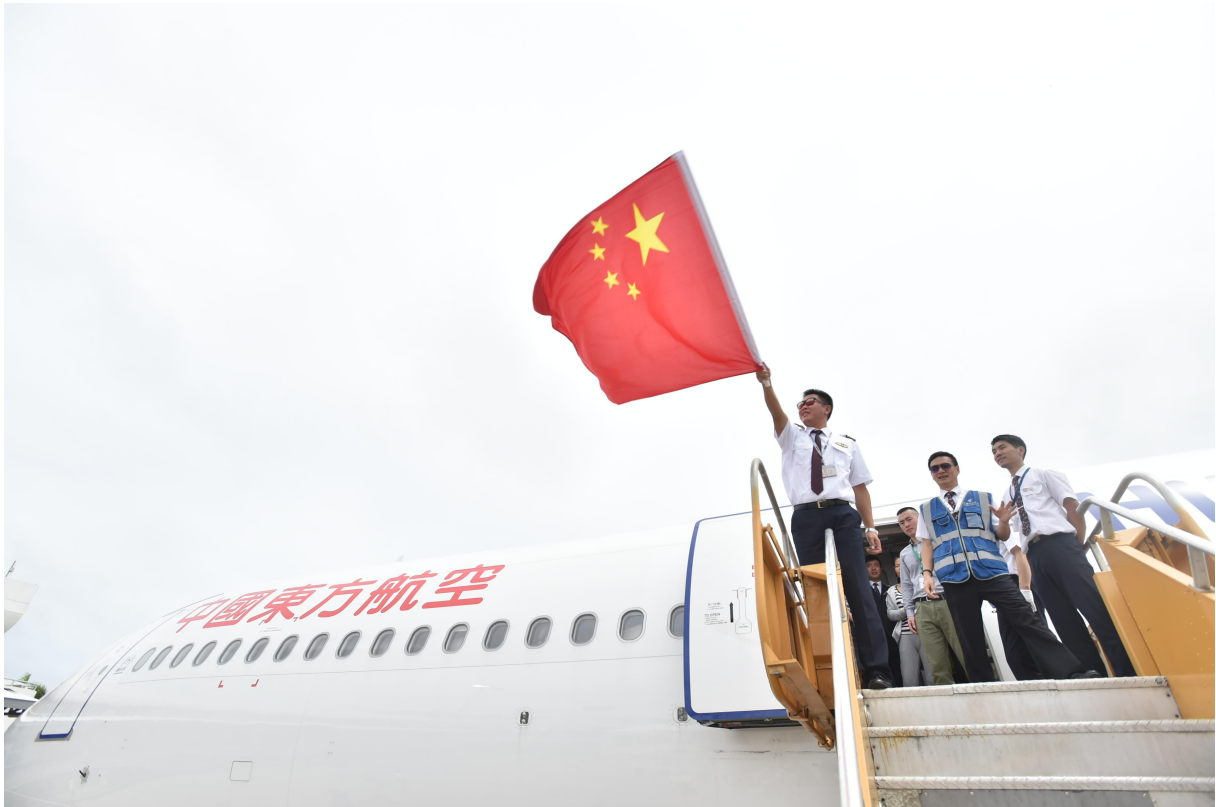
送报单位：中国东方航空集团有限公司

项目摘要

“东航紧急转移多米尼克中方人员回国”传播活动，以“祖国伟大”为主题，牢牢把握喜迎十九大主线，将国家责任、人民利益和企业担当紧密结合，吸引了线上线下主流媒体和自媒体的广泛关注，激发了国民高度的爱国热情。

东航相关部门利用空中 WIFI，前线后方联动、线上线下直播互动和以图文、视频、直播等形式动态滚动播报，以此达到传播范围广、主流媒体深度参与、重点主题传播有力、报道持续时间长等传播效果，从而让社会公众第一时间全面、完整、公开透明地了解受困同胞转移情况。

“东航紧急转移多米尼克中方人员回国”传播活动，是东航有史以来宣传覆盖面最广、影响力最大、公众关注度最高以及员工认可度最强的一次传播活动，也是近年来少有的在国家重大任务中突出彰显责任央企形象的成功案例，成为新媒体时代“现象级”传播热点，对东航自身企业形象塑造并且代表和传播祖国形象具有里程碑意义。



案例点评

东航在接到外交部、商务部、民航局关于紧急转移在多米尼克受加勒比厄玛飓风影响的中方工作人员和旅客回国的应急任务后，又一次快速反应，按公司应急预案，在不到 24 小时内完成全部准备工作，派出 64 名机组人员和两架空客 A330 宽体客机，飞经 19 国、跨越大西洋、往返 3.4 万公里、来回程 48 小时，把 381 位中国同胞从多米尼克顺利运送回国，证明了已拥有 700 架飞机、年运送旅客 1 亿多人次、货邮运量 140 多万吨的央企东航具有出色的运营能力。

东航抓住完成应急任务发生在国庆前夕，以“祖国伟大”为主题，通过多种中央和地方的视觉、网络和平面媒体，连同机上 WIFI，让“24 小时快速组织、48 小时长途保障、3.4 万公里往返航程、381 位中国同胞”同祖国人民、空中地面、线上线下、紧密相连，使“祖国在我们心中、我们也在祖国心中”的旅客和机组人员感受同时传递给全国人民和东航员工，彰显了央企东航从领导到每个员工在祖国召唤面前的高度责任感和使命感。

联想到东航在完成 2008 年四川汶川和 2010 年青海玉树抗震救灾、2010 年海地撤侨、2011 年日本地震撤侨、2011 年利比亚紧急撤侨、2014 年抗击埃博拉病毒、2015 年尼泊尔

尔地震撤侨和多次圆满完成联合国维和士兵运送等应急和重大任务中“祖国召唤、东航履职”的出色表现，东航 2017 出色完成紧急转移多米尼克中方人员和旅客回国，无疑也是她又一次成功的公共关系传播活动，进一步树立了央企东航作为一个负责任、能担当、可信赖的中国大型航空公司的美好形象。

点评人： 范鸿喜（上海市公共关系协会名誉顾问，
上海工程技术大学客座教授，原上海航空公司总裁）