

丰田阁瑞斯“我的丰田文化之旅”启动、河南丰之元“百年奥运,百年奥迪”庆祝活动举办、东风悦达起亚RIO“i时代彩铃大征选”结果揭晓……目前,在车市竞争“同质化”严重的情况下,一些厂商在品牌推广上下足了功夫,纷纷以文体搭台,营销唱戏,试图走出一条联合营销的新路。

文化 体育 娱乐

车市品牌营销“借力”造势

本报记者 李莉



丰之元举办百年奥运百年奥迪活动

8月8日,是2008年北京奥运会进入一周年倒计时的重要时刻。为此,河南丰之元汽车销售服务有限公司作为2008年奥运会的正式高级用车——奥迪在河南地区的特许经营商,举办了盛大的“百年奥运,百年奥迪”用户签名庆祝活动。

河南丰之元总经理宋沅介绍:“2008年对全中国人民及奥迪来说都是意义重大的一年。作为拥有百年运动基因的高档汽车品牌,奥迪在中国一直积极参与和支持中国体育事业的发展,并荣幸地成为2008年北京奥运会正式高级用车的提供商。借此奥运会倒计时一周年之际,一汽-大众奥迪8月4日在北京发布A4SLINE,这款动感时尚的新车是从全新角度去改造,在力图表现其运动特性的同时,也希望在同级轿车市场上做到性价比最高。这款车不久将会在河南市场上投放,相信会使更多的人享受到奥迪所带给他们的尊贵服务。”

一汽-大众文化节精彩纷呈

日前,一汽-大众汽车文化节——“宾”爽行动正在如火如荼地开展中。据悉,这次文化节以“宾”爽行动为主题,旨在使更多的人了解一汽-大众,感受一汽-大众的企业文化,在炎炎夏日让人们感受到清凉的问候。

记者在一汽-大众合众汇金展厅看到,活动启动后,该公司的客流量明显增多,人们纷纷咨询活动的相关内容,热情相当高,展厅内填写报名表的消费者排起了长队,咨询电话也响个不停。合众汇金4S店张总告诉记者,一汽-大众在文化节期间,开展了一系列丰富多样的活动,在展示企业品牌魅力、宣扬汽车文化的同时,增加了活动的趣味性与人们参与的积极性,使得消费者更为深入地了解自己所关注的品牌,并加深人们对汽车文化的理解与认知。此次汽车文化

节“宾”爽行动,使一汽-大众的企业形象在消费者心目中又提高了一个层次,同时也赢得了消费者更多关注和信任。

阁瑞斯 MPV 开展汽车文化之旅

8月1日~10月6日,为了回馈广大消费者对9.98万元阁瑞斯MPV一直以来的支持和厚爱,华晨汽车将开展以“丰田阁瑞斯MPV,我的丰田汽车文化之旅”为主题的汽车文化体验活动。凡在活动期间购买阁瑞斯MPV的用户,将有机会赢取赴日探享丰田汽车文化的机会。

据华晨汽车河南裕华晨光介绍,凡在促销期间购买阁瑞斯MPV任意一款产品均可参与抽奖,其中一等奖10名,将免费赴日本4日游,获奖者不仅可以去丰田工厂参观丰田博物馆、发动机工厂、总装工厂、焊接工厂,还能尽情领略东京古屋、浜名湖、箱根、成田等地的风土人情;二等奖20名,将免费赴沈阳2日游,游览内容包括去参观宝马、中华、阁瑞斯MPV生产线,以及参观沈阳东陵、世博园等旅游胜地。

作为一款拥有纯正丰田血统的商务MPV产品,阁瑞斯MPV的原型车是全球范围内声名显赫的丰田GRANVIA(格兰维亚),凭借丰田公司先进的技术和卓越产品质量,该车在全球累计销售超过180万辆,是全球最为成功的商务MPV产品之一。

RIO 揭晓彩铃界最有“响法”的人

今年上半年,在湖南卫视《快乐男生》激烈比赛同时,由东风悦达起亚和专业音乐界快乐网网站联合发起的RIO“i时代彩铃大征选”活动,在短短的30天时间里,共有17445名网友参与提交作品,上传彩铃作品超过18000部,网友投票高达31593票,活动期间主题网站的综合浏览量也创下了2426627人次的超高纪录,获得了空前的成功。经过预选赛、决赛期,最终由

陈仲尧和张京伟原创的《RIO,与我同行》获得“i时代之星大奖”,并将在中国移动平台进行下载推广,而陈仲尧和张京伟也成为彩铃界最有“响法”的人。

河南广发、河南新裕隆、河南双盛负责人介绍,RIO“i时代彩铃大征选”活动为主张自我个性表达的彩铃爱好者提供了一个交流的平台和展示才能的机会,而通过彩铃爱好者才华的自我表达也向更多的人传输了RIO作为i时代之车带给人们的自信、快乐、活力,创造了品牌联合的成功营销模式。

瑞风护航新豫商年会

8月11日,2007全球新豫商年会人在郑州召开,瑞风作为国产商务车的精英代表,被选定为新豫商年会指定用车。河南世纪阳光携10部瑞风商务车为此次年会的顺利举办保驾护航。

江淮瑞风自2005年底签约河南世纪阳光以来,凭借自身优良品质,借助世纪阳光的营销优势,赢得了顾客的普遍认可,在河南市场销售量提升了2倍,成为河南MPV市场的中流砥柱。河南世纪阳光负责人告诉记者,携瑞风这位“骄子”参加这次活动,进一步提高了企业形象,同时也将增强自身社会责任感提供一个良好的学习机会。

作为MPV行业的“龙头老大”,江淮瑞风以其良好的产品品质和优越的商务公务性能,为各种国际商务会议保驾护航可以说是“驾轻就熟”了。海南博鳌论坛、东亚经济论坛、中国科博会等大型盛会都见证过瑞风的风采,从产品技术、产品性能和产品质量等方面不断考验和展示瑞风的实力,同时也使瑞风获得了越来越广泛的市场赞誉;连续两届获得主流媒体联盟颁发的“年度公务车大奖”,连续三年获得车坛奥斯卡“年度MPV大奖”,以及其他全国各地媒体、相关行业颁发的诸多奖项。同时瑞风商务车也成为国内各级政府采购的重点车型之一。

车市活动



QQ 换瑞虎 爱车快乐升级

近日,郑州亚之星举行“快乐来升级,时尚大不同”——QQ3置换瑞虎3活动,在活动中瑞虎3车价优惠6%,这不仅为奇瑞老用户提供了一条方便升级、实惠置换的途径,而且在整个国内汽车市场创建了一个新的营销模式。

记者获悉,为了方便消费者付款,郑州亚之星分别推出了一次性给付和按揭给付两套置换方案。一是将旧QQ3折价作为购置新瑞虎3款项的一部分,瑞虎3优惠6%,剩余款项一次性交付。同时,车主还可以享受到俱乐部服务,并获赠特殊大礼包。二是将旧QQ3折价作为购置新瑞虎3款项的一部分,瑞虎3优惠6%,剩余款项通过银行按揭缴纳。同样,车主可以享受俱乐部服务,并获赠特殊大礼包。作为汽车市场上两款热点车型,QQ3和瑞虎3均有很强的竞争力。其中,QQ3是奇瑞汽车发展初期的一面旗帜,近40万台的市场保有量使它无可争议地成为微轿市场上的经典之作。而瑞虎3则是多次获得单月销量冠军的车型,其“城市新概念”轿车的定位非常符合年轻人的口味。

杨超

调查显示超八成车主对赛拉图非常满意

日前,在《新快报》联合新浪汽车组织的汽车车型调查中,赛拉图凭借其优异的综合性能获得较高的评价,近八成车主表示对爱车非常满意。

调查中,86%的车主对赛拉图流线型的动感外观以及宽敞舒适的内部空间表示非常满意,很多车主称“赛拉图空间够大、后座舒适,能够让我畅享驾驭爱车的乐趣”。赛拉图在国内上市后,先后获得“年度十佳发动机”、“2006年度最畅销车型”等80多项汽车大奖。

经济耐用性方面,近70%车主称赞赛拉图性能稳定。最后的综合评价中,82%的车主都表示对爱车赛拉图非常满意,均认为是目前中级车市上较为理想的选择。而近日赛拉图为回馈消费者展开的降价活动,无疑又会使其综合优势进一步扩大。从目前消费者的高支持率可以预见,赛拉图必将引发新一轮的销售热潮,成为中级车市场的新热点。

高超 王林 戴杰

数字车市



1万辆

荣威750上市四月突破万辆

据河南旭致汽车销售服务有限公司负责人介绍,上海汽车第一款中高级轿车荣威750,上市四个月销量累计超过10000辆,并且单月销量在该细分市场V6系列车型的份额达到22.5%,位居前三甲。这标志着荣威在国际品牌林立、价格竞争白热化的中高级轿车市场占据了较为稳固的地位。随着以荣威750为代表的英伦风格轿车逐步取得消费者的认可并获得市场成功,中国中高级轿车市场四分天下的局面已经形成。

截至7月31日,搭载2.5LV6发动机的荣威750连续4个月销量稳定在2000辆以上,累计销量达9697辆,单月销量及累计销量的市场份额分别为22.5%和15.7%,在中高级轿车V6系列车型中排名第三。荣威750突破万辆的成绩,不仅标志着荣威品牌步入成熟期,受到消费者的极大认可,也标志着中高级车市场“三足鼎立”的局面被打破。

王东燕

150万辆

天津一汽夏利第150万辆下线

8月8日,随着一辆碧海蓝色的夏利N3轿车缓缓驶出天津一汽总装车间,一个完全可以代表中国轿车自主品牌发展的新高度,能够完美载入中国轿车工业发展史册的新纪录诞生——天津一汽生产的第150万辆夏利轿车成功下线。

天津一汽生产的第150万辆夏利轿车下线,标志着夏利品牌的美誉,从上世纪八十年代投放市场至今,已累计生产了150万辆,社会保有量突破120万辆大关。按目前中国私人轿车的保有量来计算,平均每11辆轿车中,就有一辆天津一汽生产的夏利轿车。如果说18年造就了夏利100万辆,那么三年再造50万辆的产量佳绩,使得夏利实现了300%的超常发展速度,这是夏利用户的骄傲,同时也是中国民族轿车工业自主发展的成功范例。品牌效应、稳定性能、过硬品质、自主创新和服务便捷的优势,是其叱咤车坛的“五大独门法宝”。

刘军

100万辆

奇瑞百万将下线 旗云8月送礼

奇瑞公司第一百万辆汽车即将8月下旬下线。为喜迎这一具有里程碑意义的重要时刻,奇瑞旗云于8月1日起至8月31日,在全国范围内推出“旗云好礼九重送,2000元无忧大礼任你选”大型用户回馈活动。

从零的起点到百万辆即将下线,奇瑞公司用短短的十年时间,成为突破百万辆的自主品牌。而在奇瑞的一百万辆汽车中,旗云这一旗舰品牌足足占据了近40%的可观份额。作为奇瑞汽车最为成熟的车型,今年1~6月份,旗云月平均销量达到了9153辆,三次进入月销量TOP10,两次月销量突破万辆大关。在新车迭出的A级车市场,旗云以4.98万元的标杆价格,经过世界权威机构认证的安全性能,通过5次大规模升级后更加优秀的产品品质、宽大的内部和储物空间等众多优势,彰显出一款经典车型不同寻常的魅力,在A级车市场继续保持着领先地位。正如郑州亚之星总经理所说:作为奇瑞公司最为成熟的经典产品,如今举办这样的大型回馈活动,一方面是为了庆祝奇瑞汽车第一百万辆下线,更重要的也是回馈用户长期以来对旗云产品的钟爱和支持,奇瑞百万辆的喜悦期待着千千万万旗云消费者来共同分享。

永胜

新车探报

斯柯达明锐 1.6L 开始接受预订

8月8日,上海大众斯柯达正式宣布Octavia明锐1.6L开始接受预订。目前Octavia明锐1.6L的四款展示车均已到达上海大众斯柯达河南裕华上捷4S店,并正式邀请消费者试乘试驾。

此次接受预订的Octavia明锐1.6L共分为四款车型:手动/手自一体逸致版和手动/手自一体逸仕版,充分满足了不同的消费需求。其搭载的大众汽车在FSI发动机基础上专为中小车型开发的1.6L 16V汽油发动机,该发动机最大功率达到77KW,而在3800转便能爆发155N·m峰值扭矩,显示出强有力的动力性能。特别是“低转速高扭矩”的特性保证了车辆在起步加速时动力充沛,可以从容应对城市中频繁起步的情况。如此卓越的动力表现,加上既有的先进平台优势,使Octavia明锐1.6L车型成为非常值得期待的一款车型。

宏玲

一汽奔腾 08 款将上市

近日,记者获悉,上市仅一年的自主品牌中高级轿车代表车型——一汽奔腾将于8月18日隆重推出一汽奔腾08款轿车。这不仅是一汽奔腾以用户需求为核心、加快产品创新的写照,新车核心技术的全面优化更加体现了一汽奔腾“中高级轿车价值典范”的追求定位。

据河南豫港华信介绍,2006年8月上市的一汽奔腾轿车,凭借着良好的口碑和高安全性、操控性以及优良的品质和性价比优势,逐渐得到了用户的认可和青睐。而本次奔腾08款的推出,是根据用户反馈进行了大量的技术升级和改进,同时对新车的核心技术进行全面优化。据悉,自一汽奔腾2006年8月上市伊始,一汽轿车便以提升用户价值为宗旨,启动科学的用户管理系统,长期关注并分时段回访每一位用户的反馈和建议。在回访过程中,95%的奔腾用户表示很满意。在美国J.D Power调查中,奔腾用户满意度名列前茅。一年的市场磨砺和验证中,一汽奔腾长期保持着极佳的口碑美誉度,也实现了一汽奔腾以“用户价值”为导向的造车理念和用车理念。

陈晓霞

购车要个性 “80后”喜欢的4款车型

“80后”购车更注重个性

在“80后”的汽车消费中,我们看到这群人与其父辈迥然不同的消费观念和消费行为。

■主张一:我选择我喜欢

用“个性”和“80后”这个词搭配是最为恰当的,在父辈眼中一切觉得不可思议的事情,在这群“80后”的眼中就能行得通。“我选择我喜欢”这句经典的广告词成了众多“80后”的口头语。

■主张二:品牌决定一切

与那些“一见钟情”迅速决定买车的人群相比,还有一群“80后”们特别注重品牌,品牌意识相当强烈。

身处广告满天飞的环境中,追求品牌成了这群人的共性。而父辈的影响也起了很大的作用,对使用过的物品质量好坏,品牌的评论和认可,都会影响着这代人的购物意识。

■主张三:感觉最重要

在众多销售顾问谈论“80后”购车心态时,他们共同感慨,现在的一些“80后”太不简单了。原以为他们买车只是为了“代步”或者出去玩,对

车的了解也不会很多,可在接触后才知,这些“80后”中,有些人对车的了解相当专业。

面向“80后”营销

正是这种新的“80后”理念,让商家开始改变营销模式,在汽车市场,我们也能看到一些步伐快的商家,启用大胆绚丽的色系,越来越休闲运动的车型设计,两厢车热拥市场,利用“80后”们喜爱的偶像们做广告等一系列的营销模式,相信不久的将来,汽车市场将掀起一阵“80后”时尚风。

“80后”最喜爱的四款车型

1.雪佛兰乐骋:快乐如风 橙色当道

这款设计充满浪漫风情的车型,轻快明朗的流线造型,洋溢着强烈的运动气质,大胆鲜明的橙色系,正符合“80后”的审美标准。改款后,外形有一定的变化,流线的外形更让人赏

心悦目。

适合人群:刚步入工作岗位的“80后”,1.4L的小排量非常适合经济水平一般的“80后”。

2.东风标致 206:个性张扬的浪漫

相当有个性的外形,一看就觉得充满活力,尤其是前后车灯的跑车型设计,浑圆的三角形前灯极具个性。爱情海蓝色系让整个车型都沉浸在浪漫之中。

适合人群:刚步入结婚礼堂的“80后”,在小空间内享受甜甜蜜蜜的两人世界。

3. POLO 劲情:当“红”小生

当绚丽红色的车型摆放在眼前,抛开一切专业术语,单看外形和色系,就彻底被征服。说它引领时尚,小资味十足一点不为过。就是这么一款精致小车,成了当下“80后”的最爱。

适合人群:和父母生活在一起的“80后”,相对宽松的空间,装载一家人,带着幸福出游。

4. 两厢福克斯:动感十足 挑战不断

这款车绝对能满足你对汽车运动性、时尚性的一切追求,充满“战斗”气息的底盘足以吸引众多酷爱玩车的“80后”。

适合人群:个性鲜明,经济实力较强,对赛车情有独钟的“80后”。

王易

