

# 雪铁龙借“东风”提速中国引擎



## 体育营销愈演愈热

冠名赞助“谁是球王”，是东风雪铁龙体育营销的重要部分。而雪铁龙体育营销战略中最知名的还是对赛车运动的推广，其车队已统治 WRC 赛场多年。2014年，雪铁龙将疆域拓展到场地赛，以全新爱丽舍为原型车打造战车首次挑战 WTCC。WTCC 赛场将成为全新爱丽舍演绎全球品质的最佳舞台，为进一步打开市场提供助力。

随着汽车工业的发展，赛车运动与赛车文化在中国逐渐兴起，影响力不断扩大。世界三大汽车锦标赛（F1、WRC、WTCC）中，F1、WTCC 已经先后启动了其中国战略。自 2005 年起至今，WTCC 先后增加了澳门、上海两站赛事，将拥有四亿个家庭，覆盖 13 亿人口的中国消费者拉入赛事的观众队伍中。WTCC 以量产房车为基础，发动机排量不能超过 2000cc，采用自然吸气方式。相较于 F1，其参赛车辆贴近消费者的生活，能够充分展示雪铁龙主销产品的优势，成为雪铁龙在中国展示技术实力、产品优势的最佳舞台。

不仅如此，继先期加入的 WRC 九冠王塞巴斯蒂安·勒布、四届 WTCC 冠军伊万·穆勒和阿根廷传奇车手约瑟·马里·洛佩兹之后，雪铁龙 WTCC 车队还将中国籍车手马青骅招至麾下，希望能够借助其在亚洲，特别是中国地区的影响力，吸引更多人关注 WTCC 赛事并支持雪铁龙车队。

## 战略车型品质筑基

资料显示，全新爱丽舍是标致雪铁龙集团全球同级新平台 EMP1 的首款产品，也是

标致雪铁龙在全球化市场战略中的重要车型。全新爱丽舍在驾驶操控性与乘坐舒适性之间达到了良好的“均衡”，就像是羽毛球比赛中的双打形式，以稳定、可靠和值得信赖的合作而赢得比赛。

EMP 的全称是 Efficient Modular Platform，中文是“高效模块化平台”，包括涵盖小型车至中级车的 EMP1 平台和涵盖中级车至高级车的 EMP2 平台。与大众在 2010 年推出的 MQB 平台相似，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，是目前先进的模块化平台。它的优点：能够有效控制研发生产成本和时间、轻量化设计提高燃油经济性、有效节能减排以及对未来新技术的兼容性上。

EMP 平台把前纵梁、前后地板、发动机悬置、悬挂方案等作为模块独立出来。这样，在设计车辆的过程中，就可以像玩乐高玩具一样选择不同模块来实现不同的车辆动力轴距及悬挂的搭配组合，在更大范围内实现零部件共享，并通过批量化大规模生产，降低成本，缩短研发周期。

据介绍，EMP1 平台采用轻量化设计，部分零件以铝材和钢材的复合材料打造，车身重量减少 15.5 公斤以上，从而带来更好的燃油经济性和性能表现。另外，EMP1 平台还能够更好地兼容 EPS 随速可变电子助力系统、STT 启停技术、ESC 车身稳定系统、涡轮增压发动机等主流技术。在低阻力轮胎、三元催化优化等技术的辅助下，EMP1 平台可以为消费者带来更好的驾乘体验，同时将二氧化碳排放减少 20%~30% 左右，达到国五、国六标准。

## 立足中级“三剑客”发力

针对不同的消费人群、市场价位、购车需求，东风雪铁龙以全新爱丽舍、新世嘉、C4L 布局国内 A-级至 A+级中级车市场，形成产品规划上的差异化定位，实现对家用、运动时尚和高端三大细分市场的完整覆盖。“三剑客”上市之后，市场销量逐月攀升，根据东风雪铁龙的规划，“三剑客”将为其带来超过总销量 70% 的贡献率，助力 2015 年实现品牌销量 40 万台的腾飞目标。

以“矩阵布局”的形式，涵盖更广、覆盖更密的产品策略，不断丰富中国消费者的选择和体验，最大化地贴近中国消费者的利益。立足中国市场，这不仅是东风雪铁龙“龙腾 C 计划”的主旨，更是在“人性科技 创享生活”的品牌主张下，为用户带来“愉悦舒适的汽车生活”的出发点和支撑点。

全新爱丽舍作为入门级中级车，定位“全球新一代欧系中级车”，遵循“适用生活”的新一代研发理念，拥有“高大全”的特点，强调空间与品质优势，主打“家庭适用”，瞄准购买预算在 8 万~10 万、首次购车的中级家轿用户。新世嘉定位“冠军性能中级车”，应用了雪铁龙“风塑美学”的设计风格，彰显着设计与美、设计与科技的完美结合。新世嘉注重驾控体验与外观时尚，将目前主流 10 万级品质型家轿用户作为目标人群，为都市精英带来高品质、安全的汽车生活。C4L 定位“高性能高端中级车”，“L”不仅仅是车身尺寸加长那么简单，它还代表了舒适（Lounge）以及生活态度（Lifestyle）。那些追求动力、安全、驾乘舒适，购买预算相对宽裕（15 万左右），瞄准那些注重动力操控、智能科技，相对年轻并且预算更丰富的中坚才俊，为用户营造舒适的智能车生活。

由东风雪铁龙冠名、中央电视台体育频道和中国羽毛球协会联合主办的第二季“谁是球王——中国羽毛球民间争霸赛”，已经赛程过半，掀起了一场全民运动风。“与此同时，东风雪铁龙今年主推的入门级家轿全新爱丽舍也以舒适、时尚、科技的产品特点给参赛选手和各界朋友留下了深刻的印象，并积累了超高人气。”东风雪铁龙市场部负责人介绍道。

据雪铁龙最新公布的销售数据，2013 年，雪铁龙欧洲之外市场实现 14% 的增长，贡献了总销量的 41%。其中，中国成为雪铁龙的第一市场，贡献了其在欧洲以外市场 55% 的份额（全球市场的 23%）。过去一年，雪铁龙在中国卖出了 285,000 辆汽车，同比增长 26.3%，远高于市场平均水平。

可见无论市场还是雪铁龙自身，对于 2014 年都有着美好的预期。  
戴幸玲



## 尽赏春意 内享纯净

沃尔沃S60L首创三重保障，全面守护您家人的出行安全！全系配备IAQIS车内空气质量控制系统，时刻监测车内空气质量，100%滤去龙粉尘粒，并有效过滤85%的PM2.5颗粒和有害气体，让您畅享过敏。更为您和家人建立一个比车外空气清洁20倍的独立小型生态纯净空间。配合新增City Safety城市安全系统和OZIS主动式座椅清洁系统等多项针对儿童的安全科技，实现行车安全、空气质量、儿童关怀的三重保障。

**即日起，购车可享春日缤纷三重优惠：**  
**20%超低首付及零利率**  
**补贴50%购置税**  
**赠一年全险**



即刻扫描 观赏精彩影片

贵宾热线：400-678-1200    WWW.VOLVOCARS.COM.CN

宁波丰顺 (0674) 8249 2938    宁波元理 (0674) 8246 1338    宁波宁兴丰顺 (0674) 2276 1129