

世界杯 逍遥游

——北京现代观赛团里约热内卢拾趣

□韩亮

“国内的小伙伴们，你们都受骗了！世界杯是场惊天大骗局，其实所有比赛全都是前一天下午录制好的（你没瞧见电视画面上那么大的太阳嘛），然后在下半夜才到我们中国放录像。为了揭穿这一‘黑幕’，本人不辞辛劳亲赴里约热内卢的马拉卡纳摄影棚，现场有数万球迷参与了这场阴谋……”

在乌拉圭与哥伦比亚八分之一决赛的看台上，本人兴奋之际在微信上编发了这个段子，令人无语的是，不少小伙伴还真信了，当然，这些上了我当的清一水儿的是妹纸。有位特单纯的美女在荷兰与墨西哥之战前专程打来越洋电话说：“您老不是说世界杯比赛都是提前录制的吗，荷兰那场在你们那边应该结束了吧？能告诉我比分么，我男朋友都输了好几千了。”搞得我张口结舌无言以对。

作为北京现代世界杯观赛团的一员，本人于6月26日随团前往巴西，观看了29日第二场16进8的比赛，同时领略了里约热内卢的城市风貌以及大西洋沿岸的秀丽

风光。北京现代此次可谓大手笔，自4月1日启动“巴西世界杯”主题系列营销活动，至5月中旬，凡参与活动试驾并购车的客户，不仅可获得多项优惠，享有两年的“0利率”“0费率”免息政策，更有机会获得世界杯足球纪念品乃至世界杯免费观赛门票。此外，北京现代还推出了世界杯纪念版车型。

于是，在世界杯如火如荼进行之际，北京现代的媒体观赛团、经销商观赛团以及全国抽出的幸运车主观赛团，浩浩荡荡地赶往这个星球的另一边，在远离北京11个时区以外的里约热内卢，赶场世界杯。

在抵达里约的第二日中午，我们在当地一家著名的烤肉店用餐，这可是最正宗的巴西烤肉了，烤肉店有个令人过耳不忘的名字，叫“大猪头”，稀奇的是这里不卖猪肉，而是“挂猪头卖牛肉”。餐厅大堂四角及正中都摆放着电视屏幕，食客们一边大快朵颐，一边观赏巴西同智利的生死之战。当球员入场，国歌奏响，国旗飘扬之时，餐厅里的巴西人肃然起立，特别是我们身边一对身穿巴西球衣



的父子，神情神圣而庄严，右手放在心口，眼望屏幕，高声颂唱。把我眼热的哟，此时此刻，此情此景，俺们也想起个立、捂胸口、唱国歌啥的。可是国足那帮倒霉孩子不给俺们这个机会，郁闷之际，只得把盘子里的烤肉当成国足们身上的猪肉，狠狠地大嚼！

看完巴西之战的上半场，我们便急急匆匆赶往赛场，城市的街道空空荡荡寂静无声，形容万人空巷那是毫不夸张。传说中的马拉卡纳球场是世界上最大的体育场之一，改建之前能容纳20万人，作为1950年世界杯以及本届世界杯的决赛场地，马拉卡纳不仅创造了世界之最，还记录了巴西足球的历史。我们先坐大巴到球场外围，再坐电瓶车到球场附近，然后绕来绕去，攀高爬梯，走了十几分钟，连续突破七八道特警组成的封锁线，连我肩头的小包都被抽检了4次，直升机在空中盘旋，警车、消防车在路旁待命（有团员称还看见了坦克），全副武装的警察们如临大敌，让人在心里嘀咕：这是世界杯还是世界大战？

进入球场时间尚早，巴西智利之战被拖入了加时赛直至点球大战，于是大批球迷聚集在看台后面，席地而坐观看电视，我身边紧挨着4男2女，每当巴西点球射进，他们就抱在一起，欢呼着一起蹦高；当智利队点球射失的时候，这几位同样抱成一团蹦啊跳，我研究了一下，6个人抱成一团连续



不断地双脚离地，还真是个技术活儿，看样子不仅巴西队超一流，球迷的水准也不是盖的。当终场哨音响起的一刻，我的视线所及之处，简直像是一片沸腾的油锅，就连旁边可口可乐店铺里一群小姑娘都敲打着瓶瓶罐罐，欢呼呐喊，手舞足蹈，生意都顾不上了。

进入看台，四面八方铺天盖地的黄色，令人惊叹哥伦比亚球迷的水准如此之多，这架势简直是把马拉卡纳变成了他们的主场，而代表乌拉圭球迷的天蓝色阵营被挤压到看台角落。仔细辨认才发现，其实黄色方阵里大部分是巴西球衣，哥伦比亚纯粹是沾了队服的光。除了上述两种颜色以外，我们统一的白色T恤成为看台上醒目的第三方势力。后来在央视直播的电视画面上，能够清晰地找到北京现代观赛团所在的这一小片白色区域。

哥乌之战共计达到26脚射门，于是球门后现代汽车的广告牌颇为吸引眼球。据介绍，2002年借韩日世界杯之利，现代汽车成为韩日世界杯的官方赞助商，在这一届韩日世界杯期间，现代汽车赛场广告全球观看达400亿人次，消费者对现代汽车的品牌关注度提高了14个百分点，当年现代汽车的销售量上升超过30%，一跃成为全球六大车企之一。现代汽车从此正式开启了与FIFA的长期合作，此后的德国世界杯、南非世界杯，以及今年的巴西世界杯，现



代汽车都作为国际足联顶级赞助商出现。所谓顶级赞助商，其获得的都是黄金资源：世界杯期间，所有接送运动员、裁判的大巴上，都将在显著位置标记现代汽车的字样和LOGO。现代汽车提供的专供车型，也成为国际足联和许多贵宾的专用座驾。此外，足球场边的广告屏，新闻发布会等无一不是现代汽车进行营销的战场。现代汽车还同时包揽了FIFA除世界杯外，包括欧洲杯在内的所有相关足球赛事的官方赞助权，这一合作将持续到2022年。

作为现代汽车全球布局的中坚力量，北京现代不仅共享了现代汽车世界杯官方合作伙伴的资源平台，也传承了现代汽车的体育营销“基因”。2002韩日世界杯之年，北京现代正式挂牌成立；2006年德国世界杯，北京现代首次跃升行业排名第四，初步搭建起覆盖A0级、A级、B级、SUV四大领域的产品结构；2010年南非世界杯，北京现代在这一年跨入“200万辆俱乐部”，稳居行业第四；2014年巴西世界杯，北京现代跨越了“双百万”（年销量100万辆、累计产销量500万辆）的里程碑，成为继南北大众与通用之外第四个实现年产销达到100万的企业，开启了“从现代到未来”的最新品牌发展战略。北京现代品牌形象随着各项赛事得以迅速提升，同时其年轻、活力、进取、积极向上的企业内涵也被广为传播。



“小面”价买“大MPV” 风行菱智助推微客升级

本店招聘各种岗位，详见内稿

济南利航东风风行4S店，因业务扩大，急需招聘市场专员、行政专员、销售顾问、前台接待、修理工等若干名，有意者请电：0531-87501237。

随着社会经济的发展与转型升级，以及生活水平的提高，“小面”外观观伍、舒适性差、安全不足等缺陷逐渐遭到人们的诟病，微客车主的升级呼声日益高涨。

商务MPV销量冠军风行菱智，于行业内率先推出的小排量MPV产品菱智M3与菱智V3，秉承菱智经典MPV血统，以全面超越微客的全能优势和超高的性价比，成为微客车主一步到位的升级首选。尤其是菱智V3将起售价下探到5万元区间，与传统大微客、新型大微客等车型不相上下，但在外观形象、驾乘空间、动力系统、安全保障、舒适享受等方面都优于上述车型，让车主以“小面”的价格轻松拥有一辆正宗“大MPV”，在各方面都实现了质的升级，因而不断掀起抢购热潮。

随着微客车主一步到位置换“大MPV”热潮在各地的兴起，微客车企也竞相将MPV车型作为产品升级的目标，不仅外观、内饰的设计向MPV靠拢，而且在产品定位上也采用了“紧凑型MPV”、“多能商务舱”等MPV概念。从这个角度看，风行菱智的小排量MPV

产品已经成为加速微客转型升级的一个强力助推器。

据了解，菱智M3为1.6L，菱智V3为1.5L，这两款小排量MPV被业界称作风行菱智的“小排量双雄”。它们的推出是东风风行市场细分策略下的成功举措。东风风行研究发现，随着小微企业、私营业主不断崛起，他们对商务用车的外观、舒适性、安全性等都提出了更高的要求，传统轻客、微客已经无法满足他们的多重升级需求。另一方面，县乡镇基层政府机构、事业单位也希望购买能满足民生建设中各类需求的全能MPV车型，但传统MPV在售价和养护费用上又大大超出了他们的预算。在这样的需求趋势下，菱智“小排量MPV双雄”大获成功，销量持续走高，并推动菱智销量屡破万台，跃居MPV市场首位。

详询：
济南利航4S店 电话：85609911
地址：西外环与经六路交界口北100米路东
工业北路4S店 电话：88683311
地址：工业北路正元汽车城院内东侧
工业南路直营店 电话：88191398
地址：工业南路与化纤厂路交界口路南
章丘专营店 电话：83687788
地址：章丘市济青路仁爱医院斜对面

人生第一辆车本该如此 ——论广汽丰田致炫的全方位跨级实力

致炫，是广汽丰田首款专为中国年轻人量身打造的新车，它是一款介于A0级和A级车之间的“跨级时尚大两厢”。基于80后、90后已经成为中国车市的消费主力人群及他们对设计、空间、品质、油耗等诸多方面的需求，丰田研发工程师为致炫制定了“与首次购车者分享汽车梦”的开发理念，呈现出年轻人喜爱的炫酷气质及超越同级的品质感。无论从新车名字，还是从其时尚外形设计、超越同级车型的卓越产品力、亲民预订价格等，致炫都彰显出“年轻消费者人生第一款车”的特质。

外型彰显高级感

外观造型上，由于采用了炫酷的设计风格，致炫的外观造型辨识度极高：扁平的头灯具有极强的拉伸感，如双目炯炯有神；车标两侧延伸至保险杠两端的大跨度亚光线条，与保险杠底边一起，勾勒出一张硕大的“梯形大嘴”，极具张扬个性和视觉张力。并且，致炫内饰设计理念源自优雅的“丝巾扣”，简洁、明快，彰显高级感。而在空间方面，致炫充分考虑了中国年轻消费者小车选购上“喜大”偏好。它拥有4115×1700×1495mm宽大车身，轴距长达2550mm；后排空间前后距离663mm，确保了宽裕的腿部空间；行李厢空间326L，配合后排座椅的变换调节，可形成更大的平整化行李厢空间。

搭载全新动力系统

致炫搭载了丰田全新设计、首次量产的全新“NR发动机+i-Super变速器”动力系统。该系统最大特点是：提供了同级车NO.1的超低油耗、超级平顺性和非凡可靠性。致炫1.3L



手动车型可实现百公里5.5L的超低油耗，而1.5L自动挡车型也仅为5.7L。此外，致炫还厚道地全系标配高亮度卤素大灯、六向调节驾驶员座椅、EPS智能助力转向、全尺寸备胎等丰富配置。高配车型还拥有多功能方向盘、智能钥匙&一键启动、定速巡航等豪华装备。

特装版加料不加价

5月，广汽丰田更是向市场推出了致炫特装版车型——即“天际白”颜色车型将推黑色内饰版本，并进一步升级内饰软装，让质感大幅度提升。同时致炫特装版还增加白色后雨刮，不仅内饰升级，且加料不加价。致炫在外形、空间、动力、油耗、配置等方面优势明显，售价仅为6.98万-10.88万元，相比国内A0级市场上的竞争对手就显得相当平易近人。年轻人正处在人生的奋斗阶段，致炫超低的售价使得他成为“年轻消费者人生第一款车”的第一选择。

购车免费游韩国

尤为值得一提的是，现在上网订购致炫，还可以参加抽奖免费游韩国。今年致炫出征CTCC中国房车锦标赛，首站便夺冠。而在8月24日，致炫将征战CTCC韩国站。这是CTCC首次在海外开赛，所以格外引人注目。为此，广汽丰田开展抽奖活动，招募致炫车主赴韩国观赛旅游。即日起至7月30日，消费者只需扫描下面二维码或者直接登录广汽丰田天猫旗舰店，以及广汽丰田唯品会官方店，订购致炫并且成交，就可以凭发票参加抽奖，赢取韩国四天三夜免费观赛游的机会。并且每一位车主都可带一名朋友或家属同行，机会不容错过。（阿亮）



广汽丰田天猫旗舰店二维码



广汽丰田唯品会官方店二维码