

TOP汽车 | 封面话题

当明星遇上“明星” 明星代言在汽车行业逐渐盛行 近六成网友认为此举能够提高车企知名度



韩国明星李敏镐代言东风悦达起亚K3S

■车市快讯

2.0L 18.18万元起
2.5L 22.88万元起
东风日产新势代奇骏登场

3月26日,在魅力黄山,新势代奇骏本色登场。活动现场,东风日产乘用车公司副总经理任勇宣布,新势代奇骏自即日起,在全国各专营店正式上市,采用2.0L与2.5L发动机,共2个级别9款车型,官方指导价格为18.18万~26.78万元。新势代奇骏的正式售价,颠覆了目前城市SUV市场的价格体系。同时,东风日产还创建业内首个以共同价值观为纽带的消费者互联生活圈——“本色圈”,倡导和鼓励更多自信激情的进取者们享受本色生活。

此外,东风日产逍客即时推出“伴飞计划”。凡在东风日产全国各专营店购买逍客的消费者,均可获得“配置升舱,越级享受”、“金融升级,提前享受”、“来店有礼,超值享受”三大服务。与此同时,为了让更多消费者提前享受到逍客,东风日产还推出了特惠的金融服务优惠解决方案,零月供、零利率即可零负担畅享逍客生活。

逍客“伴飞”计划的实施,将进一步加强东风日产SUV战略的“双子星效应”,以1+1>2的战略合力,夺取主流SUV市场的领导权。

随着SUV战场突进,东风日产在轿车战场也将得到强力的战略支撑。东风日产将拥有新势代奇骏和新世代天籁双旗舰,分进合击,提升东风日产行业话语权,巩固其领军地位。

质新二手车 举办汽车文化趣味赛

4月12日,位于惠济区文化北路与大河路交叉口西一公里的质新二手车超市旗舰店举办的“驾趣无限”汽车趣味文化赛活动欢乐上演。活动现场,前来参赛的车友们热情高涨,玩得不亦乐乎。据悉,质新二手车超市首次将超市购车概念带入郑州,并将领先的行业标准引入河南二手车市场。自成立以来就秉承着专业的车辆认证标准和整备流程,每一辆二手车都拥有与新车一样的品质以及出色的性价比。同时质新二手车超市承诺交易车辆的车况透明,车价公道,并提供质保、维修、金融和保险的系统化贴心服务。发展中的质新二手车超市,拥有雄厚的资金实力并借鉴国际先进模式“car max”,未来旨在打造全国首家大型连锁二手车超市。屈彦飞

近日,东风悦达起亚K3S上市,超高人气韩星李敏镐成为中国区代言,与此同时,最火韩星金秀贤“都教授”将代言北京现代全新小型SUV ix25,而此前,苏菲·玛索代言DS5、吴彦祖代言朗动、C罗代言凌派、布拉德·皮特代言XTS。就连从来不为汽车代言的贝克汉姆也正与广汽丰田“秘密洽谈”,或将为其新车“致炫”代言。时下,明星代言汽车成为一种潮流,席卷整个汽车圈。郑州晚报记者 谢宽

现象 明星携手车企

4月10日,备受瞩目的东风悦达起亚K3S上市,本场上市发布会以“‘型’动随我”为主题,在风景如画的黄海之滨呈现出一场新颖别致的风尚盛典。与此同时,4月12日,东风悦达起亚K3S在郑州地区型动上市。

K3S不仅传承了Design Kia设计语言赋予K系列车型的动感基因,更融汇新锐的灵动风格、领先的动力科技、越级的乘坐空间和卓越的产品品质,重新定义了五门

车型的潮流风向。由长腿欧巴李敏镐代言的K3S共有6款车型,售价区间为10.18万~14.38万元。K3S的目标人群是追求快乐、率性果敢、充满自信且掌控自我的年轻一代,东风悦达起亚凭借对用户诉求的敏锐洞察和精准把握,起用韩国最具人气的亚洲男神李敏镐为代言人,他与同样深具明星气质的K3S交相辉映且高度契合,势必全面提升品牌号召力,掀起一场五门时尚车型的新风潮。

值得一提的是,K3S以尖端科技全副武装的K3S在安全性能和品质工艺方面提供了全面周到的保障。四轮碟刹、6方位安全气囊、ABS+EBD系统、HAC上坡辅助系统、前后方泊车辅助系统和VDC车身动态稳定控制系统等多种主动安全装备,确保了K3S值得信赖的可靠品质。

请明星代言、到重要车展上站台并非起亚首创,随着中国汽车市场的当量越来越

大,汽车企业有足够的预算邀请国内甚至国际一线巨星来为品牌和车型助阵,国内大大小小的明星更是几乎都参与过与汽车沾边的代言和活动。

业内人士分析,明星代言成为快速、有效的营销传播途径之一。形象代言的方式可以传达品牌独特、鲜明的个性主张,并使新品得以与目标消费群建立某种联系,顺利进入消费者的生活和视野。因此,明星代言在汽车行业逐渐盛行。

分析 看重品牌提升

明星代言,明星们收获的是不菲的代言费,汽车品牌收获的是观众和读者追星的目光,或许是个双赢的结果。其实,聘请名人出任汽车代言人也是有原因的。业内人士认为:“现在新车越来越多,消费者对新车都有审美疲劳,营销人员为推广新车绞尽脑汁,但只要明星往车旁边一站,关注点立马出来,什么技术专家、行业巨头的高谈阔论也不及明星这一声轻

言浅笑吸引‘眼球’。”“目前,汽车算是时尚消费品,时尚的汽车需要明星们来陪衬。”东风悦达起亚厂家公关科负责人表示:“厂商如果选择合适的明星代言汽车,不仅对汽车的销售起到画龙点睛的效果,而且对提升品牌知名度也大有裨益。”

事实上,目前车市消费的主力军之一的“80后”已经“奔三”,正处于家庭初建、事业小成的阶段,还有很大一部分“85后”也开始走出校

园,走向社会,经济基本独立,他们对时尚敏感,买车已经成为新需求。同时,这个年代的人虽然普遍有点自恋,但却有着自己钟爱的明星,在消费习惯上都或多或少地受到明星的“诱惑”。

其中,米勒和科鲁兹的完美搭配可谓经典案例之一。雪佛兰科鲁兹因外形阳刚饱满、内饰时尚,博得多数80后的喜爱。恰好当时超人气美剧《越狱》第四季正在热播,男主角米勒

因精彩表演而倍受年轻人喜爱。所以由他代言科鲁兹,其极高的人气与英俊睿智的形象一下就促进该品牌品牌形象与知名度的提升。

据相关数据显示,科鲁兹自上市以来一路高歌猛进,关注度始终居高不下,单月销量均在万辆以上。虽然科鲁兹的持续热销离不开自身出众的品质,但其上市便获得了极高的关注度与销量,代言人米勒功不可没。

评说 “效果”说法不一

据一些网站的调查,在对明星代言最直接的效果的选择中,有将近60%的网友认为请明星代言能够提高车企的知名度,12.3%的网友认为能提高美誉度,12.7%的网友认为能拉动销量。由此可见,名人代言对于汽车品牌的推广是有着巨大的作用。

“明星代言是各个行业通用的营销手法,我个人感觉还是有效的。”网友小亮认为:“企业通过明星代言可以表达这样的观点,我的消费群体或是档次跟明星一样的人,或是喜欢这位明星,认同他的气质的人,通过明星来将消费者具体化。”

小亮的想法代表了不多的网友,然而也有一些网友认为,明星代言并不是一

道“万能灵药”,既然有人成功,那也肯定有人失败。比如,影帝成龙大哥无论是人品、戏品都无可挑剔,但关于他代言的汽车却有一个笑话:“影帝代言哪款产品,哪款产品就死掉。一汽-大众开迪最终停产,三菱颓势难以挽回。”

“明星代言广告是锦上添花‘易’,雪中送炭‘难’,所以一定要谨慎。”专家认为,首先,要考虑被代言车型与明星发展周期是否契合,若能洞察明星的事业趋势,便可以最小的代价获得最大的效果。其次,要考虑品牌的个性与名人的风格是否一致,当产品与名人不搭调时,名人代言只能成为名人的个人宣传,不能起到宣传产品的作用。

一闪一闪亮晶晶 咱们一起数“星星”

细数明星代言的汽车品牌

- | | |
|--------------|--------------|
| 吴秀波—全新K5 | 文章马伊琍—途安 |
| 成龙—三菱、一汽大众开迪 | 海岩—广汽本田歌诗图 |
| 张曼玉—奥迪 | 李秉宪—起亚凯尊 |
| 刘翔—凯迪拉克 | 刘德华—讴歌TL |
| 章子怡—奔驰SLK | 王立宏—北京现代瑞纳 |
| 李冰冰—奔驰C级 | 陆毅鲍蕾—奔驰B级 |
| 米勒—雪佛兰科鲁兹 | 林志玲张涵予—奔驰GLK |
| 小沈阳—酷熊 | 金城武—北京现代悦动 |
| 范伟—吉奥 | 梅西—瑞麒 |
| 张丰毅—五菱荣光 | 刘谦—开瑞 |
| 王宝强—东风小康 | 莫文蔚—凯迪拉克SRX |
| 姜文—上海大众新帕萨特 | 邓超—Jeep指南者 |

2014年北京车展十大巨星代言前瞻

- | | |
|--------------|--------------|
| 范迪塞尔—长安CS75 | C罗—本田凌派 |
| 李敏镐—起亚K3S | 卡莉·克劳斯—奔驰CLA |
| 布拉德·皮特—凯迪拉克 | 林志颖—全新卡罗拉 |
| 苏菲·玛索—DS | 碧昂斯—丰田全球品牌 |
| 尼古拉斯·凯奇—北汽绅宝 | 柯震东郭采洁—雪佛兰创酷 |

提供便捷服务 “豫见租车”郑州起航

随着“汽车租赁”在各种媒体上成为一个热词,汽车租赁行业正一步步走进人们的日常生活。租车手续也随着这个行业的日臻完善而由繁至简,现在带两证一卡(身份证、驾驶证和信用卡)即可把心仪的车开走。汽车租赁一般分为日租、月租、长租和融资租赁。其中,融资租赁就是平常所说的“以租代购”,是国外非常流行的汽车销售模式。简单地说就是由租车者在缴纳一定的保证金后,每月只需交一定的租车费用取得车辆的使用权。待合同到期后,即可取得该车的所有权。

近日,河南豫见租车即将在郑州起航,本着“信誉第一、客户至上”的经营宗旨,将以“服务知心、车辆放心、使用安心、驾驶开心、租车顺心”的“五心级服务”为大家提供更便捷的租车服务。谢宽

碧昂斯代言丰田



布拉德·皮特代言凯迪拉克



苏菲·玛索代言DS



C罗代言本田凌派

