



11月2日~6日,第五届郑州国际汽车展览会,将在郑州国际会展中心拉开序幕。这场为其5天的车界盛宴将迎来众多实力品牌的华丽参展,其中备受爱车者关注的凯迪拉克CTS-V Coupe将在郑州国际车展期间隆重举行河南区首发仪式,并与凯迪拉克家族全系车型共同亮相于郑州国际车展。

记者 陈娟 李汪洋

凯迪拉克CTS-V Coupe,将携手凯迪拉克家族全系车型登陆

郑州国际车展 凯迪拉克演绎速度的诱惑

CTS-V Coupe的车主将有机会获得凯迪拉克V Lab全球精英学院北美专业赛道驾驶培训课程

展台亮点一:视觉诱惑

凯迪拉克CTS-V Coupe举办河南区首发仪式

在今年即将举行的郑州国际车展上,凯迪拉克展台上最大的亮点莫过于凯迪拉克家族的新秀——CTS-V Coupe的震撼登场。作为凯迪拉克“V”系列高性能家族的最新力作,CTS-V Coupe为国内超跑拥趸带来了一款集巅峰性能与前瞻造型于一体的完美座驾。

据了解,凯迪拉克CTS-V Coupe搭载6.2升V8机械增压发动机,最大输出功率达556匹马力,最大扭矩为747牛·米,0-60英里/小时加速仅需3.9秒。此外,CTS-V Coupe高效散热的进气格栅,配合中冷Eaton增压器系统和先进的铝合金汽缸盖,使得发动机在各种转速下都具有平稳宽广的功率范围,无论在低速还是在高速条件下,动力都可瞬间启动且持续强劲,更以超强动力、超低噪音的完美表现,打造全球最为宁静的V8机械增压系统。

凯迪拉克CTS-V Coupe配备了全球反应最快的悬挂

系统——MRC主动电磁悬挂系统。该系统采用了先进的磁流变技术,即以电磁控制模式取代传统机械阀控制模式进行减震控制,传感器每秒钟读取路况数据高达1,000次并时时根据路况调整阻尼系数,可达到对车辆行驶的实时精准控制。此外,CTS-V Coupe还配备了技术精密的Brembo制动系统和米其林19英寸PS2高性能轮胎,带来强劲的制动力和良好的抓地力。强悍的动力、顶级的悬挂、精准的转向以及可靠的制动保障,赋予了凯迪拉克CTS-V Coupe高性能豪华运动轿跑无与伦比的操控感,为乐于挑战速度极限的驾驶者带来无限激情与快感。

另据了解,在此前刚结束的SCCA(美国赛车俱乐部)世界挑战赛GT组别中,CTS-V Coupe赛车助力凯迪拉克车队称雄问鼎2012赛季SCCA制造商及车手总冠军。而量产版CTS-V Coupe与赛车版的共享组件达到80%左右。

展台亮点二:价格诱惑

凯迪拉克指定车型最高现金优惠10万元

据悉,在本次车展上,现场购买凯迪拉克SRX将享受现金3万元的优惠,现场购买CTS110周年纪念版和SLS指定车型都将享受现金10万元钜惠。

据了解,CTS110周年纪念版是凯迪拉克今年纪念其110周年,特别为忠实拥趸打造出一款潮流专属座驾——CTS-V Day纪念版,全国限量110辆,该车进一步彰显凯迪拉克CTS车主热衷运动、时尚潮流的个性态度。

而够买CTS-V Coupe的车主都将受邀参加凯迪拉克V Lab全球精英学院北美专业赛道驾训教程。据悉,V Lab全球精英学院项目是凯迪拉克为高端车系车主量身定制的最高级别专业驾驶培训和车主体验项目,由凯迪拉克全球高性能部门的顶尖试驾工程师领衔课程设计,是以凯迪拉克高性能“V”家族车型特点为主题开设的深度体验科目,有助挖掘和全方位体验高性能产品的极限潜能和驾控技巧。

9月8日至9月28日,“骑士之旅 环越珠峰”大型自驾采访考察活动团队顺利完成历时21天、全程6779公里、平均海拔达4000米以上的环珠峰行走考察壮举。作为本次活动全程指定用车,海马骑士第三度成功征服极限旅程,并使三年“骑士之旅”系列文化体验式营销活动提升至全新境界。

凭借三年“骑士之旅”,海马骑士创造性地开启了自主品牌文化体验式营销的先河,而逐步完善的营销体系和日益深厚的品牌影响力也让海马骑士稳固立足于竞争激烈的中高级SUV市场。

环行珠峰凯旋 海马骑士开启文化营销新境界



打造自主环越珠峰第一车

“骑士之旅 环越珠峰”大型自驾采访考察活动由海马汽车与中国科学探险协会、中国自驾游主流媒体联盟共同发起,旨在深入考察珠峰周边地区的环境、生态和文化,以此呼吁社会公众关注珠峰文化,支持珠峰生态环境的保护。

珠峰是地球第三极,象征着人类不断超越、突破自我的进取精神。本次活动同样彰显了海马骑士勇于突破极限的产品实力和决心。作为活动全程唯一指定用车,更是自主品牌挑战环珠峰行走考察第一车,12辆骑士2013款自拉萨出发,考察纳木错、羊卓雍错、卡若拉冰川、珠峰北坡大本营、樟木等地,更穿越喜马拉雅山脉,西出尼泊尔,完成环珠峰行走的极限挑战。期间两度穿越青藏高原、两上珠峰大本营,历尽搓板路、炮弹坑、窄道会车以及著名的“珠峰99道拐”等严峻考验。

海马骑士以出众性能和可靠品质,克服了一切险峻路况,成功完成环珠峰行走考察壮举,得到活动团队的好评。本次成功,为海马骑士进一步巩固了产品口碑,“硬派绅士”的可靠品质得到更多消费者认可。

三年文化行走,促品牌新跨越

当今中国汽车市场同质化严重,加之今年车市步入了“微增长”时代,各大车企品牌号召力成为车市竞争的胜负手。值得关注的是自主品牌,不仅未摆脱价格低廉的印象,又遭遇不少合资品牌价格下探的打击,致使原先赖以生存的价格优势被逐步削弱。尤其是以往缺乏对品牌形象进行构建的车企和车型将遭受进一步打击。

海马骑士一直深谙品牌营销的重要性。从2010年上市至今,持续开展“骑士之旅”文化行走活动,围绕特色文化进行深度挖掘与传承。2010年的“丝绸之路 骑士之旅”和2011年的“万里走黄河”分别为骑士品牌注入了千年丝路与中华母亲河的文化精粹。随着2012年“骑士之旅 环越珠峰”的圆满结束,“骑士之旅”系列营销行动已走过三个年头。承载2010年与2011年的文化积淀,海马骑士的文化营销之路凭借环珠峰之行达到了一个新的高度。

21天的行程中,考察团队通过参观西藏登山学校、珠峰登山博物馆、纳木措科考站,掌握珠峰文化与环境的发展状

况;采集卡若拉冰川、珠峰大本营的冰川融水样本,为科研和环保提供一手资料;又与尼泊尔登山协会、西藏边防战士、世界上海拔最高的中学——定日中学师生、2008奥运火炬登顶珠峰保障团队成员、珠峰气候研究专家等珠峰精神与文化的代表人物进行了深入的交流访谈,深入了解珠峰所承载的精神内涵,为传承发扬珠峰文化开拓了新的外沿与深度,更制成独具珠峰特色的文字和影像作品,为社会公众传递珠峰文化提供了良好的载体。

三年而励,在文化领域的坚持与专注使海马骑士拥有了与众不同的产品气质和品牌内涵。长时间的量变带来的将是质变。自环珠峰之旅凯旋后,海马骑士2013款得到了消费者的热捧,“硬派绅士”出众实力深得人心,厚积薄发之势已现雏形。

作为自主品牌的先行者,海马骑士凭借卓越品质和一系列精准的营销攻势,成功撬动中高级SUV市场,为自主品牌持续发展提供了有力的正面例子。挟珠峰凯旋之势,海马骑士将为中高级SUV市场带来什么样的新局面,值得我们期待。