



名车、名企、名胜 跨界融合

6月14日,山东新速度——2019齐鲁晚报“名车·名企·名胜”济宁站活动圆满举行,走进农业产业化国家重点龙头企业——樱源食品。本次活动由齐鲁晚报·齐鲁壹点主办,携手上汽荣威、上汽大众、北京现代三家知名汽车品牌共同走进,并与济宁本土风景名胜、美食等地方特色形成多点互动,创新性实现了以点带面式营销互动、多点位传播的大胆尝试。与此同时,本场活动也得到了樱源食品的大力支持,现场到场企业职工及家属达到600人,是一场生动有趣的夏季文化送福活动。活动现场订单成交数量过百台,通过此形式,为车企打造了“汽车下乡”的新平台,拉动了山东地域三四线城市车市发展。

活动现场请到山东本土深受消费者喜爱的综艺大明星前来助阵,精彩绝伦的演出节目、生动有趣的互动引得现场观众的阵阵掌声与喝彩。多个车企共同参与,为企业员工提供更多购车选择;多个企业共同参与,强强联合,企业文化交流和品牌精神的传递不仅为企业间建立交流、共赢的平台,也加深了消费者对品牌口碑的传播与信任。

本次活动,主办方携手荣威汽车走进济宁地区峄山,成功将汽车与当地风景名胜相融合,形成“网红打卡”式营销新热点。通过此形式,将汽车自驾游这种生活方式成功与景区目前的定位相互结合,“随着峄山旅游的不断发展,如今自驾游客越来越多了,自驾客成了我们这客源的‘主力军。’”据峄山风景区营销信息中心主任神方广介绍,峄山正进一步丰富产品业态,着力打造自驾游精品目的地。

我们采访到了参与到本次活动中的各方人士,聆听他们对山东发展新速度的解读,让我们更加知道,未来,路在何方?

上汽大众山东销售服务中心市场副总梁峰:
将最实惠的政策回馈给消费者

名车进名企系列活动,使当地企业员工既享受到家门口买车的便利,又可以拿到专属企业购车政策的实惠,真正做到省钱、省心、省力。车企进入地方名优企业的同时,扩大了自己的品牌传播渠道,借鉴学习不一样的企业文化。名车进名企实现了企业间的异业联动和文化交流,对双方都是互惠共赢的好事。现阶段,四五线城市的汽车市场潜力巨大且亟待挖掘。借助此活动,车企有了产品和渠道延伸的机会,在“汽车下乡”道路上找到了新的平台。



上汽大众全新一代朗逸

**展现山东新风采
献礼新中国成立70周年**

山东新速度

2019名车·名企·名胜

主办: 齐鲁晚报 齐鲁壹点 协办: ROEWE 荣威 上汽大众 北京现代

新速度 新模式

助力汽车下乡新平台

2019年,是新中国成立70周年。70年间岁月熔金,流光溢彩。“俱怀逸兴壮思飞,欲上青天览明月。”正是几代人星夜兼程,奋扬前行的努力,让齐鲁大地呈现出一派繁荣祥和的景象。今年,是山东新动能转换进入全面验收的一年,也是名副其实的“实干之年”。如何全面展现新山东的发展速度?应该到一线去,到前沿去,到产能不断蓄积,奇迹正在发生的地方去。为此,齐鲁晚报·齐鲁壹点策划了一档全新的融媒栏目:“山东新速度”——2019“名车·名企·名胜”大型品牌跨界融合汇。车企、名企、景区多点互动,玩转营销新模式。以最新的视角、全面丰富的传媒手段,来展现新山东的风采。

▶ 汽车与当地风景名胜相融合

▶ 车企在企业内部展车

国五清库销售期间,上汽大众推出了相应的优惠措施,诸如全系首付2成、保险、置换、保养补贴、减税免税等特惠政策。我们也想通过名车进名企平台,将目前最实惠的政策回馈给消费者。山东汽车市场已步入稳定调整期,消费者购车更加理性、并呈现消费升级趋势。这里的升级不仅代表客户对产品需求的升级,还包括对品牌及服务的延伸诉求升级。产品力表现上,上汽大众已完成了SUV系列的全面布局。

在品牌服务方面,上汽大众将继续强化打造“Techare 工匠心诚挚”服务品牌,通过车主关爱季、逸享车救援等一系列活动,提供更专业更周到的服务,为每一位齐鲁车友保驾护航。

上汽荣威山东大区市场经理 王锦涛:
深耕更精准的营销阵地

截止5月,上汽荣威在山东累计销量实现了同比增长,市占率更是有较大提升。今年的市场很艰难,而且又遇到国五国六切换,但是我们有信心

战胜险阻。上汽荣威响应政府号召,5月1日-6月30日期间推出了“30亿补贴·打响蓝天保卫战”的活动,品牌拿出30亿资金补贴。在此期间购车的客户,在4S店最终成交价的基础上最高可额外享受15000元的补贴。上汽荣威的国五车辆销售工作在相关活动政策的推动下已经达到预期效果。优惠的补贴政策,对客户来说是个获取巨大实惠的机会,对荣威来说是个销量提升的机会。



上汽荣威 i6 PLUS

目前车企找到客户的主要渠道还是靠垂直平台,外拓外拓。走出去,沉下去,提上来。守着展厅是没用的,一定要加大外拓外拓的力度,把巡展巡游扩散到县乡,并通过当地二网进行深耕。和异业的合作让我们找到一个更精准的阵地,更精准的定位客户群体,并对营销阵地进行深耕,可以有的放矢的找到潜在客户;另外一方面,通过更深层次的合作能相互利用各自渠道优势为品牌做宣传和集客。客流引进来后,留不留得住,展厅环境很重要,销售能力很重要,这两个方面要下狠功夫提上来。

北京现代山东鲁西区域经理 徐阳:
活动升级助力“现代速度”

自2018年起,北京现代山东区域就跟齐鲁晚报达成战略合作,推动“名车进名企”品牌宣传活动。借势齐鲁晚报及企业的影响力,北京现代在山东本土的品牌美誉度得到提升。在品牌推广与销量上,我们收到了满意的答卷。就汽车市场而言,由于一二线城市新车消费增长逐渐放缓,渠道下沉的机会越来越受到行业关注。四五线城市将是未来几年中国汽车增长的主要动力,但渠道下沉这条路没有这么好走,四五线城市的战略布局和利益结构都和一二线不同,只有精准了解其需求和特点,车企才能既做到渠道延伸又获得利益增长。



北京现代第四代胜达

今年,名车进名企活动继续升级,我们将继续借助此次活动平台,与地方企业的深度合作,充分利用好企业的地域优势,互惠共赢。北京现代进入了千万用户时代,用16年的时间书写着令人瞩目的“现代速度”。在强大的产品力与社会责任感的支持下,北京现代将不断坚守匠心,为用户带来更智慧、更舒适的用车体验,相信,大家会看到北京现代的“山东新速度”。

有一种速度叫“山东新速度”。让我们乘着山东新旧动能转换之际的东风,向新中国70周年献礼,也为山东新速度加油,撸起袖子加油干,勇敢奔向心中的诗和远方。