

“卷福”中国首秀成功挑战名爵锐腾“8秒破百”

4月11日，MG名爵品牌在与其同年龄的英国经典设计建筑上海邮政博物馆举行“魅力·绽放”品牌之夜盛典。活动现场，MG名爵尽显英伦风范，旗下车型传承UK Design英伦气质，并融入高性能与全新科技，完美诠释“My Glamour魅力·绽放”的品牌精髓。“高性能中级SUV”名爵锐腾的代言人——英剧《神探夏洛克》的男一号，英国国际影星“卷福”本尼迪克特·康伯巴奇也来到现场，证言名爵锐腾“8秒破百”的出色性能；《我是歌手》第三季的“摇滚女皇”谭维维，用她“刚柔合一”的歌声将大家带入美妙绝伦之境。

当晚，英国大使馆文化教育处文化教育公使艾琳女士揭晓“2015

中英文化交流年”唯一官方指定用车为MG名爵品牌旗下SUV车型名爵锐腾，并表示双方将携手在促进中英文化交流中让更多的人体验到英伦汽车的魅力。

高性能产品打造独特魅力

与流行比快，MG名爵总能先人一步，与经典共舞，MG名爵魅力永不褪色。在品牌之夜上，MG名爵发布了全新的品牌定位和品牌口号“魅力·绽放”，MG名爵将以英伦基因，不断创造顺应时代的独特个性和风格，在运动的动感中表达纯粹乐趣，让消费者感知对生活的自信与激情，绽放魅力。

走过了91年的岁月，如今，始于英伦的经典汽车品牌在中国焕发

异彩。未来，MG名爵品牌将形成全新一代产品矩阵，引领品牌攀升并实现超越。根据全新的品牌定位，MG名爵将洞察中国新生代消费群体的用车需求，精准提升产品表现，持续推出富有原创英伦设计、搭载上汽全新一代高效动力总成的高性能车型，同时，在个性化的娱乐系统、车联网应用方面为年轻消费者打造纯粹的乐趣，以独具魅力的产品让消费者在驾驶中感知对生活的自信与激情。MG名爵品牌还将打造MG改装文化并适时推出改装品牌；开发设计可改装或定制的有专属标识的部件；开展年度MG赛道体验专属活动、积极参与国内国际大赛，让消费者深刻地感知MG名爵品牌的“独特魅力”。



明星挑战锐腾“8秒破百”

“时尚女王”李艾、“果郡王”李东学、《平凡的世界》孙少平扮演者袁弘，《我是歌手》第三季“摇滚女皇”谭维维，都参加了“名爵锐腾 8秒破百”明星挑战赛。在4月11日下午举行的“名爵锐腾 8秒破

百”明星挑战赛中，“卷福”化身热血赛车手帅气亮相，向零到百公里加速发起挑战，亲身验证了“8秒破百”的加速性能。

(潘令蛟)



聚焦齐鲁车展

2015款长安悦翔V3上市

4月11日，2015款长安悦翔V3在临沂举行了隆重的区域上市仪式，并于沂蒙山风景区展开了新车试驾活动，获得到场观众和媒体朋友的一致好评。长安悦翔V3是长安汽车针对入门级家轿市场的最新消费趋势，凭借全球研发平台和严苛的制造、验证体系，历时3年打造而成的经济型三厢家轿。该车搭载长安汽车自主研发的1.3L全铝发动机，最大扭矩为121N·m，最大功率为69KW，城市路况的综合油耗为5.6L/百公里，作为中国品牌入门级家轿的佼佼者，悦翔V3自上市以来凭借其出色的性能、丰富的配置和卓越的经济性博得了年轻消费者的喜爱。与此同时，更是为年轻人传达了一种新的生活主张——幸福需要“型动力”！



广汽传祺GS4山东首秀

齐鲁春季车展期间，中级SUV广汽传祺GS4首秀山东，引发了媒体和众多消费者的关注。据了解，这款基于广汽传祺全新A级平台打造，精劲时尚设计完美诠释了国际化设计与中式审美融合的光影雕塑2.0造型设计美学，车身比例匀称流畅，高端气质跃然而出。在齐鲁春季车展上，传祺GS4的惊艳亮相不仅吸引了众多主流媒体的争相报道，亦引来不少消费者的青睐。其中一位消费者当场感叹：“传祺GS4无论是油耗、外观、动力、配置、空间、品质方面都是我一直渴求的车型，这款车型很值得期待”。



东南汽车举行V5双车上市试驾会

4月9日，东南汽车V系全新V5 plus、V CROSS以“我是热点”为主题，于齐鲁车展拉开上市发布会暨媒体试驾会序幕。V5 plus售价区间为7.69-10.59万元，以全新立体雕塑外观、质感内饰、宽式空间三大核心升级，打造V系越级品质车型。V CROSS以5款车型打入跨界车市场，售价区间为7.99-9.79万元，凭借兼有潮流个性与实用性，成为跨界车市场的新风尚。



2015款海马丘比特齐鲁车展首发

4月11日，2015款海马丘比特在齐鲁春季车展首发亮相。此次上市的车型分为1.3L和1.5L两个排量共三款車型，售价区间为4.99万-6.39万。2015款丘比特基本保持了现款车型的设计，并在车身涂装上增加了魅惑橙和魔法绿两种颜色，2015款将搭载1.3L和1.5L两款发动机，其中1.3L发动机最大输出功率为97马力，峰值扭矩121牛·米，1.5L发动机最大输出功率112马力，峰值扭矩140牛·米，传动系统匹配5速手动和AMT变速箱。



五菱宏光S“超值版”上市

4月8日，7座车五菱宏光S再推两款“超值版”车型，宏光S 1.2L基本型和宏光S 1.5L基本型，售价分别为4.88万元和5.18万元。新车型的推出，不仅将宏光S的在售车型数量升至9款，价格区间扩充至4.88-7.93万元，同时也降低了消费者购买宏光S车型的门槛，不足5万元的起售价格，让产品更贴心，让价格更给力。截至2015年3月31日，五菱宏光、宏光S累计销量已接近200万辆，上市五年来销量始终保持跨越式增长，相信随着宏光S“超值版”的推出，宏光全系产品又将开启新一轮销售热潮。



“华北战略”成效初显

专访一汽丰田华北大区总监 韩镭飞

2015齐鲁春季车展前天，在一汽丰田媒体沟通上，韩镭飞向本刊记者展示了“华北战略”的成果：在山东市场上，一汽丰田市占率从1.6%上升至2.7%，增长163%。

2014年7月，一汽丰田“华北战略”率先在山东与河北两个市场开始。在这个规划中，一汽丰田着眼于以小型车为重点的产品结构重建，借助全新威驰与第11代卡罗拉上市契机，针对全国最大汽车市场华北而导入的规划。

韩镭飞告诉记者，依托威驰与卡罗拉两款小型车产品，这一战略主要体现在以下4个层面：第一，通过拓展广宣渠道、改变广宣思路、提高广宣深度与广度，从而提升品牌认知度；第二，通过强化市场活动，坚持“走出去，走下去”的方针，践行行销思路，实现展厅销售和户外销售双赢，相关数据显示，2014年“华北战略”中共进行大小车展多达855次，其中670次为以县

乡镇市场为代表的巡展活动。第三，在这份“战略”中，一汽丰田还进行了网点强化，新增分店32个，合作二级网点103家，通过强化现有网络能力与开拓并管理二级新网络，延伸销售触角，扩展市场终端覆盖，同时导入店铺新形态，调整建店标准，比如新增mini 4S店，降低见店投资标准等。第四，强化商务促销政策，制定山东专属商务政策，提升经销商经营能力和竞争意识。

从去年7月导入到年底，在短短半年时间内，一汽丰田在山东市场实现了小型车市占率大幅提升，从10月份5家，到12月18家经销店加入到威驰月销百台俱乐部行列。同时，大大提升经销店收益，增长经营信心。

此外，据韩镭飞介绍，2015年，一汽丰田继续在山东与河北推进“华北战略”，并新增山西与河南两个市场。当问及今年山东市场目标时，韩镭飞信心满满，“比去年再翻一番”。

“特供”齐鲁，诠释江淮“敬客经营”

专访江淮乘用车营销公司山东分公司

总经理 黄长江

811台的销量，江淮在齐鲁春季车展上一战成名。从1000辆齐鲁车展“特供车”驰援山东，到丰富的展台活动与红包派送，出色的销量与精彩的营销密不可分。在2015齐鲁春季车展现场，江淮乘用车营销公司山东分公司总经理黄长江做客直播间，向山东车主展示一个全新的江淮品牌。

4月7日，江淮汽车在其总部合肥举行齐鲁车展“特供车”发车仪式，携三大冠军车型——“中国高端MPV销量冠军”瑞风M5、“小型SUV销量冠军”瑞风S3、“2014CRC拉力赛年度总冠军”和悦A30，及两款新品瑞风M3、第二代瑞风S5亮相，并针对以上车型推出增配不增加的促销政策。同时，星锐M419则以优惠1.6万元、成交价11.38万元特供齐鲁车展。

据黄长江介绍，山东历来是江淮非常重视的销售市场，而江淮以“特供”车型回馈消费者并非首次。去年10月，在瑞风S3全国热销、各地现车告急的前提下，江淮依然特别拨出了一批“特供”现车，驰援山东市场，并举行了气势恢宏的千台交车仪式，在当地传为一时佳话。今年春节期间，为了缓解订单客户用车的燃眉之急，江淮在山东、河南、安徽等多个地区交付多达5000台瑞风S3，以满足用户在春节开上新车的心愿。

“对江淮来说，以‘特供’车型提升销量并非首要任务，更重要的是秉承敬客经营的理念。黄长江表示，“急客户所急”，不仅提供更优秀的产品，让用户真正享受汽车生活的便利，同时也以更迅速、更贴心的服务让用户感受江淮的关怀。