

“狼性”与“柔情”齐飞,这些车又进击车市了

汽车市场上大鳄们开始发起新一轮攻击。特斯拉中心落地南京德基广场,奔驰斥巨资推出全新GLA SUV,英菲尼迪则以挑战之姿大力营销其双门轿跑全新Q60。与此同时,江淮瑞风S7打出“大智慧行”的口号进军中高端SUV市场。与上述相反的是,东风悦达起亚启动“绿光行动”,显得格外的柔情。

现代快报/ZAKER南京记者 张雷

明星站台、粉丝捧场,奔驰玩转营销

梅赛德斯-奔驰的品牌活动,常常将“粉丝”力量发挥到极致,传递给人们这更像一次车主、粉丝的聚会。据悉,今年smart品牌的主张是“有种骄傲”,当红明星吴亦凡亲到现场与粉丝互动。北京奔驰smart销售副总裁毛京波女士表示:“希望可以与smart粉丝们的情感上产生深度共鸣,让他们因为smart品牌而骄傲,因为拥有smart而骄傲。”

一南一北,在smart品牌盛会

过后两日,梅赛德斯-奔驰在深圳举办了全新GLA SUV的上市发布会。明星助阵+粉丝营销,“双轮驱动”其在与竞争对手的营销大战中占据上风。此次上市,新一代梅赛德斯-奔驰GLA SUV发布包括GLA 200动感型、时尚型;GLA 220 4MATIC时尚型、豪华型和GLA 260 4MATIC运动型,售价区间为27.18万元至39.9万元人民币。

同样的,广汽丰田的营销活动也洋溢着青春活力。日前,广汽丰

田在南京一天内举办了四场炫技斗舞的“快闪”活动。据广汽丰田南京协众东麒路4S店市场经理丁超介绍,“快闪”活动是新一代年轻人群的个性化表达方式,也是年轻人渴望挑战权威,闯出新天地的精神投影。它提倡的是分享快乐,沟通你我,“这与新雷凌185T动感活力的品牌调性异曲同工,新雷凌185T全面提升了产品魅力和用车价值,售价区间为10.98万元至13.78万元。”

“狼性”英菲尼迪Q60与“柔情”东风悦达起亚

众所周知,作为二线豪华汽车品牌的英菲尼迪一直对标BBA。数据显示,2017年,英菲尼迪前5月共售出17206辆,同比增长15%。

从去年开始,英菲尼迪在产品投放、战略和品牌方面进行了调整,“狼性”十足。今年4月,英菲尼迪推出全新双门轿跑Q60,共两款车型:豪华版和豪华运动版,零售价分别为43.68万元和45.68万元。东风英菲尼迪东区销售经理蒋健栋先生表示:“全新Q60传承了品牌与生俱来的运动基因,以突破性的设计风格、极富激情的凌厉驾控

及量身定制的豪华享受,将助力英菲尼迪重新塑造其在豪华运动型轿跑细分市场的影响力。”

为江淮汽车的发展提供“加速度”的瑞风S7,在经过5年的精心研发后以9.78万元的起售价杀入紧凑型SUV市场。瑞风S7的轴距为2750mm,提供了标配大五座、可选七座的方案。在营销方面,瑞风S7通过《极速前进》、《我们的征途》节目,携手范冰冰、陆毅、谢依霖、贾静雯、郑元畅等明星接受超越自我的极限挑战,猛烈冲击市场。

与充满“狼性”的营销活动相

反,近期专注于公益事业的东风悦达起亚,则显得柔情得多。6月25日,由该公司、盐城市慈善总会、中国国际青年交流中心和仁人家园共同发起的第十五期“东风悦达起亚家园”公益项目在江苏省盐城市举行了大学生志愿者出征仪式,来自江苏省高校的100名大学生将参与到此此次援建中。据介绍,10年来,“东风悦达起亚家园”已成功举办十四期,共组织中韩大学生志愿者1905名,先后在四川、广东、浙江、江苏、广西援建房屋143所,并为2所小学改善校园环境和设施。

一汽-大众为消费者上双保险

安全关乎生命。

6月22日,发生在杭州的“保姆纵火案”惨剧再次让我们醍醐灌顶。

人们在扼腕痛惜遇难者与谴责人性恶之余,也对小区物业的管理提出了多达13条质疑。

其中的关键点在于,小区配备的报警设施没有起到即时报警作用,被动安全措施和安保人员也没有及时作出应对。也许会有人问:这个惨剧发生

在家里,与汽车能扯上啥关系?其实,这涉及到“空间论”。

眼下,除了家和办公室,汽车俨然已成为人们的“第三空间”。

不过,伴随着汽车越来越多地融入家庭生活,诸多问题开始凸显。例如,人们更为关切的是,当遇到突发交通状况时,如何预防避免危险,保证驾乘安全问题。这是汽车厂商要考虑的,并需要全民认真对待的。

专业研究显示,在众多的汽车伤亡事故中,汽车内未安装儿童安全座椅的婴童受伤率是安装了儿童安全座椅的3倍,死亡率高达8倍。这表明:儿童安全座椅对于儿童的乘车安全意义重大。

其实,车企在汽车的主被动安全配备上没少下功夫。

以一汽-大众全新宝来为

例,前排正面双安全气囊、HHC坡路起步辅助功能、ESP车身稳定系统、ABS防抱死制动系统、ASR驱动防滑系统、HBA液压制动辅助系统、ISOFIX儿童座椅固定装置、后门儿童安全锁、激光焊接工艺高强度车身等均有配备,为驾乘者的安全护航。

硬件之外,一汽-大众还开办了儿童安全讲堂,旨在提高儿童出行安全意识,让更多的家庭认识到使用儿童安全座椅的重要性。6月3日,一汽-大众联合多方力量共同发布了“中国新未来行动”战略,而作为“中国新未来行动”三大核心项目之一,“守护童年安全童行”项目也于6月10日举行了全国启动仪式,并在11天后走进了南京。

现场,南京市交警一大队二中队张程晨警官,为孩子们和家长带来了专业的儿童交通安全知识讲解,向大家传递了儿童安全座椅的重要性。同时,他呼吁:无儿童安全座椅,宝宝不乘车。

不过,“儿童安全乘车”是一项全民工程,需要社会各界携手。

令人遗憾的是,有数据显示,目前,在我国拥有私家车的家庭中,儿童安全座椅的使用率不足20%。

现代快报/ZAKER南京记者 张雷

宋DM火力全开 新能源“王者”比亚迪“荣耀”归来

最近,手游“王者荣耀”火遍大江南北,作为一款老少皆宜的潮流手游产品,不仅吸引了众多明星玩家,甚至还出国门吸引了不少外国玩家。其实,在新能源汽车领域,也有这么一款火爆产品,凭借着强大的品牌力、均衡的产品力和较高的性价比优势,在市场上迅速脱颖而出,助力比亚迪重回新能源领域“王者”冠军宝座。

通讯员 徐曼

实力过硬,比亚迪再夺冠

乘联会数据显示,伴随5月新能源汽车市场销量整体回暖,在经历了4个月的波动后,比亚迪重回国内新能源乘用车销量单品牌冠军。业内人士分析认为,政策对市场的影响在减小,而产品力和品牌力对汽车消费市场的影响在扩大。

数据显示,今年5月,比亚迪以8684辆的销量重回国内新能源汽车冠军宝座,比第二名整整多出2154辆。就比亚迪重回新能源乘用车销量单品牌冠军一事分析,并不难得出这个结论:作为“新能源汽车引领者”的比亚迪,具备强大的抗风险能力,只要市场环境稳定,加上丰富的产品,就能迅速恢复领先优势。

事实上,今年以来,唐100、秦100、宋DM、2017款秦EV300、2017款e5、2017款唐陆续上市,在产品矩阵上的完善布局,形成DM-EV的多重产品线矩阵,确保了在各细分市场处处开花。据比亚迪终端市场反馈,4月中旬上市的宋DM目前订单火爆,上市第1个

月销量便突破2000辆。另据了解,在6月3日的深港澳车展上,更具性价比竞争优势的2017款唐也已经上市。

宋DM更快兼顾安全可靠

从上面的数据不难发现,比亚迪比第二名多出来的两千多台销量,实际上几乎等于宋DM的销量,可以说宋DM对比亚迪重回冠军宝座贡献不小。据悉,宋DM是定位于20万元级别的新能源SUV,而20万元级别燃油版SUV车型中不乏逍客、缤智、昂克拉、途观、CR-V等可以选,宋DM能从这个竞争激烈的细分市场分得一杯羹,必然有它过硬的产品力。

据了解,宋DM搭载比亚迪自主研发的“542”核心技术,而这项先进的技术早已在比亚迪唐上应用,目前已拥有5万多名用户的优良口碑。宋DM是比亚迪542战略的第二款车型,也是542核心技术运用更成熟的车型。

从数据上看,宋DM以“快”著称汽车圈,其百公里加速仅需4.9S,而被称为汽车界的“苹果”



的某品牌车型百公里加速也要5S。此外,由于搭载了全时电四驱技术,宋DM反应迅速,比传统机械四驱的响应速度快了整整10倍,即便某些豪华品牌车型也不敌它。

说到这里,不少消费者会有所顾虑:比亚迪宋DM动力这么好,加速这么快,那么,它足够安全并舒适吗?据了解,在让大家享受操控和驾驶感的同时,比亚迪不惜成本为宋DM配备了前麦弗逊后多连杆的悬挂组合,扎实的底盘保证了行驶舒适性。

此外,由于电四驱的控制响应时间仅20毫秒,因此宋DM能

够更加有效地适应全地形路况,更好地在恶劣地形脱困,并保证超高通过性。不仅如此,全时电四驱的快速响应还能使得安全度更高,其毫秒级的控制响应,能有效防止爆胎、制动失灵、转向失灵、侧翻等,在各个方面的保护驾乘者的安全。

更“聪明”互联高科技配置丰富

随着汽车消费群体的年轻化,互联高科技配置成为汽车的标配。为了满足消费者的需求,宋DM配备了8英寸高清电容屏及开放式CarPad安卓车载系统,通

过CarPad,驾乘者可在车内轻松实现网页浏览、网购、视听娱乐、游戏、第三方导航等功能。

而车身搭载的全方位摄像头可以无死角地呈现车辆四周图像,实时监控,窄道行车及倒车入库安全自如。此外,宋DM还搭载了遥控驾驶技术,在可视范围内(车辆周围10米),使用遥控钥匙,可实现远程遥控车辆出库、入库、移位,远程开启空调等功能。

总体来说,宋DM是一款很值得推荐的新能源SUV,在满足传统SUV功能的基础上开创了SUV驾乘新体验。