

再创业元年,东风启辰增长22.7%

刚刚过去的2017年,对于东风启辰尤其特殊。这既是东风启辰作为自主品牌企业的成立元年,承前启后;同时也是启辰品牌诞生的第七年,砥砺前行。“试玉要烧三日满,辨材须待七年期”,东风启辰用七年时间,探索出一条独特的发展道路,也让外界看到了启辰与生俱来的活力与潜力。

最新的数据显示,东风启辰2017年12月终端销售22266辆,环比增长52.3%,同比增长61.8%,创历史单月新高。2017年全年终端销售累计143031辆,同比增长22.7%,刷新启辰品牌年度销量历史纪录。其中,更可喜的是,全新启辰D60在12月份批发销售为10010辆,上市第二个月便已破万。

产品快速迭代 上演“跑轰”年度大戏

凭借在产品、研发、制造、营销、服务等全价值链的全面发力,东风启辰的付出获得了中国汽车行业权威机构和主流媒体的一致认可。在有“中国车坛奥斯卡”之称的“2017第十四届中国年度汽车总评榜”中,启辰品牌和全新启辰D60赢得最有分量的两项大奖:“年度新锐汽车品牌”和“年度中级车”,成唯一斩获本届总评榜两项大奖的车企。

和电子产品快速迭代一样,车市产品的更新换代,也已步入“快车道”。为此,东风启辰相继推出系列重磅产品,用以快制胜的“跑轰”战术,全面开启启辰销量持续飘红的帷幕。

在中国汽车消费最大的细分市场上,轿车仍然是各车企持续争夺的红海。然而,东风启辰认为,没有不敢进的细分市场,只有未被满足的消费者需求。作为东

风启辰LOGO焕新后的首款高品质智联轿车,全新启辰D60于2017年11月2日上市以来,凭借“高端智联科技、宽大舒适空间、上乘颜值造型、更好合资品质”等诸多亮点,获得消费者的持续广泛关注,上市即脱销,并创造零库存奇迹。全新启辰D60在12月终端销售8856辆,其中,车联网级别销量占比高达95%,持续引领“新轿车主义”时代的进化风潮。

作为东风启辰旗下高品质智联SUV,以“可信赖、有讲究、更懂你”的价值标准而定义的全新启辰T70,2017年12月7日上市便受市场追捧。上市不到1个月,全新启辰T70终端销售5475辆,车联网级别销量占比高达82%,市场表现依旧“坚挺”,订单数每日剧增,继续担纲东风启辰销量的“主力军”。而启辰T90依旧扮演“优等生”角色,市场表现稳步提升,启辰T90的2017年12月终端销售5245辆,环比增长29.4%,创单月历史新高。全新启辰D60、全新启辰



T70和启辰T90一起,成为东风启辰销量丰收的“定盘之子”。

智联应势而出 “创领”效应凸显

当别人还在各种发布会上为智能网联战略“奔走相告”的时候,智能互联的有序落地,已成为东风启辰进军市场的“标准动作”。

在车联网战略下,东风启辰智联技术的落地也正逐步推进。东风启辰充分利用高德地图、科大讯飞等领先的车联网技术,增加启辰产品新卖点,提升产品价值,打造智能互联生态圈,为消费者提供高价值的出行服务。

东风启辰不仅仅关注收益上的数字,更关注经销商能力的提高。为了提升服务质量,东风启辰对经销商团队展开了系统的培训,建立了标准的流程体系,强化服务标准的执行,全面提升经销商的服务能力和服务质量,让经销商的服务和启辰的产品相匹配。东风启辰打造了10公里服务圈,为客户提供更快捷的服务半径,有效的提升了服务质量。

投放四款新品,推出启辰车联网战略,创新营销举措,构建可持续发展渠道体系,东风启辰在2017年打造更具差异化的市场竞争优势,在极具竞争力产品的推动下,交出一份亮眼的成绩单,打赢再创业元年市场的收官战。放眼整个

汽车市场,成立不到一年的东风启辰以持续刷新历史销量“高度”的强劲势头,成为中国自主品牌中被“打call”最多的车企之一。

千帆过尽,不忘初心。面向未来,创变突破的东风启辰将继续秉承创业基因和精神,以逢山开路,遇水架桥的勇气,持续提升全价值链实力,快速推进智能网联技术,从制造高品质产品全面迈向创造高品质生活。我们相信,低调务实,高效沉稳,意气风发的东风启辰,在向着“主流高价值中国汽车品牌”目标前进的道路上,定将创造出更多的精彩。正如东风启辰汽车公司总经理周先鹏所说:“我们的未来,在更高远处!”

东风启辰获“车坛奥斯卡”两大奖

“启辰品牌历经七年发展,而启辰精神却历久弥新。2018年,东风启辰将持续为自主创新打Call,为用户提供充满愉悦的高品质智联汽车生活。”东风启辰副总经理马磊在中国年度汽车总评榜颁奖典礼上领奖时表示。可见,此次受到中国新主流媒体汽车联盟以及市场的高度认可,除了出色的市场表现,东风启辰在产品、品质、智联、营销上的持续加码,更是不容忽略。

全新启辰D60和全新启辰T70“双剑出鞘”

2017年东风启辰收获产品丰收年。2017年是东风启辰的产品大年,东风启辰推出的多款车“叫好又叫座”。作为东风启辰成立后推出的首款三厢轿车,也是启辰车联网战略下首款“高品质智联轿车”,全新启辰D60“只愁生产不愁卖”,2017年12月份,终端销售数达8805辆,经销商提车数首度破万,达10010台。成为拉动启辰品牌整体销量增长的强劲引擎。

“全新启辰D60凝聚了启辰品牌七年来一直秉持的高品质基因,应用了潮流领先的丰富智联科技,成为启辰

首款秒杀级新车,新车供不应求,全面脱销。我们累并骄傲着,正在调整产能,让喜欢启辰D60的消费者能尽快拿到车。”东风启辰市场部广宣科科长代颂娥在总评榜颁奖典礼领奖时说到。

此外,全新启辰T70在2017年12月份创下年度内提车最高,提车数和交车数分别为7314辆和5475辆,全新启辰D60和全新启辰T70形成“双剑出鞘”格局,另一款SUV启辰T90终端交车数创5245辆的单月历史新高。焕然一新的产品阵容为2018年的销量达成构筑良好开端。



高举智能互联大旗,发布全新车联网战略

牢记品质造车使命。从商品企划到技术研发,从零部件采购到整车制造,从销售到售后,东风启辰以高品质为基石,全面贯彻到全价值链中去。此外,东风启辰拥有全球供应商体系,与日产共线生产,采用合资品质标准,从零

件进厂到整车出厂,每一辆启辰汽车都要经过1697道质量检验工序的重重把关,为高品质提供坚实的保障。

高举智能互联大旗。应时而谋,顺势而为。在车联网大潮下,东风启辰携手高德地图、科大讯飞等创新型科技公司,加速智能

网联汽车的推进步伐,开启品质启辰智能化、数字化的新征程。品牌成立七周年之际,东风启辰发布全新车联网战略,旨在打造“能感知、会思考、易沟通、更懂你”的智能互联生态圈,成为中国汽车消费者最愉悦的中国主流高价值汽车品牌。

营销贴地飞行,一二级网点达465家

让营销贴地飞行。在“围绕两个中心,强化一线执行,实现量利兼收”的营销策略指引下,东风启辰以贴地飞行的姿态,先后开展了“100000公里不间断,全新启辰D60品质大挑战”、“启辰T90媒体体验营”等一系列活动,在启辰M50V和全新启辰D60营销宣传中,全国数十个

城市专营店同步举行上市活动,有效提升品牌的关注度和影响力;东风启辰坚持科学规划,领先发展,有序开拓优质二网,支持经销商做大做强。截止到2017年12月底,启辰一级网点265家,授权二级网点200家。

眺景高阁,拾梦远山。再创业元年,东风启辰以“产品

驱动品牌”迎来了稳健发展。2018年,东风启辰将在持续提升全价值链实力,快速发展智能网联技术,从制造高品质产品迈向创造高品质生活。2018年,更是东风启辰厚积薄发的一年,越过山丘的东风启辰,将继续探索消费升级下的品牌向上之道,开创自主品牌创新发展新局面。

