

奋斗求索,站在汽车市场存量时代的十字路口,如何重振汽车消费?破局需要胆识,更需要洞悉产业的趋势和变量。如今,东风悦达起亚正以品质、品牌和技术为核心,坚持“客户第一”的企业经营理念,创新推动时代新消费,并积极拥抱“新四化”产业变革,打造全球旗舰车型凯酷,缔造出行新体验,同向合力突围。

“为稳定我国汽车产业基本盘,亟需供需两侧共同发力来推动实现持续稳定增长和转型升级。”今年全国两会期间,全国人大代表,江苏悦达集团党委书记、董事局主席,东风悦达起亚董事长王连春就如何重振汽车消费,进一步阐述自己的观点。

现代快报+/ZAKER南京记者 姜振军



现代汽车集团(中国)副总裁、东风悦达起亚总经理李峰

寻路!东风悦达起亚“三端”发力突围

品牌向上 共话新形势

今年以来,东风悦达起亚继续坚持品牌向上、品质为王战略,加速回归主流赛道。

企业遵循现代·起亚总部提出的“China First, Global Presence, Innovation”三大核心品牌方向指引,通过“市场再定位”的战略,推动品牌差异化战略,改变固有的品牌形象,实现品牌向上突破,以全方位、深层次的变革,助力东风悦达起亚回归市场主流地位。

品质是品牌的基础,更是品牌生命。一个成功的品牌,要有稳定上佳的内在品质。

在品质上,东风悦达起亚依靠世界级现代化智能工厂,从生产技术的源头提供品质保证。除此之外,东风悦达起亚在生产过程中引入全球质量管理体系(GQMS)、制造企业生产过程执行管理系统

(MES)、生产完结系统(IQIS)三大质量管理体系,为车辆品质保驾护航;另一方面,建立优秀的品控团队,将质检工作贯穿到生产的每一个环节。而在售后上,企业多方位地为用户着想,如“爱新不断”计划、“包牌价”购车政策,还有疫情期间开展的到店车辆免费消毒、免费提供上门取送车辆、免费上门续保等举措。

“2019年,东风悦达起亚获得J.D.Power新车质量研究(IQS)主流车品牌第一,连续5年入围新车质量主流车市场前五。”东风悦达起亚品质部相关负责人表示。作为全球领先的消费者洞察和市场研究机构,J.D.Power研究以独立性和客观性著称,2019年中国新车质量研究基于33468名车主的真实反馈,研究涵盖67个品牌266

款车型。此次夺冠,说明东风悦达起亚赢得了行业和顾客的双重认可,成为消费者心中值得信赖的汽车品牌之一。

东风悦达起亚的优良口碑也为其赢得了良好的销量。近日,东风悦达起亚公布了2020年5月销量数据。数据显示,东风悦达起亚5月总销量达23,535辆,同比增长12.1%,公司营业额同比增长25.6%。值得一提的是,新一代智跑热销8,970辆,同比劲增58%,有望重回万台俱乐部。

“听说最近东风悦达起亚有一些购置税补贴政策,我立马和家人商量,把开了10年的‘老起亚’换成了新智跑。”家住盐城市盐都区的张先生夸赞道,智跑车外观时尚、质量可靠,价格合适,开起来也是舒适拉风。

客户第一 发力新消费

面对消费新趋势和新挑战,东风悦达起亚始终坚持“客户第一”的企业经营理念,不断创新数字营销,强化用户运营,以线上线下结合的中心化思路打造粉丝互动中枢,构建全新体验。

“真是太炫酷了,通过‘一起来亚’小程序,我们就能360度了解新车亮点,还能一键查看心仪车辆的配置,享受线上预约试驾等便捷功能,感觉我已经离不开这个小程序了。”作为东风悦达起亚的忠实用户,周先生赞不绝口地说。

4月10日,东风悦达起亚宣布,粉丝运营小程序“一起来亚”正式上线,以便捷的操作和互动

体验、丰富的内容和会员福利以及线上线下融合的全场景触点,打造粉丝互动中枢,连接品牌与粉丝、粉丝与粉丝之间的互动。小程序的上线,标志着东风悦达起亚面向线上数字化和粉丝生态化营销又迈出了坚实的一步。

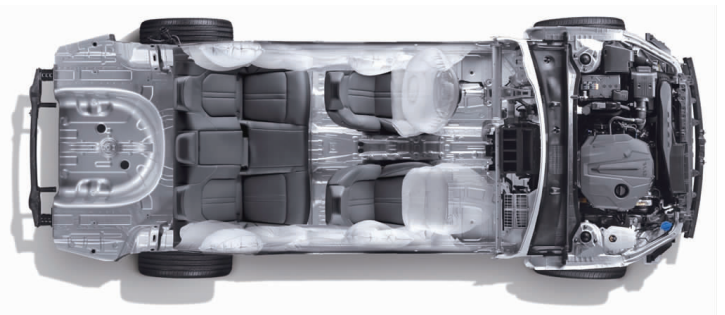
“一起来亚”小程序共包含“粉丝社区”“线上展厅”“福利商城”“个人中心”四大版块,从品牌体验、展厅体验、数字化体验、产品体验、生活方式五大领域入手,连接线上线下触点,为客户和粉丝提供完整一致的无缝体验。

3月31日,针对疫情后客户的购车需求和存在的顾虑,东风悦达起亚还在国内首创推出“爱新

不断”计划,该计划由“爱新置换”和“月供不断”两部分组成。其中,“月供不断”针对分期消费客户,在还贷期内暂时丧失经济来源,若持续还贷,帮你偿还6个月月供,若出售车辆,直接补偿最高6万元;“爱新置换”提供了1个月内100%保障换购全系任意新车、12个月内90%保值换购全系任意新车的服务。通过帮还贷、高保值,东风悦达起亚真正让利消费者,致力于打造安心无忧的关怀服务。

本次“爱新不断”计划涵盖全新一代K3、全新一代傲跑、新一代智跑、新一代KX5等多款主力车型,为消费者提供多样化的选择。

技术革新 迎接“新四化”



“当今汽车工业正处于不断革新、急剧变化的时代,创新技术是推动品牌向前发展的坚实力量。东风悦达起亚汽车坚信:技术创新,引领品牌向上。”东风悦达起亚相关负责人表示。

东风悦达起亚以“TECH”为主线,实施产品技术革新。据了解,企业围绕 Turbo、Electric、Connection、Hydrogen 四大核心,持续实施产品技术革新战略,全面布局未来。

一是Turbo化。将涡轮增压发动机车型比例提到50%以上,满足年轻用户对动力性能的需求,同时继续发挥油耗方面的既有优势,实现动力性能与油耗经济性的最佳平衡。

二是电动化。加快导入纯电、插电和混合动力车型,到2025年实现全面电动化。

三是智能化。近阶段将逐步实现互联网车型销售比例扩大到50%以上,到2025年实现L4级别无人驾驶汽车量产;

四是氢燃料(FCEV)。东风悦达起亚未来将引进现代先进氢燃料电池汽车技术,加快产业化步伐,力争实现氢燃料电池汽车试运营。

同时,东风悦达起亚以新技术为

依托,迎接“新四化”趋势,为消费者提供超越期待的优秀产品和出行体验。

即将于9月份上市的凯酷,将为东风悦达起亚的发展注入新动能。作为品牌旗舰车型,凯酷现已开启预售。凯酷基于现代起亚最新i-GMP平台打造,具有更轻量、更强化的车身,能有效提升驾驶性能和乘坐体验。同时,凯酷将提供1.5T和2.0T两种动力选择,相较于海外版的2.0L和1.6T,动力性能进一步提升,全面满足中国消费者对于动力性能的追求。

此外,其搭载的全球首创的第四代发动机,采用CVVD技术,实现动力性能与燃油效率的同步提升,产品实力全面升级。作为百年燃油发动机历史上的又一创举,CVVD技术是汽车行业里程碑式的技术进步,它彰显现代·起亚汽车对技术的执着追求。

“蓄势待发的凯酷,承载着东风悦达起亚品牌重塑的使命,将以全新的价值体验重构消费者品牌认知,以卓越的产品竞争力重构经销商信心,以‘后浪’的姿态重构媒体聚焦,助力东风悦达起亚重回主流赛道。”王连春对东风悦达起亚未来的发展充满信心。



本版供图:东风悦达起亚