

TOP汽车 | 封面话题



近期,由中国强势媒体汽车联盟举办的年度汽车权威评选——2013年度中国汽车风云榜正式揭晓。其中,江淮和悦飞行秀凭借独辟蹊径的体验式营销表现,一举夺得2013年度最佳营销案例大奖。回首2013年,无论是延续三季的和悦飞行秀伴随和悦A30的上市第四季强势出击,还是江淮瑞风S5“舞动中国”第二季的王者归来,都在推动市场和品牌双升级过程中演绎了自主品牌向上的新思路。

坚守体验营销之路 江淮演绎自主品牌向上新思路

实力在握,敢为营销体验“惊奇”

和悦飞行秀自2012年上半年开播以来,已经获得“自主第一体验平台”美誉,今年11月,全新上市的量产无改装车型A30首次担纲飞行秀主角,在夜间赛道的极限挑战下稳定的过弯、精确的入位、流畅的漂移,展现了其在造型设计、动力操控、车身结构、底盘调校等方面的高水准,完美演绎了和悦A30作为江淮二代乘用车的首款家轿产品,在精致造型、超大空间、极致安全、强劲动力和

高经济性的五张王牌。

上阵尚需亲兄弟,“和悦飞行秀”一飞惊人,江淮瑞风S5的“舞动中国”在2013年也风生水起:“想想还是TA好”,但耳闻不如目见,作为曾开创了国内首次SUV大型特技车舞巡演先河,历史性地打破了国内首个SUV侧立行驶挑战吉尼斯世界纪录的瑞风S5,在“舞动中国”第二季的全国巡演中,无论是直线加速、HBA制动、通过性障碍、上下坡道、蛇形绕桩等高难环节,

都能放肆驰骋。

创新实效
体验营销落实“敬客经营”

江淮汽车深度体验营销有效促进了相关两款战略主力车型2013年销量飘红:作为和悦飞行秀第四季的担纲明星车型,和悦A30上市首月销量突破5000辆,瑞风S5在舞动中国的不断席卷之下,自3月份上市截至11月,销量已经达到了28808辆,在自主SUV阵营中显示出不容小觑的实力气场。

从深层意义上说,江淮汽车在体验营销突破更是“敬客经营,服务销车”企业理念的的成功实践。在这一企业价值观的指导下,江淮汽车无论从产品设计,到产品制造和服务营销,都充分贯彻了以用户价值为导向的原则。在目前的家轿市场,伴随着车主的日益年轻和时尚,他们对产品深度体验和不断创新都提出了更高要求,所以,第四季“和悦飞行秀”和“舞动中国”第二季都进行了更多的创新尝试。晓同

(上接B11版)



·数据

2013年车企交出优异成绩单 国内车市全线飘红 新车型领衔高速增长

上海通用
三大品牌全年销售1575167辆



东风雪铁龙 全年销售28万辆,同比增幅25%

2013年,蓄势待发的东风雪铁龙一骑绝尘,提前两个月就完超去年223801辆的总销量。接着,又豪气冲天天地马踏28万辆历史新纪录,同比增幅高达25%。

在高端车市场,新C5凭借MCS大师级底盘科技带来的卓越动态舒适体验,以“长途不累、颠簸不颠、弯道不飘”为产品独特诉求主张,全年销量稳定增长。由全新世嘉、C4L及全新爱丽舍主战车型组合的中级车“三剑客”一马当先占销售总量的78%。

其中,高性能高端中级车C4L凭借



同级最强动力、最大空间、最优底盘和最全配置赢得万辆订单。冠军品质车全新世嘉销售稳定在10万辆以上,继续占据中级车主流阵营。担纲“龙腾C计划”重要使命的全球新一代欧系中级车全新爱丽舍上市仅两个月就累计销售超1万5千台。

点评:骄人业绩的背后,是东风雪铁龙在品牌刷新、产品更新、渠道纳新、营销创新、服务揽新等层面的均衡发力及精耕细作。毫无疑问,枕戈待旦的东风雪铁龙已经在建树中国汽车主流品牌的道路上破晓前行。

华晨汽车
年销量突破77.7万辆

近日,华晨汽车公布其最新销量数据,2013年华晨汽车实现整车销售77.7万辆,同比增长15.7%,销售额1280亿元,同比增长19.9%。

其中中华整车销售18.2万辆,同比增长19.7%;金杯整车销售38.8万辆,同比增长5.9%。远超预期销售目标的辉煌成绩,为华晨汽车2013年的全面发展画上了圆满句号。

2013年,华晨汽车继续坚守“大飞机”发展战略,从“中国制造”向着“中国创造”迈进,通过改革创新实现企业的转型升级,并取得了多个业内佳绩。

3月,新晨中国正式登陆港股市场,使华晨汽车成为第一个拥有4家上市公司的自主品牌汽车集团;6月,华晨汽车获得了宝马授权生产欧VI排放标准的2.0T发动机技术,成为中国汽车行业唯一一家取得当代先进发动机技术的中方企业;8月,《2013中国企业500强榜单》揭晓,华晨汽车名列第109位,继去年提升8位;11月,中华品牌成为J.D.POWER唯一超越行业APEAL平均指数的自主品牌。

点评:这些成绩的取得,不仅是华晨汽车在转型升级中的完美蜕变,更是为自主品牌的发展提供了一条可供借鉴的创变之路。



上海通用汽车今天公布2013年销量数据:公司旗下别克、雪佛兰、凯迪拉克三大品牌全年共销售1575167辆,实现同比增长13.1%,再创公司年度销量新高,并继续引领国内乘用车市场。在落实企业“十二五”战略规划各项工作目标的关键时期,2013年上海通用汽车以创新为驱动,加强品牌体验,丰富产品型谱,大力拓展新的市场空间,同时着眼未来,进一步完善产能布局,以覆盖全业务链的体系能力不断提升,为企业未来发展夯实了基础。

2013年上海通用汽车旗下三大品牌销量全面增长,纷纷创出年度销量新高。别克品牌全年销售809918辆,同比增长15.7%;雪佛兰品牌全年销售

715244辆,同比增长7.9%;凯迪拉克品牌全年销量50005辆,同比增长66.6%。

在国内各主流细分市场,上海通用汽车主力车型继续保持领先优势:在中高级车市场,别克君威、君越与雪佛兰迈锐宝组成的“双君一宝”合计全年销售275470辆,以同比增长23.3%的优异表现,使上海通用汽车在中高级车细分市场占有率先于领先地位。

点评:面对2013年更加严苛的市场环境和行业竞争,上海通用汽车传承和夯实了过去16年来积累的多方优势和力量,通过在品牌和产品、体系、科技等方面的不断创新,加速锻造面向未来的核心竞争优势,为下一轮跨越发展积蓄了力量。

长安马自达
CX-5上市4个月拿下24722个订单

据悉,截至12月末,长安马自达Mazda CX-5上市4个月以来的总订单数已达到了24722个,市场表现超过了预期。在CX-5的热销带动下,长安马自达12月销售突破万辆大关,销量环比、同比连续4个月大幅度增长,业界评价“CX-5上市大获成功,长安马自达2013年完美收官”。

作为首款搭载马自达全球革新技术“创驰蓝天”,应用全新“魂动”设计理念的最新旗舰车型,长安马自达CX-5的热销要归功于超强的产品力和优异的用户口碑。CX-5完美结合了“创驰

蓝天”技术与“魂动”设计的精髓,“创驰蓝天”技术全面整合发动机、底盘、车身、变速箱带来的“新集成、新节能、新驾趣”,让CX-5的操控感、节油性包括舒适豪华体验超乎想象,是马自达品牌“人马一体”精神的最好体现。

点评: CX-5在2013广州国际车展期间摘得“年度创新动力总成奖”、“年度紧凑型SUV”、“最受欢迎SUV”、“年度新锐技术SUV”等多项重量级大奖。在2013年“中国心”发动机评选中其搭载的创驰蓝天发动机荣获“年度十佳”,再一次证明了“创驰蓝天”技术的革新性和先进性。