



众志齐鲁·2020山东车市奥斯卡评选——

热度向上车型：东风Honda全新LIFE



车型资料

车型名称：
东风Honda全新LIFE

上市时间：
2020年12月15日

指导价格：
9.78万-11.28万元

长(mm)X宽(mm)X高(mm)：
4109X1694X1537
(SPORT系列)；
4111X1725X1567
(CROSSTAR系列)

总排量(L)：1.5L



获奖理由

作为东风Honda首款A0级车型，全新LIFE凭借灵动的外观设计、丰富的配置、越级而实用的空间设计及不错的动力表现，充分符合了年轻群体的审美需求，再加上十万级的购车价格，成为当下年轻人第一台车的不二之选。上市前后，受到年轻购车群体以及汽车业内的广泛关注，全新LIFE的上市，不仅进一步完善了东风Honda的产品体系，为市场提供了更多的选择，也让A0级细分市场重新回归大众的视线，成为新的增量市场。



全新LIFE元气出道 东风Honda创新营销赋能

全新LIFE是东风Honda首款精品小型车，一经亮相就凭借潮趣Q萌的颜值、精巧灵活的空间、先进便利的配置，以及高效充沛的动力获得时下年轻消费者一致好评。在由大众报业集团举办的“众志齐鲁·2020山东车市奥斯卡”评选中，LIFE来福酱夺得“热度向上车型”奖项。这对于积极探索创新营销之路的LIFE来说，可以说是实至名归。



■纯正血统，没有入门级

12月15日，东风Honda LIFE(中文昵称：来福酱)正式上市，新车共推出SPORT版和CROSSTAR版两个版本，共4款车型，售价区间为9.78万-11.28万元。全系搭载地球梦科技1.5L自然吸气发动机与CVT无极变速箱。

LIFE 1971年诞生于日本，这是本田推出的首款四扇车门的乘用车。历经了五代车型，半个世纪的LIFE有着纯正的Honda血统，继承了本田原汁原味的精致造车理念。如今，引进中国的第六代来福酱有着由内而外的精致，这款精品小型车也将满足Z世代青年的期待。

全新LIFE凭借潮趣Q萌的外形吸粉无数。黑底+环形LED日间行车灯的设计，让

LIFE的“双眼”炯炯有神。SPORT版本的运动前唇及尾部扰流板设计，完美迎合Z世代少年的个性需求。CROSSTAR版本更高的离地间隙和行李架的应用，提升了车辆的整体实用性，黑色后视镜看起来更有质感。

对于追求品质的Z世代青年来说，生活没有入门级，而LIFE同样没有入门级。全系标配6安全气囊、以“零事故”为目标开发的Honda SENSING安全超感系统。该系统集成了ACC主动巡航控制、CMBS碰撞缓解制动、LKAS车道保持辅助、RDM车道偏移抑制等诸多功能。在安全方面，各项诚意配置在LIFE上都没有缺席，入门即高配，LIFE自带光环。



■积极探索，营销有道

不是年轻人都开LIFE，但是开LIFE的人都年轻。仿佛年轻人的精致，它都懂。

在全新LIFE上市前，东风Honda深入洞察Z世代的喜好，打破圈层限定，勇闯二次元世界，用年轻人喜欢的方式去刻画LIFE的形象。12月15日的上市发布会上，东风Honda与二次元高人气IP熊本熊，以及Z世代潮流乐队等跨界联动，以更社交化、年轻化的方式，与Z世代年轻群体共脉搏、共共振。

由此可见，东风Honda一直努力于和年轻人的步调保持一致，不断用创新的营销方式与消费者进行沟通，而这一营销思路不仅仅体现在全新LIFE的推广上，早在今年年初，复工艰难的特

殊时期，东风Honda积极开展线上推广活动，在各大主流平台开展线上直播推广，主办经销商直播互动大赛，扩大营销声量。3月，在微博、抖音上发起#武汉分之一#的微博话题，聚焦那些战“疫”的瞬间，发出正能量声音，展现品牌担当。年中，全新UR-V则以“新中产”亲近用户群，举办“你好，生活”畅想会激发所有热爱生活的人对美好未来的无限向往，也让品牌继续升温。7月，新CR-V与开心麻花合作打造微电影《沈浪的思薇》创新上市，向社会传递快乐，呈现了一个更加有温度的东风Honda。

而这一系列的创新营销举措，也让东风Honda在平凡的2020年收获满满。据本田中国

官网数据，11月份，东风Honda终端销量为85323辆，同期比119.8%，连续5个月创下历年单月终端汽车销量历史最高纪录。1-11月，东风Honda终端销量709588辆，思域、CR-V 1-11月的累计销量均突破200000辆大关。

►写在最后

不论是在全新产品的打造上，还是以用户为中心的创新营销上，东风Honda都用实际行动告诉我们，真正的竞争力，不只是单纯的产品范畴的，而是要真正联结产品与消费者。LIFE的到来，更展现出东风Honda着力提升用户生活品质，助力实现Z世代消费者需求的拳拳之心。