

全新KICKS劲客将为SUV注入新活力

推出4款车型, 售价9.98万—13.48万

7月18日,东风日产全新KICKS劲客在长沙万达广场及全国百城同步上市。全新KICKS劲客共推出4款车型,搭载第三代HR15全铝发动机,官方指导价为9.98万元—13.48万元。

发布会现场,东风日产专为“劲客青年”精心打造出不一样、自由的“自由劲区”,将全新KICKS劲客时尚与科技,融入到在场景式、沉浸式的体验当中,让人眼前一亮。同时,东风日产更针对年轻消费者带来了“购劲90”购车政策,冠名热门综艺IP《极限挑战》等一系列创新营销举措,让年轻消费者感受全新KICKS劲客带来的“来劲”新生活。

作为东风日产布局YOUNG NISSAN 3.0战略重要的产品举措,全新KICKS劲客为90后“劲客青年”而来。新车集“酷炫时尚的拼色造型”、“自信驾驭的智行科技”、“宽裕舒适的座舱空间”及“高效节能的动力总成”四大傲视同级的产品力优势于一身,完美展现“酷i科技SUV”定位的核心内涵,让年轻消费者大胆探索,敢爱、敢做、敢尝鲜。

全新KICKS劲客携震撼价格正式上市,以9.98万元—13.48万元的售价颠覆市场与消费者的预期。东风日产正是希望用最切实的行动、最具诚意、最具价值的价格,为年轻消费者提供更具价值感的小型SUV新选择,让他们享受到全新KICKS劲客带来的精彩移动汽车生活。 ■胡锐



全新KICKS劲客长沙上市发布会现场。

全新BMW5系Li长沙上市

7月22日,以创新科技武装的全新一代BMW5系在长沙798城市体验馆红馆上市发布,推出BMW528Li, BMW530Li, BMW530Li x-Drive和BMW540Li等车型,官售44.99万元—66.39万元。

全新BMW5系Li推出两大设计套装:豪华套装与M运动套装,其中M运动套装是首次被应用于国产5系;新车型已于5月中旬开始预售并得到客户群积极反馈。全新一代

BMW5系Li与时俱进,致力于在发展节奏更快的新时代与各界精英人士一起拥抱变革、砥砺前行,并以“时不我待”所蕴含的年轻活力及行动精神激发与目标人群情感共鸣。全新BMW5系Li是BMW运动美学的全新演绎;除专属开发与测试之外,还进行了13项专属升级;面对年轻化的消费人群,新一代车型以超前的“五维人机交互系统”开启全面体验新时代。 ■胡锐

逍客今年上半年销量同比增长31.1%

据乘联会数据显示,东风日产逍客在5月份达成80万辆销量后,6月份持续发力,销量达到14103台。回顾今年上半年,逍客先是获得15万级SUV市场一季度的销量冠军,之后

保持强劲势头,连续4个月销量突破1.4万,上半年更是交出了79056辆,同比增长31.1%的销量成绩单,坐实其15万级SUV标杆的市场地位。 ■胡锐

东风风神橘洲夜跑圆满落幕

7月24日,以“青春向上,自豪向前”为主题的东风风神橘洲夜跑在长沙橘子洲举行。夜跑全长3.11公里,前35名冲过终点站的都可获得精美奖品。当晚,东风风神厂家代表、经销商代表,以及广大媒体朋友悉数到场,并参与了夜

跑活动。据了解,此次“青春向上·自豪向前橘子洲荧光夜跑”活动只是个开始,它预示着东风风神品质之旅第四季的活动全面拉开,后续还将有更多更好玩的活动,以及意想不到的惊喜等着大家来参与。 ■胡锐

激情一夏,晚安带你来湿身

7月22日,晚安家居主办的“花样·湿身party”在长沙市晚安工业园举行。

本次活动晚安家居首次与汽车企业进行异业合作,目的是给消费者谋取更多的现场购车优惠。现场不仅有宝马、林肯、玛莎拉蒂等各类豪车可供观赏和选购,还有靓模

走秀、水枪大战等一系列精彩活动,引得全场掀起阵阵高潮。此外,活动方还邀请了擅长摇滚和朋克风格的乐队,进一步点燃现场气氛。动感的节奏,狂欢的现场,让大家尽情地释放自己,抛却平日的压力与枯燥,给这个夏天,增加点色彩。 ■胡锐

宋DM销量爆发 比亚迪成为上半年新能源汽车销量冠军

在去年的比亚迪品牌盛典上,比亚迪就推出了“王朝战略”,战略由秦、唐、宋、元等车型组成。在发布会上,王传福大谈中国古代有多牛,“秦朝首次实现了大一统,统一了货币、度量衡……”言下之意就是,比亚迪就做中国新能源汽车市场的老大。

事实上,比亚迪在新能源汽车领域也确实当之无愧的领军者,并且在实际的市场表现上,成为其它车企无可替代、无以超越的存在。

新能源车销量强势摘冠 打脸唱衰者

比亚迪在今年上半年的表现,大有一种沉寂中爆发的味道。

进入今年以来,四部委联合发布了新能源汽车的补贴政策以后,由于目录更新不完善导致整个新能源车市场遭遇了政策空窗期,即使是像比亚迪这样的新能源车领军车企,也出现了销量不正常的窘境;而另一方面,比亚迪在过去的几个月正逢支柱车型唐和秦的更新换代,这在一定程度上也影响了销量表现。

但是,行业引领者的强势就在于,只要市场稳定向好,就能迅速恢复领先优势。而比亚迪继5月重回国内新能源车销量榜首后,一路高歌猛进,6月再以11198辆的成绩创造了单月销量过万的记录。

并且,比亚迪凭借34634辆的累计销量,成为2017年上半年新能

源车市的冠军,而这也让那些不断唱衰新能源汽车发展的人被重重打脸!

说到这里,问题来了:比亚迪究竟是如何坐定新能源汽车榜首的呢?

产品矩阵丰富 抢占新能源市场

对比亚迪有所了解的人都知道,一段时间以来,比亚迪密集发布了一批新车,比亚迪唐100、秦100、宋DM、2017款秦EV300、2017款e5、2017款唐等车型陆续上市。由此,比亚迪进一步完善了在新新能源车市场的产品布局,由此也形成了对三厢轿车、紧凑型SUV、中型SUV等细分市场的密集覆盖。

除了产品线布局的大动作之外,比亚迪在新能源动力的构成方面,也形成了插电式混合动力以及纯电动动力的全面布局与互补,比亚迪的新能源汽车产品也因此具备了更为宽泛的用车场景的适应性。

总之,对于仍处在初步发展阶段的新能源市场,比亚迪通过对市场的全面布局,满足了用户对新能源汽车日益增长的购买需求,并因此市场竞争中占据了主动地位,使得比亚迪在新能源市场更加具有竞争力。

产品和技术比翼齐飞 助力销量强势攀升

不可否认,在目前的新能源车



市场中,政策对于市场的影响力是非常巨大的。这也是我们不应回避的问题。那么,想要弱化政策对于市场的影响,新能源车最终还是要回归到消费者自身的产品诉求上,比如说更丰富的配置,更高级的驾乘品质,更出色的续航里程等等。

这也就是说,在目前的情势之下,新能源汽车必须在产品性能方面,实现对传统动力汽车的全面超越,才会具备相应的市场竞争力。换言之,想要消费者买单,重点还是要拿出优秀的产品和过人的技术,而这正是比亚迪的新能源车产品能够独占鳌头的关键所在。

不妨以今年4月中旬上市的比亚迪宋DM为例,这款车在上市首月销量就突破2000辆,到了6月更是成为了比亚迪销量增长的主力,以4552辆的销量占据比亚迪新能

源车单月销量的40%,成为比亚迪插电新能源车矩阵的标杆产品。

宋DM之所以能大卖,根本原因还是其超强的产品力。搭载了比亚迪“542”(百公里加速5秒以内、全时电四驱,百公里综合油耗2升以下)核心技术的宋DM,首先在动力性能方面要远远超越同级别传统汽油车型。其次在空间配置方面,比亚迪宋DM相比于同级的传统动力车型也占据明显优势。再加上强势的优惠政策和厂家支持,更是进一步做实了宋DM的产品优势。类似宋DM这样优秀的新能源车,消费者自然愿意买单了。

着力形象塑造 玩出营销新高度

正所谓“酒香也怕巷子深”,对于一个企业而言,除了要做好产品,还要懂得如何卖好产品,塑造

出务实的品牌形象,才能够取得真正意义上的成功。

而比亚迪在完善产品布局的同时,也着力在品牌营销和形象建立方面,下了不少的功夫。在品牌层面,比亚迪针对消费者价值推出了一系列营销行动,如创新发布了“电动·未来”计划,解决消费者购车用车方面的痛点,派送“13亿度出行用电”鼓励纯电出行,践行“为地球降温1°C”的环保责任感……比亚迪正在通过多种营销举措,给予消费者实惠的同时,也为新能源汽车的普及,探索着全新的营销路径。

同时,比亚迪还通过牵手奥斯卡影帝“小李子”、登陆国际高端高尔夫球赛、联手全球知名设计师艾格打造王朝概念车、与知名设计学院Art Centre合力探索未来的设计概念等一系列动作,不遗余力地塑造优质的品牌形象,目的就是助力品牌知名度和美誉度提升,在提升产品销量的同时,也为新能源汽车的普及和推广,做出了良好的示范。

写在最后

从最开始跌跌撞撞的摸索,到如今产品、技术、市场上的全面领先,比亚迪作为中国新能源汽车的领导者,生动演绎了“从量变到质变”的经营哲学。而眼下,随着新能源汽车的发展已成为未来的主流趋势,先行一步的比亚迪,已然让我们看到了行业“老大哥”的气派!