

# 科学边界

《三体》宏大架构中除了涉及社会学、基础科学、生物科学和工程科学知识外,它的情节设计也是环环相扣,将读者带入科幻片或者科幻游戏的场景中,体验感很强。一直努力避免给人“汽车卖场”刻板印象的南京国际汽车博览会,除了新车展示之外,还有不少让人们的汽车生活更便捷的智能化演示。在跨界演绎、体验式经济盛行的今天,打通一切、无界限的体验式车展正成为衡量车展智慧的又一风向标。

现代快报记者 张曦 倪泳 张雷

## — 三体之智 —

### 上海大众 品牌全系亮相



上海大众汽车携全系车型亮相车展,在600平方米展台上,各主力产品悉数登场,上海大众汽车以追求卓越之姿向观众传达完善的产品体系和精湛的造车工艺。

自2008年上市以来,朗逸品牌以时尚设计,创新科技,高品质及可信赖度赢得了全国280万车主的信赖,2015年,全新Lavida家族带着成功的基因,开启未来全新的生活。鹰眼双飞翼式前大灯配置人性化,KESSEY无钥匙进入,贴心之余更显得有爱。在安全科技方面配置了全方位六安全气囊系统、MKB多次碰撞预防系统,作为一项自动刹车系统,能够在事故情况下进一步碰撞,减少意外伤害。

为答谢南京车迷的厚爱,上海大众汽车此次不仅带来年度巨惠风暴,更有多种0利率金融政策。车展期间,除精彩的演绎环节外,更有上海大众原厂精美礼物赠送,期待各位的光临。

### BMW 全系亮相 经典归来

本届车展,宝马公司携强大阵容亮相,以一系列产品勾勒出激动人心的未来前景。展出车型包括:新BMW 3系、创新BMW 2系多功能旅行车、全新BMW i8、全新X5 M等。

全新BMW i8已经在其级别市场中掀起一场革命,作为首款拥有紧凑型车辆耗油量 and 排放量的跑车隆重登场。

最具运动特质的新BMW 3系外观设计更加动感:全系标配最新设计的LED大灯闪耀同级,通过灯带与双肾型进气格栅相连,在提升科技感与效率的同时,视觉上更加浑然一体,搭配全新设计的前保险杠,整车前脸更具力量感与冲击力。

新一代MINI CLUBMAN车身每一处均体现其经典优雅、充满艺术感,外形设计保留了众多一眼可辨的MINI元素,并依然提供独一无二的对开尾门,成为该细分市场中唯一的六门车型。



### 名爵锐腾携 MG名爵家族齐聚

上汽MG名爵展台上,拥有90余年历史的MG名爵品牌新老车型汇聚一堂,展示科技创新带来的英伦传奇品牌价值的全面升级。

作为名爵当前主打产品之一,锐腾以“三高”标准要求自身,截至8月底,名爵锐腾的累计销量达到22531台,仅8月的单月销量就达到了4453台,此外,名爵锐腾还成为了“2015中英文化交流年”唯一官方指定用车,尽显英伦魅力,展现高性能实力,高效服务一系列中英文化创意活动。本次车展,名爵锐腾以9.99万元起的超低价格回馈广大南京车迷的支持。

据悉,除名爵锐腾外,MG名爵展台的其他车型也备受关注,MG3、MG6以及MG GT名爵锐行都为消费者提供了“史无前例”“无底线”的超值购车方案。MG6超低9.99万起,MG3和MG GT的车展最低售价只要4.99万元和7.99万元起。

同时,订名爵锐腾、MG3和MG GT送万元超值大礼包。MG名爵以最贴心的方式为年轻消费者打造纯粹乐趣,绽放独特个性魅力,让他们感受到生活的自信与激情。

### 福特中国:探险者、新福克斯ST领衔亮相

此次车展,福特中国携旗下明星进口产品与消费者见面,其中包含刚刚公布预售价格的三排七座大型旗舰SUV车型新福特探险者,焕新上市的钢炮标杆车型新福克斯ST,以及纯正美系肌肉跑车双雄福特Mustang V8 GT和福特Mustang 2.3T车型。

目前,福特探险者车型全球累计销售超过700万辆,成为全美最畅销SUV车型。新福特探险者将在中国推出5款车型,将使消费者体验前所未有的强大性能、燃油经济性、多功能性和智能科技。

焕新上市的新福克斯ST车型在本已十分出色的动态性能上更上层楼,搭载最新的底盘控制科技和经过优化升级的悬挂和转向系统,为驾驶者带来响应更积极、操控感受更平衡的性能钢炮新体验。

搭载5.0升V8发动机的纯正美系肌肉跑车Mustang V8 GT于今年8月上市,与Mustang 2.3T车型一起带来更丰富的美系肌肉跑车选择。自今年1月20日Mustang 2.3T车型正式上市销售以来,福特Mustang在半年时间内获得超过1500份订单。

### 用差异化优势 满足客户需求

——访福特汽车中国进口车业务市场营销经理高俊莱

这次南京车展是福特中国第一次以单独形象向消费者进行展示。江苏以及南京地区一直是福特比较重视的市场,现在南京有两家福特进口车的经销商,江苏有15家经销商。

这次福特中国带来了新的产品,比如全新福特探险者、福特福克斯ST,以及全新福特Mustang 5.0。在发动机方面,福特进口车全系配备了涡轮增压发动机,这体现了福特在节能减排方面的努力。福特中国的定位是对中国消费者细分市场的一个补充,这个定位是非常清晰的。当市场饱和度达到一定程度时,市场必然会发生细分,消费者也会关注每个细分市场里自己的需求,福特中国的目标就是要满足这部分需求,如肌肉跑车Mustang、大型SUV新探险者都具有独特优势。如新福特探险者的特点是动力充沛,转向把握度的感受非常好。这些车型独特的驾驶乐趣形成了福特进口车的差异化优势,可满足一部分群体的需求。福特中国将产品定位于小众细分市场,虽然这个群体绝对数不大,但忠诚度非常高。

# 软硬渠道:东风标致408如何铺就荣耀之路



## 关注

上市一年,销量十万,多项大奖,东风标致408依靠强大的产品力,在车市“新常态”下大展身手。与此同时,9月4日,408推出了在1.2THP车型基础上加装LED灯组和3D实景导航等六项装备的荣耀版车型,由东风标致第一家互联网经销商——汽车之家独家线上经销。

### 产品即渠道:408“不止领先”

一个好的产品本身就自带传播力,所以在某种程度上来说汽车本身就是个硬渠道。今年4月,东风标致408斩获C-NCAP测试五星佳绩;6月,1.2THP发动机荣获“2015年度国际发动机”大奖;7月,1.2THP、1.6THP车型入围节能惠民车型,东风标致408凭借非凡的产品力赢得了又一个荣誉,产品口碑“不止领先”。上市一年,408销量已过十万。

借上市一周年和成都车展之际,408推出了荣耀版车型,在营销上大胆创新,更有回馈新老408用户的“亿元豪礼,保驾护航”延保六折促销优惠活动。感恩十万用户,成就“不止领先”,成都车展,东风标致408荣耀而至。

东风标致408荣耀版,首先选择

拥有明星发动机的1.2THP车型,在原车型的基础上加装了深受“男神”欢迎的LED大灯组和3D实景导航,让本就实力超群的1.2THP车型更是如虎添翼。LED大灯组,比传统车灯反应更迅速、照明功能更强、使用寿命更长,为您刺穿黑暗,找到安全的出路;3D实景导航,地图显示清晰,极大提升了行车路线判断的准确性,用户出行更便捷。配置丰富,动力方面也不容小觑。408荣耀版车型所搭载的1.2THP涡轮增压直喷发动机,刚刚荣获“2015年度国际发动机大奖”1.0-1.4L组别桂冠,136马力的最大功率足以匹敌主流2.0L、1.4T发动机的动力输出水平,动力充沛与STT发动机智能启停系统搭配,形成“T+STT高效动力”,百公里综合油耗仅为5.2L,成功入选节能环保汽车(1.6L及以下乘用车)推广目录(第二批),

享受3000元国家节能惠民补贴。

### 场景即渠道:优化购车体验

场景植入式营销在东风标致的营销体系里也有应用,但显然并不是408车型的简单曝光。今年4月份,408就赞助了江苏卫视最能体现“全能男神”精神的大型明星夫妻真人秀节目《为她而战》,借助节目的热播,话题的不断出现,408“全能男神”的形象更加深入人心。

现在,408又大胆尝试新的营销模式,与汽车之家深度合作,与消费者发生交互性,其实也是在打造一个网上经销店的场景,目的是让交易变得更简单、方便,并且服务也是不断完善的。未来,东风标致将借助垂直类汽车媒体所拥有的海量消费数据、专业导购能力以及传播资源优势,提升408荣耀版车型的线上订

购率。汽车之家将和线下经销商通力合作,发挥各自资源优势,线上集客、交易支付,线下提车、后期保养,线上线下协同促进,相辅相成,促进实现与现有实体经销商互补、互通、互惠的双赢局面,让消费者购车渠道更加多元化。

而未来,“互联网经销商”将更多地承担起销售东风标致某一细分市场、某一款个性化产品的任务,在与现有渠道不产生利益冲突同时,又能满足一些新兴消费者比较个性化的需求。

### 用户即渠道“亿”元豪礼保驾护航

消费者在东风标致互联网经销店购买了车子,如果发现无论是购车体验,还是产品本身都可圈可点,而恰好后续的服务也很不错,就会对408荣耀版,甚至东风标致品牌产

生“情感联系”。另外,在互联网经销店购买汽车这样的大宗产品,还是一个社交话题,这样一来,实际上,东风标致已经让车主做了自己的情感代理商或者产品代言人。

事实上,东风标致408在推出荣耀版车型的同时,还有“亿元豪礼,保驾护航”的延保六折店头活动推出。旨在感恩一路支持408的新、老用户。东风标致方面介绍,2015年9月1日起到2015年10月31日,凡是东风标致408购买延保产品的用户均可享受六折优惠。

某种程度上说,购车体验和回馈用户对于消费者来说十分实用,也是品牌经营用户圈子的一种方式,如果经营得好,用户这个圈子就演变为另一种社会化营销渠道。随着自身产品力的不断提升,相信“不止领先”的男神气质在软硬渠道下,注定成就东风标致408的荣耀之路。