

'¿Ciudad o no Ciudad?': La gira global de usuarios de GWM en Chengdu se vuelve viral

El recorrido por Chengdu no fue solo una muestra integral de los productos y servicios de GWM

En los últimos años, los elementos culturales chinos han ganado una popularidad generalizada en todo el mundo. Desde el exitoso juego "Black Myth: Wukong", inspirado en la mitología china, hasta tendencias virales como "¿Ciudad o no Ciudad?" y "Viajes por China"; entre los turistas extranjeros que visitan el país, el encanto único y la amplia influencia de la cultura china son evidentes. El 31 de agosto, GWM organizó cuidadosamente un recorrido especial por Chengdu, invitando a usuarios globales y representantes de medios a experimentar el encanto interminable y el rico patrimonio cultural de la ciudad. Este evento marcó la última parada de la gira internacional de usuarios y medios de GWM en China, después de las visitas a la "Fábrica Global de Todo Terreno de GWM" y al "Salón del Automóvil de Chengdu 2024".

El recorrido por Chengdu fue mucho más que una simple exploración cultural, fue una muestra integral de la fortaleza y el atractivo de GWM, brindando una excelente oportunidad para que la marca se destacara. Durante el evento, los invitados visitaron primero la Base de Investigación de Cría de Pandas Gigantes de Chengdu, donde tuvieron una experiencia cercana con los adorables pandas gigantes. Luego, disfrutaron de los sabores intensos y picantes de la cocina de Sichuan, lo que les permitió apreciar profundamente la rica cultura culinaria de Chengdu. Esta vibrante ciudad, con su estilo de vida único, dejó a todos los invitados completamente inmersos y reacios a irse.

Por la tarde, los invitados visitaron la concesionaria exclusiva de GWM en Chengdu. El gerente de la tienda ofreció una presentación completa sobre GWM, abarcando la historia de la fundación de la marca, su trayectoria de globalización y la innovación en el desarrollo de productos y los avances tecnológicos. La discusión abarcó desde el servicio a los clientes chinos hasta la expansión hacia una audiencia global. A través de esta actividad, los invitados adquirieron una comprensión más profunda de la fortaleza de la marca GWM, sus capacidades de producto, el compromiso con los clientes y la excelencia en el servicio, así como de la profunda experiencia y destacada competencia de la empresa en la industria automotriz.

Los usuarios internacionales y los medios de comunicación expresaron su gratitud y satisfacción por el reciente evento organizado por GWM. Un participante australiano elogió la experiencia, diciendo: "GWM puso mucho esfuerzo en la Gira de Usuarios por China, haciéndome sentir que no solo estaba comprando un automóvil, sino que me unía a una familia". Otro asistente de Dubái mencionó: "Visitar la base de pandas fue una experiencia tan rara y valiosa, que nos acercó a la naturaleza y a la vida. Probar el auténtico hotpot de Sichuan, con su perfil picante y sabroso, es algo que aún recuerdo vívidamente. Sin mencionar la actuación de cambio de cara de la ópera de Sichuan; las intrincadas máscaras que cambian al instante llevan un profundo significado cultural chino. Chengdu es una ciudad increíble. Este fue realmente un viaje único".

El recorrido por Chengdu no fue solo una muestra integral de los productos y servicios de GWM; también fue una profunda integración de la cultura y la marca. De cara al futuro, GWM seguirá colaborando con usuarios de todo el mundo para explorar lo desconocido, crear nuevas oportunidades y establecer un nuevo referente para las marcas automotrices chinas.

Datos de contacto:

Carol Wang

PR

0086 312 2196670

Nota de prensa publicada en: [China](#)

Categorías: [Internacional](#) [Viaje](#) [Marketing](#) [Movilidad y Transporte](#) [Industria Automotriz](#) [Otras Industrias](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>