



月销近 20 万辆

上海大众大幅领跑 1 月汽车销量

2 月 12 日,全国乘用车市场信息联席会发布了 2014 年 1 月国产乘用车销售数据。上海大众继获得 2013 年国内国产乘用车销量冠军后,再次以大幅优势摘得 2014 年首月销量冠军。

数据显示,2014 年 1 月上海大众总计实现销售 199688 辆,同比增长 24.8%,位列国内乘用车销量排行榜第一。同时,近 20 万辆的单月销量也创下了国内轿车生产企业的历史新高,大幅领跑 2014 年开局车市。

从旗下双品牌表现来看,新年首月上海大众汽车大众品牌依旧保持了强劲态势。大

众品牌 1 月共计实现销售 174926 辆,同比增长 29.6%,旗下各款车型捷报频传。去年底推出的 Lavida 家族,2014 年首月销量令人赞叹,单月销售 61568 辆,其中 New Lavida 新朗逸 1 月销量突破 4 万辆大关,达 46447 辆。桑塔纳品牌实现 32604 辆的销售佳绩,并一举刷新单月销量新纪录,以良好的口碑和卓越的品质赢得市场肯定。帕萨特品牌在新年伊始推出了 2014 款新帕萨特,单月实现销售 27084 辆,继续蝉联国内 B 级车市场销量冠军。Polo 品牌 1 月销售 24646 辆,同比劲增 43%,继续领跑 A0 级细

分市场。此外,New Tiguan 全新途观 1 月继续保持稳健态势,实现销售 24282 辆、同比增长 11%。同样受到市场热捧的家用 MPV 车型 Touran 途安,1 月实现销售 4741 辆,同比增长 23%。

随着产品线的不断完善,斯柯达品牌迈入了稳步发展的新阶段,1 月销售共计 24762 辆。其中,高性能纯正德系 SUV 车型 Yeti 野帝自去年 11 月上市以来,受到业界与终端市场的高度关注与广泛认可,斩获了各类奖项超过 30 项,累计销量超过 6000 辆,让人对其后续发展充满期待。(王 悦)

马上有“爱”

东风悦达起亚打响 2014 年情感营销又一枪

最近,东风悦达起亚“马上有‘爱’”营销活动正举行得如火如荼。截至 2 月 14 日,活动共计收到上传作品 2074 件,网站访问量超过 21 万人次。这是继“骏马迎春起亚送祝福”春季免费检测和安全护航服务、“马上有‘福’之爸爸回家”微电影上线之后,2014 年企业打出的又一张情感营销大牌。

活动期间,消费者可通过上传符合“亲情、友情、爱情、KIA 情”主题的个人照片,将埋藏已久的感情用文字表达出来,并通过移动端或 PC 端登录活动官网分享到微博参与活动,赢取由品牌送出的精美大奖。同时,作为东风悦达起亚的车主,还可通过

分享自己的“KIA 情缘”到活动平台,参与有奖活动。此外,消费者还可通过“KIA motion”的 app 客户端参与活动,赢取丰富活动奖品。

在产品同质化严重、竞争白热化、情感日渐淡薄社会里,人们更加渴望情感的回归,追求精神上的愉悦和满足,特别是对个性化服务的期望与日俱增。2013 年,围绕“顾客感动”为核心,东风悦达起亚推出了众多服务改良措施,从消费者体验出发,通过细节的思考及覆盖全领域的革新,进一步赢得了客户的信赖。

对企业而言,谁能准确把握消费者心态,牢牢抓住顾客的心,谁就能赢得市场,

并保持长期优势。深谙此道的东风悦达起亚多年来一直坚持将“情感”作为其构建品牌多元化营销体系的核心,通过在体育、文化及公益等多个领域的营销探索,将对客户的关怀重点从单纯的商品本身,向在过程中融入更多的情感交流与合作,以满足他们的内心需求发展。

此次推出的“马上有‘爱’”营销活动是东风悦达起亚在借助情感营销平台,与消费者进行的又一次深层互动,从心理层面谋求与消费者需求的契合与共鸣,进一步深化感动举措,在消费者之中,持续传递关爱,为中国消费者提供更多更优质的产品与服务。(起 亚)

2013 年汽车市场,别克双君让人眼前一亮

有人说,刚刚过去的 2013 年对于汽车市场来说是具有转折性的意义。一直在“微增长”的汽车市场,终于看到了久违的“阳光”。举一个大家较为熟悉品牌的例子,别克品牌在全球范围内尤其是中国市场的复兴。

有数据显示,截至 2013 年 12 月底,别克品牌全球总销量已突破百万辆,并有望创造年度销量历史新高纪录。其中,海外市场超过 20 万辆,中国市场销售超过 80 万辆。这也是别克自 1984 年后,再度回归全球百万量级汽车品牌俱乐部。其中,在中国的中高级车市

场,别克“双君”全年销售合计超过 16 万辆,且高端车型销售占比进一步提升,让人眼前一亮。

众所周知,近两年新一代别克君威、君越在中高级车市场备受消费者青睐,取得了让人惊艳的成绩,一个重要的原因就是别克品牌不断创新进步。与其他汽车品牌小打小闹、小修小补不同,别克品牌一直专注于提升自身的科技含量和汽车品质。具体到别克“双君”这两款车身上,就是他们对消费者重点关注的动力总成、安全、豪华配置等方面进行了

多处升级,包括新一代 S6 六速手自一体变速箱、FNC 专利刹车碟、EPS 电子助力转向等,舒适增配上也有不少亮点。

门槛低,免房产、免担保,只需良好的信用记录和稳定收入;首付低,最低甚至只需要车价的四分之一;灵活的还款方式真正做到了“总有一款适合你”。在如今这样一个倡导提前消费的时代,别克雪佛兰年轻人计划的确为许多人提前实现了买车梦。凭借着具有人性化、针对性的车贷方案,成为了拉动别克品牌汽车的销售标杆之一。(中 岩)

汽车工作室

负责人:曹 政

电话:13837664028

E-mail:xywbcz@163.com

汽车 315

汽车消费投诉维权线索征集

如果您在汽车购买、消费、使用过程中有疑问,如果您了解汽车销售和售后的黑幕,都可以告诉我们,我们将和您一起维权,共同维护良好的市场消费环境。

电话:13837664028 6207101

电子邮箱:xywbcz@163.com

车友群:175893049

北京现代全程店

举办名图车主答谢会活动

近日,笔者从北京现代信阳全程店了解到,2 月 22 日~23 日,该店举办“名图车主答谢会”。活动期间,老车主成功推介新客户购车,新老车主均可获得 500 元工时抵扣券一张。同时新客户还可享受惊喜来店礼、赏车试驾礼等多重好礼。

北京现代上市的全新一代中高级车 MISTRA 名图,正是新兴市场的全新开拓者。作为一款专为中国市场量身打造的中高级车,MISTRA 名图设计上以现代汽车最新的“Storm Edge”(风暴前沿)理念贯穿,同时融入了现代汽车集团首席设计总监彼得·希瑞尔的全新设计理念,由外而内都体现着沉稳大方、舒适实用的设计思路。(万 芳)

广汽本田凌派杯

五人足球争霸赛开赛

俊酷的 80 后,你们可还记得大学时代,挤在宿舍里围观世界杯的那份酣畅淋漓?2014 年巴西足球盛宴即将到来,四年一度,决战在即。那么,谁会最终问鼎这场足球盛宴呢?

当心中偶像金球先生 C 罗征战巴西世界杯时,我们只能隔着电视荧屏为他助威吗?想不想亲眼见证俊酷偶像 C 罗的赛场英姿?由 C 罗代言的广汽本田凌派现在邀你“直通巴西”,亲临现场为偶像助阵。2014 年 2 月 24 日起,广汽本田将开启“燃点斗志——凌派杯五人足球争霸赛”,只要你热爱足球,就有机会参加巴西足球盛宴之旅,与 C 罗一起闪耀巴西。

凌派自 2013 年 6 月上市以来,仅半年时间销售订单就突破 10 万佳绩,话说,荣誉来源于实力。凌派的外观超级别、空间超级别、驾控超级别和配置超级别及五星安全保障,成就了众多粉丝的高富帅之梦。

2014 年 6 月的巴西终极盛宴,挑动着每一个铁杆甚至非铁杆球迷的神经。想要在球场上一显身手,想观看最精彩的五人足球对决,想赢取凌派汽车大奖,想要奔赴巴西现场观战足球盛宴,共同为国际足球巨星 C 罗加油助威吗?马上加入凌派杯五人足球争霸赛,世界杯的热情待您的点燃。(杨 洛)