

买车正当时

# 致炫凭超强“质价比”轰动上市

2014春来早,买车过年正当时。作为丰田首款专为年轻人量身定造的跨级时尚大两厢,致炫于12月24日在全国正式到店上市。凭借6.98万-10.88万元的亲民价格,时尚的外观、近乎A级车的大空间、超强动力、低油耗、高安全等优势,致炫甫一发布就深受媒体和消费者的关注和期待。如今正式上市,厂家更推出系列购车政策,难怪致炫成为年底消费者买车过年的重点考虑。

据了解,致炫上市当天正值圣诞平安夜,广汽丰田在广州、北京、深圳、杭州、成都、南京、沈阳、济南、郑州等全国30多个城市,举行了致炫上市的圣诞派对活动,众多消费者和媒体人士,一同见证了致炫上市带来的魅力。活动现场气氛热烈,当地不少80、90后年轻人还专门过来看车和体验,现场订车的人也不少。致炫本次特别的上市形式,让全国消费者感觉耳目一新,可以说这是广汽丰田营销创新中的又一种新举措。

## 内外兼修优势出众 超高质价比让人心动

作为广汽丰田推进小型车战略的“头号作品”,致炫拥有“看到第一眼就爱上它”的个性外观、越级空间、充沛动力、超越同级的低油耗,以及丰田享誉全球的可靠耐用品质等“显性优势”;同时也具有在安全、操控、舒适、服务等方面的“隐性优势”,体现出了小型车内外兼修、难能可贵的超强“质价比”。

在消费者关心的车型外观方面,致炫拥炫酷而大胆的设计:霸气十足的“大嘴”前脸、凌厉的鹰眼大灯、俊朗的车身腰线、前卫的悬浮式车顶,使车型形象拥有极高的辨识度。致炫这些出众的设计,不仅让年轻人一见倾心,更为

其赢得了“2013北京国际设计周-汽车设计大奖”。

动力方面,致炫采用了丰田“NR发动机+i-Super变速器”全新动力系统,动力、操控、低油耗等内在品质,让年轻消费者惊喜不断。资料显示:致炫1.3L手动车型可实现百公里5.5L超低油耗,而1.5L自动挡车型也仅为5.7L。

值得一提的是,致炫与凯美瑞共线生产,拥有丰田享誉全球的高品质保证。其高安全性,完全可以满足我国C-NCAP五星标准要求;行人保护能力,更是达到欧洲E-NCAP五星水准。致炫的GOA车身100%采用高强度钢板,其前防撞横梁更是采用了从瑞典进口的抗拉强度高达1300Mpa的超高强度钢板,为同级车中最强。不同于竞争车型,致炫车门采用与高档车一样的独立门框与外板拼焊方法做成;所使用的螺栓螺母100%进口而来,抗疲劳度和安全程度显著增强。致炫有尾部横梁,大多数同级车没有。其门内防撞杆抗拉强度高达惊人的1600Mpa以上,不仅同级车中所罕见,而且中高级轿车阵营中也相当罕见。并且,致炫全系车型装备了ABS防抱死制动系统、EBD电子制动力分配系统、BA刹车辅助系统等主动安全系统,足以应付日常安全行车需求。



## 开展创新营销 贴合年轻气质和喜好

致炫是广汽丰田年轻化、营销创新的起点。今年以来,致炫结合年轻人喜爱的音乐、明星、体育盛事等流行时尚,推出各种创新营销活动,让车型品牌焕发年轻、时尚活力,赢得越来越多年轻人喜欢。

首先,广汽丰田与恒大音乐强强联手,推出致炫主题曲《Beautiful Light》,该歌曲呈现了当下年轻人在奋斗过程中乐观、勇敢、无畏的青春力量,一经推出,连续两期占据中央人民广播电台音乐之声“中国Top排行榜”榜首位置,在北京音乐广播的“中歌榜”,也连续数周名列前茅。接着,启动声势宏大的“致炫恒大星光音乐节”全国巡演。该巡演今年会在全国25个城市进行,持续三个多月,覆盖人次预计近百万。另外,广汽丰田冠名赞助了国际流行音乐小天王Justin Bieber(贾斯汀·比伯)中国区巡回演唱

会,在北京、上海、大连掀起了一股致炫潮流风暴。而在“2013年广汽丰田广州国际马拉松”中,致炫则以迷你赛引导车身份亮相,彰显“挑战自我,超越极限”的马拉松精神。为了让更多年轻人能够第一时间体验致炫的魅力,广汽丰田还将与神州租车进行联合营销,开展致炫租车服务及试驾活动。

## 多重优惠惊喜不断 7天7夜免费抢致炫

除了拥有超高质价比、车型营销极具年轻时尚魅力之外,广汽丰田为致炫打造了多重购车优惠政策。目前订购致炫可享受“致炫客户基金”和“倍安新计划”带来的实惠:订购致炫的消费者,从订车日起到交车日,每天都可以享有25元的基金储备用于抵扣车款;凡是在2014年1月31日前下定单的用户,只要在店投保致炫专属保险,都可以享受广汽丰田TOYOTA渠道提供的包括单纯车损万元以下当天赔付、全国免费

救援等多项专属服务。

另外,广汽丰田还推出“好易GO”金融方案帮助年轻人购车。凡是2014年1月31日之前,在指定银行办理贷款购买致炫的消费者,申请1年期的可享受0手续费优惠,申请2年期及以上的可享受减免2000元手续费的低费率优惠。

此外,12月24日零点,广汽丰田天猫官方旗舰店(toyota.tmall.com)正式上线,并推出多种网上抢购新车及抽奖活动。

## 人气小车正式到店 市场前景值得期待

随着新车上市“圣诞派对”活动在北京、深圳、杭州、成都、南京、沈阳、济南、郑州等全国各大城市同步开展,致炫在12月24日圣诞平安夜当天,全国到店正式发售。可以说,随着致炫这款兼具过人产品品质和亲切价格新车的到来,国内不少80、90后新一代年轻消费者,将能更好地实现拥有汽车梦想。

据悉,从今年4月上海车展全球首发,8月新车发布和接受预订,11月发布价格,12月正式到店上市,致炫就深受期待,同时也取得了出色的市场表现。致炫从9月1日接受预订至今,在没有现车、没有大量广宣的情况下,其订单量已经超过15000辆,拥有了可观的“粉丝”量。

业内人士表示:致炫是广汽丰田角逐“以年轻人为主的小型车市场”的战略车型。无论是外形、空间、油耗、配置,还是价格,它都很对年轻用户的“胃口”。而随着致炫年轻用户群的逐步扩大,小型车市场的格局即将发生改变,广汽丰田也会藉此收获大量底盘客户,为其旗下中高端车型的发展,夯实强大的能量和基础。(宇轩)

# 润华集团·山东省第十二届汽车文化艺术节 打造润华老友 尊享的专属盛惠



12月中旬,随着“润华老友大联欢”的结束,润华集团·山东省第十二届汽车文化艺术节也圆满落下帷幕。本届汽车文化艺术节从11月22日启动,前后历时一个月的时间,围绕感恩、回馈客户的宗旨,通过系列客户体验、客户维系、客户答谢类活动,凸显了“润华会员”的价值,重磅打造“润华老友惠”,在省内各地举办了丰富多样的活动,吸引了众多润华新老客户的广泛参与。

“为润华客户打造一场尊享的专属盛惠”是本届汽车文化艺术节的出发点和落脚点。“客户有什么样的需求,润华又能提供什么,这成为我们在最初活动设计中的思考。我们充分围绕‘全生命周期’的服务理念,融合客户需求、润华服务、艺术节诉求于一体,形成了本

届艺术节的系列活动方案,来回馈润华新老客户。”润华集团总裁张鲁晋在接受笔者采访时阐述了汽车文化艺术节的策划初衷。

以“润华老友惠”为主题的老客户回馈活动,涵盖了购车环节的“新车团购”、“金融0首付”、“SUV群英会”,用车环节的“1元团洗车”、“3折团装具”、“5元团年审”、“9元团保险”,换车环节的“全品牌置换”、“二手车相亲大会”,最终以“润华老友大联欢”圆满收官。润华汽车商城在近一个月的时间内,访问量达15.37万人次,有2100名客户收获了润华汽车送出的价值近百万的礼品。

“车界高峰论坛”是汽车文化艺术节的一个保留项目,今年的主题是“创新与转型 我们再出发”——汽车后服务高峰论坛。论坛邀

请到中国汽车流通协会等业内专家围绕汽车后服务市场,从十八届三中全会政策解读、2014年车市宏观预测、汽车电商、二手车市场前景等维度进行了智慧的碰撞,共同探讨中国汽车流通业未来的发展之路。

在艺术节期间,润华集团还推出了多项社会公益活动:11月22日,“润基金”捐建的首所润华希望小学在济阳县太平镇落成揭牌,活动当天,由润华爱心车友组成的文教志愿者还给希望小学的孩子们教授了绘画、主持等课程。12月13日-14日,潍坊车友爱心文教活动、菏泽润华汽车园爱心助学活动、菏泽润华爱心送到儿童福利院活动相继举行,播撒一片爱心,传递了一份企业的社会责任。

润华集团“一直致力于做社会化的企业”,2002年发起创办了主题为“车情、车趣、车生活”的汽车文化艺术节,至今已走过了12年的时光。12年来,汽车文化艺术节受到了数以万计的社会公众的关注与参与,成为山东省一个重要的城市节日。汽车文化艺术节融合汽车、文化、艺术、竞技、娱乐等多种元素于一体,每年秋季都如约与车友见面,让车友于其中尽情享受“车情、车趣、车生活”的无穷乐趣,感受着时代新的活力,体会着用车生活的美好。(娟子)

# 实至名归 全新爱丽舍屡获大奖



全新爱丽舍洞察新时代消费者真实需求,秉承“适用生活”的研发理念,“品质高、空间大、配置全”三大特点完美契合了消费者对于家庭用车安全、便利、功能丰富的需求。

由于EMP1平台在动力总成以及加工工艺方面的大幅度提升,全新爱丽舍搭载了86KW EC5 1.6L CVT高效发动机,其86KW的最大功率超越同级;防人体行走频率1Hz的非对称底盘设计也为消费者带来更舒适的驾乘体验;最新版本ESC车身电子稳定系统,并采用最高1200MPA超强钢及激光焊接工艺,主被动安全系统全方位呵护消费者的安全。“高品质”赢得消费者信赖。

得益于EMP1平台的最新总线标准,全新爱丽舍车载行车电脑(ECU)能高效处理实时车况、故障监测、安全报警等,堪比车主的私人管家,而MPN大触屏导航娱乐系统、EPS随速可变电子助力转向系统等过去只在更高级别车型中出现的配置都能轻松集成,为消费者带来“配置全”的越级体验。(伶宜)

临近年底,全新爱丽舍捷报频传,在车坛的各大重量级评奖中收获颇丰:《南方都市报》车坛奥斯卡“年度人气中级车”、《车·世界》2013中国汽车群英榜“年度人气奖”、《新京报》超级汽车评选“年度最受欢迎的新车-中级车”、《车语传媒》中国年度汽车总评榜“年度最佳家庭用车”……全新爱丽舍获得了媒体和行业的认可。而根据最新统计,全新爱丽舍销量已突破15000台。叫好又叫座,全新爱丽舍到底有哪些魅力呢?

## 实力尽显 全球品质赢媒体赞誉

各媒体一致认为,凭借全球同级最新的EMP1平台带来的先进基因,神龙公司第三工厂的先进生产工艺及质量保障体系,以及全球六百万公里的全时全路况实车测试,全新爱丽舍引领了新一代中级车的行业标准。

EMP1平台是雪铁龙2012年推出的最新平台,赋予了全新爱丽舍众多先天优势。与大众的MQB平台一样,EMP1平台通过各组件的标准化和模块接口的一致性实现了车辆生产的高效模块化,是目前最新、最先进的模块化平台。

除了配置的提升,为了应对全球市场的需求,全新爱丽舍整车经历了600万公里世界各国各种道路和气候条件的严苛考验,包括高寒、高温、高原、涉水、沙尘等环境下的表面、道路和舒适性测试,并特别针对中国道路情况和使用状况调校,保障产品设计的均衡、合理与稳定。媒体认为,全新爱丽舍以全球600万公里全时全路况实车测试刷新了汽车行业品质检验的标准,体现了对全球中级车用户的诚意。

## 适用生活 “高大全”获消费者认可