

2012车市下半年



SUV 流行“高、富、帅”

消费者更时尚、更年轻

以新汉兰达为代表的“高富帅”车型被纳入下半年计划

外观 我要“高富帅”

据相关调查,在被问到未来一年之内有购车计划或换购时会考虑什么车型时,有88.4%的被调查者选择了SUV车型。广汽丰田4S店负责人表示:“观察SUV市场销量不断增长的过程,我们发现个性化、多样化需求是促进SUV市场发展的主要动力。”

SUV车主走向更年轻、更时尚,他们也更积极地展示自己,更向往一种“无界限”的生活方式。作为一位80后3D设计师,高先生给人的感觉处处彰显着个性,“我希望拥有一辆SUV已经很久了,中庸平凡的家轿不适合我,像汉兰达这种拥有霸气外观以及越野性能的城市SUV才是我的选择”。

在被问及新汉兰达最吸引人的地方时,高先生给出了回答:“首先应该是外观吧。第一眼看到新汉兰达就想到了一个流行词——‘高富帅’。其次,改款之后的新汉兰达外观更加年轻和时尚,如果说改款前的汉兰达是一个肌肉悍男,那么新汉兰达就是一个更具内涵的型男。”

整个外观的改良让新汉兰达显得更为年轻、时尚,令“豪华城市型SUV”的气度溢于言表,这个应该就是把高先生为之心动的原因吧。

根据中国汽车工业协会发布的数据显示,上半年,SUV销售93.94万辆,同比增长达32.02%。途观、奥迪Q5、汉兰达等位居销量前十位,特别是以广汽丰田新汉兰达为代表的实现外观突破、空间改进及配置升级的车型受到了更多消费群体的关注。从目前市场端来看,SUV销量继续走高,下半年增长势头似乎已成定局已定。

记者 谢宽



科技 智能更高端

从目前国内SUV市场格局看,卡宴、路虎等大排量的进口车型占据高端市场,CR-V、RAV4坚持中庸路线,而新汉兰达则领衔科技智能旋律。

“由于工作需要,有时我会搭载老板或者客户到不同的地方,因此空间不够舒适,内饰、配置等的档次不够高,都是我重点考虑的因素。”身为一家

大型企业品牌经理的张先生说,“汉兰达的大空间很合我的要求,改款后全新的科技配置感觉也更高端。”

像双屏影像手写智能导航系统、免费手机G-Book功能等新汉兰达的数字智能都成为吸引年青一代的全新装备。“尤其是手机G-Book的交通信息查询功能我比较期待,这项功能可以预先

知道道路的堵塞情况,我就能节省很多时间。之前我一直在中高级SUV和豪华品牌的轿车之间犹豫,现在用相差不大的价格可以获得更高的配置,何乐而不为。”张先生表示。

毫无疑问,“智能化”和“信息化”将引领着汽车未来发展的潮流和趋势,也将成为SUV竞争的关键。

空间 灵活人性化

买一款SUV的理由有很多,但肯定有一个原因是由于它的大空间,多出了一排更加实用,但“大空间”不仅需要大,更需要灵活和人性化。

看到陈小姐你就会惊讶于她竟开了一个大号的SUV,她坦言:“新汉兰达的整个车内空间让我印象深刻,我当时想,如

果是去露营和野餐,把帐篷、炉子、锅、各种餐具、食物统统塞到后备箱都绰绰有余。同时,储物空间可以说无所不在,平时我的水杯、零食、化妆品、CD都可以找到合适的位置,我平时喜欢和朋友一起自驾游,有了它,就像是一个移动的小家。”

早在今年年初,业内专家就曾预

测,2012年国内汽车销量有望达2000万,SUV车型更会延续前几年的火爆,继续维持高速增长,2012年将是中国车市的SUV年。尽管如此,城市SUV市场已经逐步发展成熟,只有不断以自己的风格扩大优势站稳了脚跟,下半年才能从容不迫。



7月23日,东风日产启辰与新浪网再度联手,“启辰金牌秒杀”全面正式启动。在不久前的发布会上,东风日产市场销售总部专职副部长、启辰事业部部长叶磊宣布:“启辰为中国健儿加油,在伦敦奥运会期间,中国代表队每斩获一枚金牌,东风日产就拿出一辆启辰D50进行秒杀”。壮语一出,镁光灯一片闪耀。

这是继“启辰·启程,一起去伦敦”之后的又一大手笔。四年一度的伦敦体育盛宴为万众瞩目,而中国健儿的表现尤为国民关心。此番“启辰金牌秒杀”活动,启辰与中国残疾人福利基金会共同联手,以1元爱心善款征集的形式展开“集善启辰·光明行”公益项目。广大体育迷和车友们在尽享夏日运动激情同时,亦将收获启辰送出的惊喜大礼,所捐善款将为白内障患者重见光明,共同品味生活的美好。

1元爱心光明行,秒杀启辰金牌礼 “启辰金牌秒杀”即日启动 演绎跨界营销新手笔

一枚金牌一台启辰,体育营销新典范

刚刚结束的“启辰·启程 一起去伦敦”活动中,启辰品牌以伦敦体育盛会为出发点,引发了广大网友的逐梦热潮。在4位“启辰使者”奔赴伦敦圆梦之际,“金牌秒杀”活动乘势追击。本次“启辰金牌秒杀”活动,在延续“启辰为奥运加油”主题的同时,奖项和规则设置方面也进行了升级和优化。活动期间,网友只需登录活动官网,同时关注启辰官方微博,并为“集善启辰·光明行”项目捐助1元,便可获取参与启辰金牌秒杀活动的资格,争夺免费赢取启辰D50超级大奖的机会。

在“启辰金牌秒杀”活动的启动仪式上,被网友称为“石头哥”的启辰使者石照傑也来到了现场。在被问到参与此前“一起去伦敦”活动的初衷时,他表示在伦敦亲眼目睹中国健儿勇夺冠军是一直以来的梦想,而启

辰作为一个不断追逐梦想的品牌,给了他这个宝贵的机会。说到“启辰金牌秒杀”活动时,他赞誉有加:“启辰不仅圆了我的伦敦梦,更圆了许多人的购车梦。”

谈到启辰品牌连续两次大型活动紧密衔接,且皆以伦敦体育盛会为契机的原因,叶磊副部长表示:“作为全球最有影响力的事件之一,奥运毫无疑问是今年最大的热点。启辰向来亲和近人,为奥运加油,为中国健儿加油,这是国民的心声,也是东风日产持续创新、连番重拳出击的最大动力。”

自启辰D50上市至今,东风日产启辰屡番创新营销举措。此番秒杀活动将社会热点和消费洞察紧密关联,势必掀起新一轮的热议。在车企营销模式亟待创新的阶段,启辰的创意和手法再次显示出东风日产这一先行者的智慧和魄力。

1元爱心得启辰,公益集善光明行

此次“启辰金牌秒杀”活动较之“启辰·启程 一起去伦敦”活动,创新点尤为精彩。其中最受关注的,莫过于在参与条件中加入爱心捐款这一项——参与者需在官网上捐赠1元给中国残疾人福利基金会,方能获得参与秒杀启辰D50的资格。网友捐赠的全部款项将注入启辰品牌与中国残疾人基金会共同开展的“集善启辰·光明行”项目,用于国内贫困的白内障患者的救治。这一善举对提升其品牌形象意义深远。

启辰品牌向来以“亲和近人,至善践行”为品牌价值核心。其尊重中国消费者的人本思想在启辰D50这款“高品质国民车”身上得到完整展现。“集善启辰·光明行”的形式,无疑为启辰罩上一层慈善的光晕,其亲和个性和严肃的社会责任感将更指人心。

不少业内人士推测,这一创新是东风日产启辰小试牛刀之举,其在未来可能投入更多力量于公益。以人为本,向来是所有事业得以成功的根本原因,本次活动便是以“人和”之智,对加大品牌亲和力渗透方面,起到了潜移默化的作用。

伦敦梦想之旅已经启程,“启辰金牌秒杀”也将进入全面启动阶段,其规模之大、话题之强,对行业营销的主题拓展和运营手法而言,都具有里程碑意义。“共行于这一时代的千万主流力量是启辰梦想的源泉和动力。在伦敦奥运会期间,我们希望众多网友都与启辰一起为奥运、为中国队加油喝彩,也祝福大家在共享荣誉之时收获启辰送车的豪华大礼”,东风日产市场销售总部副部长、启辰事业部部长叶磊对启辰在奥运时刻的表现颇具信心。