

# 钻石品质贯穿全过程 凯美瑞定义中高级车价值新典范

承接一季度销量逆势飘红的良好态势,4月份广汽丰田继续高歌猛进。其中,表现格外抢眼的凯美瑞继3月以同级最快速度迈入“百万辆俱乐部”后,4月份再延热销势头,同比增长38.4%的销量稳居中高级轿车销量前列。尤为值得一提的是,作为凯美瑞新生代力量的混合动力凯美瑞·尊瑞,4月销量更是达到500辆,较上月增长18.64%。

如此优秀的市场表现源自其一贯的稳定性能。这不禁让人想到好几年前,初入国门的凯美瑞就已惊艳了市场。当一辆顶着牛角标,造型圆润,颇有风度的车从眼前驶过,人们知道丰田有这么一款车很漂亮,它叫凯美瑞。

## 生产:流水线上的精雕细琢

100多年前,劳斯莱斯创始人亨利·莱斯预言:“车的价格终将被人忘记,而车的品质却长久流传。”一辆定位于“实用”的好车,其品质终究是检验它口碑的重要依据。广汽丰田工厂定位于“21世纪全球模范工厂”,引入了丰田最先进的生产设备和技术,这成为一辆好车诞生的基础。

在生产工序上,广汽丰田讲究严格细致,其倡导的“精益生产方式”对生产的每个环节,甚至是工人的手套材质都做了严格规定。此外,工厂的品质保障体系涉及设计、采购、制造、质

检、销售、售后整个产业链。在2012年,广汽丰田第二生产线获得了“零不良率”的全球最好成绩,这在丰田汽车海外工厂历史上非常少见。

此外,车辆成型后,凯美瑞需要迎接的“毕业大考”较为残酷,需要进行的测试有2400多种,保证其出厂后能应对各种复杂路面和极端气候。这种测试将进一步强化车辆在实际使用中的品质。

据J.D.Power公司最新发布的2013年美国汽车可靠性研究报告,丰田获得季军,位列非豪华品牌首位。在2012年J.D.Power发布的中国车辆可靠性研究报告中,凯美瑞在高端中型车中雄踞榜首,再一次印证其可靠品质。

## 使用:实用价值高于一切

凯美瑞讲求实用,用广汽丰田执行副总经理冯兴亚的话来说就是:“丰田的做法一直是务实的。”自凯美瑞国产七年以来,它在生活各种场景中已经随处可见——无论是准备全家出游的父亲,还是接朋待友的商人,这款宜商宜家的车拥有庞大的受众群体,男女老少都可能是它的司机。

凯美瑞的研发秉持“三高”标准:高品质、高可靠性、高耐用性。虽然很简单,却可以看出丰田造车的几个关键:去掉不实用的配置和装备、不为迎合潮流增



旗舰版

加惊世骇俗的设计、尽量使用已经获得检验的成熟技术。

因此,凯美瑞表现出惊人的高可靠性和低故障率,在安全性、燃油经济性、维修保养费用、二手车保值率等实用经济的各项指标上都取得领先地位。也正因为如此,这种沉稳的制造理念,为车主减少了很多使用麻烦,也渐渐打造出了“省心耐用”的口碑。

## 售后:服务和保值两颗“大补丸”

当新车使用初期的激情和激动褪去之后,面对这个熟悉的老朋友,车主最期待的就是不出问题,或者出了问题能够获得最佳的帮助。于是,购车后的省心表现在高品质的售后服务和二

手车置换时的抢手保值。

在售后服务上,凯美瑞一直走在行业前列。自投产起,广汽丰田就确立了“尊贵·贴心”的渠道理念,并导入e-CRB(智能化渐进改善式顾客关系构筑)系统,不仅为消费者提供智能化、标准

化的日常服务,带来超乎期待的“凯美瑞体验”。在特殊时期,广汽丰田也能够快速反应,以“顾客0损失”为原则,向受损车辆的顾客提供全方位支援。据了解,今年6月广汽丰田将迎来渠道建设7周年,届时还会有系列好礼回馈新老顾客。

福特说:“任何一辆好车,都应该像好的手表一样,经久耐用。”凯美瑞的高耐用性为其在转入二手市场之后,提供了极高的保值性能和二次销售空间。在二手车市场发布的美国《凯利蓝皮书》发布的二手车保值率排名中,凯美瑞多年名列第一,这成为凯美瑞销量保证的有力支持。在中国,凯美瑞同样名列同级车保值榜首,其高保值率就成为换车省心的具体表现。

正如广汽丰田执行副总经理冯兴亚说:“以同样的价格享受更高的品质,体验安心无忧的汽车生活,这就是凯美瑞带给消费者的核心价值。”

徐雪峰



camry-正侧内饰

## “讲文明 树新风”公益广告

