

## 关于英雄产品的营销手段 雷凌演绎“不妥协”价值观



一个企业不仅要有过硬的产品,同时也需要通过创新的营销手段,为他人所知。在如今百花齐放的营销当中,如何创新与变革以体现“英雄产品”气质,俨然也关乎产品,成为其重要特质。

雷凌的创新营销,从全国6大城市闪电标事件,到邀请舒淇、休·杰克曼作新车代言,一起演绎由奥利维尔·米加顿执导的好莱坞电影短片《雷凌》,再到天猫商城合作,从产品营销到价值营销,从单向输出模式到双向对话模式,雷凌每一个动作都阐释着同一个鲜明的初衷:以你喜欢的方式,进行沟通。目前,雷凌这款引人注目的“新感观领秀中级车”全国接受预订,其厂家指导价为10.78-15.98万元,让人惊喜。

### 颠覆,以一种创新式的营销

从4月7日起,广州著名商业地标门前广场出现了8米高的巨型闪电标雕塑,除了“坐等4月18日 上头条不解释”的字眼之外,没有任何其他暗示,十分神秘,引发观众猜测。4月10日,北京、上海、武汉、青岛、成都也分别同时在街头竖起了一模一样的闪电标,引爆4月国内新热点。

当大家热议闪电标,并沉浸在它给我们带来欢乐和正能量的时候——4月18日,雷凌levin这款车在北京车展前夕惊艳亮相,广汽丰田总经理小林一弘为大家解开了闪电标雕塑的神秘面纱:闪电就是雷凌,雷凌就是闪电!雷凌,作为广汽丰田首款为中国消费者深度订制的“新感观领秀中级车”,将以雷霆闪电之势,变革中级车市场格局,激励消费者年轻“心”生活。

雷凌全国6城闪电标事件营销,无疑是轰动全国的创新体验,也是汽车营销案例上浓墨重彩的一笔。它带给我们的不仅

是社会正能量,这种以挖掘产品内力,以闪电姿态劈开混沌市场,诠释了一种意识与精神追求,也是其走进年轻消费者不妥协的价值体现。

### 引爆,以一种生活态度

如今,年轻人买车就等于购买一种生活态度,他们会选择一款“方向在我手中”,与自己精神境界相符合的车。

5月20日,雷凌携代言人舒淇亮相发布会。由好莱坞知名导演奥利维尔·米加顿(曾执导《玩命快递3》、《飓风营救2》)执导,休·杰克曼、舒淇主演的雷凌短片电影将不日公映。以休·杰克曼的帅气阳刚、舒淇的优雅惊艳,两者刚柔并济,获得小伙伴们一致点赞。

雷凌的营销与好莱坞接轨,强调在时尚生活中与年轻人建立起一种深度的价值观沟通,从而聚集粉丝,颠覆现状。

“借助雷凌高调出击市场的广汽丰田,可以看作这是广汽丰田全面步入品牌营销时代的标志,不再是单纯地卖产品,而是要引领汽车消费潮流,站在市场最前沿发生,如闪电,划破天空。”英雄产品的“速朽时代”,也许广汽丰田的营销方式会带给我们不一样的视野,下期我们将讨论“英雄产品”的细节体验。

安然/文

## 风型无阻, 桀骜不羁

宁兴新宇梅赛德斯-奔驰CLA运动轿车  
宁波地区首发圆满成功

5月29日晚,在宁波宁兴新宇奔驰展厅,一场精美绝伦的上市盛宴伴随着华丽的聚光灯及精彩的拉丁舞和时尚的模特秀圆满举行。释放狼性,彰显不羁的梅赛德斯-奔驰CLA运动轿车凶猛来袭,在现场百名到场嘉宾的见证下正式宣告登陆宁波,官方售价37.8万元。

如果你够潮流够自信,有个性又有态度,对生活充满了无限灵感,又执着探索生活的未知领域,欢迎成为梅赛德斯-奔驰CLA一族。全新梅赛德斯-奔驰CLA运动轿车突破而生,将不拘一格的外观设计、炫酷前卫的内饰工艺、动感高效的驾驶性能与大胆超越的先锋精神相结合,完美演绎着高端紧凑运动轿车细分市场开拓者的角色。

迷人的外观,精致又极富科技感的内饰配置以及出色的运动能力,对于年轻人来说,CLA260 4MATIC拥有无比强大的吸引力,想不出任何理由能够拒绝这个性感的小家伙。

既有型,又有料,欢迎加入梅赛德斯-奔驰CLA家族。在探索CLA之余,发现无与伦比的自由。

## 第三代飞度劲酷上市

5月29日,广汽本田在上海隆重举行第三代飞度(FIT)上市盛典,定位为“劲酷两厢车”的第三代飞度(FIT)在广汽本田全国特约销售服务店同步上市,第三代飞度市场指导价从7.38万元到11.28万元,同时享有“三年或十万公里”高标准整车保修政策。

第三代飞度(FIT)以“Exciting H Design”为整体设计理念,采用Honda最新的家族式前脸造型概念“solid wing”,前格栅与大灯融为一体,凸显凌厉和劲酷。车身侧面运用特有的劲酷刀锋式腰线设计,带来让人跃跃欲试的前冲力。充满张力的尾部造型搭配使用LED光源的后尾组合灯,呈现出更高级的质感。

第三代飞度(FIT)还拥有多达十项的革新科技。其中Idle-stop发动机节能自动启停系统、VSA车辆稳定性控制系统、ESS紧急制动预警系统、广角后视镜影像显示系统、智能屏互联系统等均是同级首次搭载,很多技术配置甚至达到部分B级车标准,第三代飞度同样采用了Honda最新一代ACE车身结构,带来优异的碰撞安全性能。

第三代飞度(FIT)底盘全面革新,采用新几何形状的麦弗逊式前悬挂以及高刚性的后扭力梁式半独立悬挂,前后悬挂均采用稳定杆,获得优异的响应性能及操控稳定性。全新CVT无级变速器带来有力的加速和超级平顺的换挡,并通过G-design Shift带来畅快而动感的驾驶感受。

## 新能源车正在走红

今年以来,一些新能源汽车企业嗅到了某些政策风向,推出加大了自己研制开发新能源汽车产品的力度,并将研发重点放在纯电动汽车和插电式混合动力汽车上。资料显示,2014年,东风汽车新能源乘用车工厂计划投产E30和E30L两款纯电动汽车;长城汽车也计划年底正式推出哈弗H7混合动力量产版车型。

在4月举行的2014北京车展上,比亚迪全球首发了混合动力SUV唐,上汽首发荣威950首款燃料电池车,一汽一口气推出奔腾B50-PHEV、奔腾B50-EV、威志-EV和欧朗-EV4等4款新能源车。

受益于政策的利好以及汽车本身技术的突破,2014年的新能源车市场颇有看点,中国新能源汽车推进已经达到爆发临界点。“2014年或将成为真正意义上的新能源汽车市场元年”,全国政协委员、清华大学汽车工程系教授欧阳明高认为,今年在混合动力补贴政策落实,各地打破地方垄断的前提下,新能源车销量可实现翻倍,未来两年都将有较高速增长。 辛民

6月 麦德龙广场 “风向车展” 洛兹广场 2场 等您来

年中特惠, 尽在6月!!!

参加现场活动即可兑换精美礼品一份!

### 活动时间

6月14、15日 09:00-17:00  
(麦德龙广场)

6月27、28日 17:00-21:00  
(洛兹广场)

### 活动地点

麦德龙广场: 鄞州麦德龙路1号  
靠近东湖花园

洛兹广场: 石碶街道万金路195号  
靠近轻纺城

