

# 品质才是车企发展长远之道

## 第四届中国汽车营销峰会在乌鲁木齐顺利举行

6月29日—7月2日,由新中国主流媒体汽车联盟主办的“第四届中国汽车营销峰会”在新疆乌鲁木齐顺利举行。30多家汽车品牌代表与26家主流媒体代表对汽车营销如何做好“互动、跨界、体验”等话题作了探讨交流。此次峰会也正式启动了2017年度中国年度汽车总评榜的评选工作。



春霞则提到了对媒体的新期望:“我们也用过网红直播的方式,但这种方式对营销结果无感,所以今年更关注媒体线上传播和线下活动的结合。”广汽丰田的黄恒也表示,他们更关注媒体在开放平台上的参与度。

### “车坛奥斯卡”开幕 年度总评榜今再来

本次峰会上,主办方代表宣布2017中国年度汽车总评榜的评选工作正式启动。中国主流媒体汽车联盟成立于2004年,联盟成员均为国内重点城市主流媒体,包括广州日报、北京晚报、齐鲁晚报等23家媒体,日发行量千万份以上,读者覆盖了中国90%以上的汽车消费市场,对推动中国汽车普及、引导理性消费,具有不容忽视的强大影响力。在2016年吸收新媒体成员后改组为中国新主流媒体联盟。

而有着“车坛奥斯卡”之称的中国年度汽车总评榜,是由联盟单位联手启动,秉承公平、公开、公正原则,由全国消费者进行票选,先由联盟各单位组织地区分榜,进而从全国分榜汇集而出的人围名单中,经最终票选产生各项年度大奖。十几年来,它已经成为国内最权威和最具影响力的汽车价值评价体系。

本报记者 张子森

### 正向研发:注重品质 才是中国品牌汽车之路

2017年上半年的车市与往年有些不同,一个明显的变化就是中国品牌在车市中的话语权增强,不仅在SUV市场强势出击占据销量榜的前列,也不再像过去那样被迫应对,开始主动挑起价格波动。更关键的是中国品牌车型增长的不仅是销量,同样提升的还有产品品质和消费者的信任。

这一点与会的车企不约而同地多次进行强调。东风启辰市场部部长熊发明就表示,

价格战虽然是不可避免的,但从长期看品质应该是车企最应该坚持的东西,所以启辰的“匠心匠品”就是要用工匠之心打造足够优良的产品品质。华晨汽车销售副总景瑶认为打价格战是没有前途的,正向开发才是中国品牌最应该坚持的方向。

比亚迪汽车销售副总杜国忠则强调对市场研究的重要性,他回忆了比亚迪在进入日本市场时所做的准备:比亚迪从2005年开始研究日本市场,一直到2015年才正式进入。不过,对于中国品牌汽车目前过于倚重SUV产品,车企方面显然也是有着清醒的判断,熊发明就拿启辰举例,启辰的产品体系比较全面,但销

量的70%都是SUV。

此次峰会上与会企业代表的发言也透露出车企对中国汽车消费理念逐渐成熟和升级的判断和认知。广汽丰田公共总监黄恒认为车主会更关注品质,更在意“里子”的东西,汽车营销的本质就是产品的“里子”。北京汽车市场部长李磊也印证了这一点,他表示北汽的接下来的产品都会更注重品质提升,比如在萨博技术和奔驰技术支持下的二代产品D50,“北戴合”计划在上一代奔驰E级平台上的产品V21。

### 粉丝量只是开始 媒体应更开放更易读

今年的车市和往年更加

明显的不同就是准车主更年轻,其接受信息的方式更加多元和科技化。在这种形势下车企该如何选择自己的宣传方式,媒体又该如何适应这种新的传播方式?

东风日产公关科长岳超就表示,整体客户年轻化后互联网+媒体成为最迎合年轻人阅读习惯的存在。但这类媒体的海量出现也让车企和阅读者增加了媒体选择的困难度。对消费者和车企而言,媒体应该有明晰的标签,以方便选择和阅读。对媒体而言,粉丝量只是开始,如何形成自己的独特风格并被阅读者接受才是关键。

一汽丰田企划部部长杨

**金万通集团**  
JIN WAN TONG GROUP

**BORGWARD**  
宝沃汽车

# 宝沃半价购 2年0利息 交10000抵20000

指导价: 16.98万-30.28万

**德国品质 终身质保**  
German Quality Lifetime Warranty

**BX7** 德国宽体智联SUV  
Germany, since 1919 德国宽体智联5/6/7座SUV的最佳选择

济南金万通宝沃4S店  
电话: 0531-58538000 地址: 济南市槐荫区经十西路3566号

济南金万通宝沃匡山4S店  
电话: 0531-68819881 地址: 济南市槐荫区济齐路267号

济南金万通宝沃工业南路4S店  
电话: 0531-68816811 地址: 工业南路与奥体西路交叉口东北角

## 上半年广汽本田 销量同比增长13.9%

日前,广汽本田官方公布2017年1-6月销量成绩:累计终端销量337,326辆,同比增长13.9%。其中,雅阁(Accord)与缤智(VEZEL)上半年累计终端销量分别为76,425辆与71,092辆,成为销量贡献主力车型;冠道(AVANCIER)、飞度(FIT)也以领先同级的销量表现,成为上半年优异成绩的重要助推车型;广汽Acura方面,首款国产战略车型CDX延续了上市以来的良好势头,助力广汽Acura上半年销量达到6,500辆,同比劲增442%。目前,CDX累计销量已突破11,000辆,成功扩大了品牌在中国高端车市场的占有率。

作为广汽本田最重要的旗舰车型之一,雅阁(Accord)家族今年5月实现中国市场终端销量突破200万辆,成为首款迈入200万辆俱乐部的日系中高级轿车,上半年终端销量累计76,425辆,同比劲增56.7%,继续保持中高级轿车销量前三甲位置。其中,新雅阁(Accord)锐混动上半年销量5,529辆,且创下连续4个月销量破千、连续7个月稳居中国中高级混动车型销量冠军的优秀记录。

最潮SUV缤智(VEZEL)上半年累计销量71,092辆。其中3月上市的缤智(VEZEL)1.8L CVT两驱智享版,新增部分实用配置和内饰,以更具时尚潮流魅力获得消费者青睐,助推缤智(VEZEL)持续领跑同级别SUV市场。

被誉为“平民超跑”的飞度(FIT),创造出上市三年销量33万的出色成绩。今年飞度(FIT)延续“潮玩”概念,打造FIT DAY玩创节,赢得大

批忠粉,6月终端销量成绩破万辆,上半年累计销量53,459辆,稳居合资品牌小型车市场销量领军地位。

作为广汽本田首款大型豪华SUV,冠道(AVANCIER)自上市以来就以超越同级的尖端产品力造就“技术豪华”的形象,成为大型SUV市场的价值新标杆,其领先同级别的动力操控性能和豪华舒适配置得到了消费者的广泛好评。冠道(AVANCIER)370TURBO、240TURBO上半年终端销量突破30,759辆,且订单已在6月18日突破5万辆。

凌派(CRIDER)1-6月实现销量48,065辆,同比增幅达12.4%,上市4年来,凌派(CRIDER)凭借领先的动力性能、出色的驾驭操控以及精准的市场定位,累计销量已突破50万辆,成为细分领域中成长势头强劲、增速最快的主流车型之一。6月30日起凌派(CRIDER)50万辆纪念特装车已在广汽本田全国各授权经销商店开售。

作为高端汽车品牌,广汽Acura凭借先进科技、豪华配置与非凡动力等产品优势,CDX自去年上市以来累计销量已突破11,000辆,实现销量和口碑的双丰收。为进一步满足中国消费者多元化用车需求,广汽Acura在4月举办的上海国际车展带来了旗舰SUV车型MDX SPORT HYBRID和第二款国产战略车型TLX-L Prototype。随着旗舰SUV车型MDX SPORT HYBRID在6月份上市,Acura在中国的产品投放计划正在有条不紊地实施,不断丰富产品矩阵将为广汽Acura在下半年的持续快速增长提供强劲动力。