

“济青高速收费应南降北涨”

专家建议北线提价25%、南线降25%
认为价格杠杆可化解“南冷北热”尴尬

A06、A07 壹读



雪野湖打造地中海式度假
B05-B08 玩周刊

纠风行动
本报热线：96706
A04、A05 壹读

东阿交警大队长被停职
鄄城叫停“株连式拆迁”

今日本报A叠32版、B叠8版、C叠28版、D叠8版、T叠4版，共80版 本版编辑：王娟 美编：牛长婧 组版：陈华

真心诚意：成就年轻人的汽车梦

广汽丰田小型车战略“亮剑” 致炫6.98万元起震撼上市

车型	1.3自动版 (MT)	1.5自动版 (MT)	1.5自动版 (AT)	1.5S自动版 (MT)	1.5S自动版 (AT)	1.5S混动版 (AT)
售价(元)	6.98万	7.48万	8.28万	9.58万	9.98万	10.98万

11月20日，广汽丰田“Startime星主角 新时代”致炫发布会在广州隆重举行。丰田致炫“专为中国市场量身打造”的“跨界时尚大两厢”致炫，正式公布其官方售价：6.98-10.98万元。新车将于12月下旬陆续到店。

致炫这一极具冲击力的价格，一经发布，现场就爆发长时间的掌声。而在此前备受公众期待的7位致炫明星代言人也终于在此正式露面——金志文、陈楚生、江映蓉、杨钊野、多亮、耿豪、毕夏，这组当今歌坛的领军人物齐聚一堂，即引发观众尖叫连连。

致炫领衔 广汽丰田小型车战略正式“亮剑”

鉴于“与首次购车者分享拥有汽车梦想”理念开发的两厢小车致炫，其价格发布和上市，具有自航性意义。它拉开了广汽丰田进军“以年轻人为主的中小型汽车市场”的大幕。

广汽丰田执行副总经理李理表示：“过去近十年里，广汽丰田凭借先进的工厂、卓越的产品、创新的经

营，成为中国汽车行业后起之秀。现在到了广汽丰田‘亮剑’小型车的时候。致炫的卓越价值，体现了广汽丰田对消费者的真心诚意，也体现了我们对小型车市场志在必得的决心。”

对此，市场也给出了一份漂亮的成绩单：在拥有近百个品牌的小型车战场上，致炫凭借其跨界时尚的造型、近乎A级车的大空间、领先同级的超低油耗等优势，从9月1日接受预订至今，在没有实车、没有大量广告的情况下，短短2个多月就收获了近万个订单！

内外兼修 打造两厢小车高“质价比”新标准

作为广汽丰田战略级重点车型，致炫凭借霸气十足的前脸、犀利的高大灯、俊朗的车身腰线、前卫的最厚式车顶，让许多年轻人一见倾心，并且赢得了“2013北京国际设计展—汽车设计大奖”。致炫在空间上也具有同级优势：4115×1700×1495mm的高大车身尺寸，长达2660mm的轴距，326L的高大行李厢空间，其整体空间已跃升A级

车水准。

致炫在动力、低油耗等内在品质上，也让人惊喜不断。致炫采用了丰田全新“NR发动机+4-Super变速器”动力系统。NR发动机具有高功率输出、高压缩比、高扭矩低转速“三高”优势。由于气阀体、进气管、排气管、油底壳均进行轻量化处理，形成“四轻”特性，使发动机重量进一步降低。这些技术改善和创新，使NR发动机具有低油耗、低摩擦、低噪音、低震动、低排放等“五低”优势。资料显示：致炫1.5L手动车型可实现百公里6.6L的超低油耗，而1.5L自动挡车型仅为6.7L。这一数据即使某些以节油为立身之本的涡轮增压车型，也难以企及。

打破常规 以创新营销焕发品牌活力

致炫是广汽丰田年轻化、营销创新的起点。首先，广汽丰田与盛大音乐强强联手，推出致炫主题曲《Beautiful Light》，接着启动声势浩大的“致炫盛大音乐狂欢节”全国巡演。另外，广汽丰田还



名赞助了国际流行音乐小天王贾斯汀·比伯中国区巡回演唱会。而在“2013年广汽丰田广州国际马拉松”中，致炫则以迷你越野引导车身份亮相。结合年轻人喜爱的音乐和体育赛事，致炫迅速拉近与年轻消费者之间的距离，赢得越来越多年轻人的喜爱。

在销售政策上，广汽丰田还专门为致炫量身打造了“致炫客户基金”和“管家新计划”。一方面，订购致炫的消费者，从订车日起到交车日，每天都可以享有20元的基金储备用于抵扣车款；另一方面，凡是在1月31

日前下订单的用户，只要在店投保致炫专属保险，就可以享受广汽丰田TOYOTA渠道提供的包括单独车损万元以下当天赔付、全国免费救援等多项专属服务。

身为广汽丰田小型车战略的排头兵，致炫这一系列创新营销，折射出广汽丰田在营销思路上的革新与转变。无论是车型设计，还是定价策略，致炫这款车都显示出强烈的“接地气”特点。无疑，致炫将成为广汽丰田进军小型车战略、重塑小型车市场格局、乃至奠定未来10年市场地位的里程碑产品。（晚斐）