

# 疯狂观致：告别“高冷”走向“亲民”

## ■ 资讯

### 上半年汽车召回 400 余万辆

青年报 孙臣

截至6月29日,当月全国共发起11次召回,共涉及汽车190026辆。虽然召回次数和数量都很少,但涵盖范围比较广,除了“常客”合资品牌,还有宝马、奔驰等豪华品牌,更有阿斯顿·马丁这样的超豪华跑车。整个上半年,车企共发起114次召回,涉及467万多辆汽车,远低于去年同期的近600万辆。

#### 共 10 个品牌发起召回

在6月的11次召回中,有7次涉及汽车数量不到千辆,召回量最大的是宝马,召回汽车为进口2010-2013年款X5系列和进口2010-2013年款X6系列汽车,共计57371辆。原因是由于供应商制造原因,车辆前部传动轴轴承的油封可能在长期使用后滑出设计位置,使得轴承易受到外来的水和泥沙影响并发生磨损。某些情况下,传动轴十字节处可能发生断裂,使车辆前轮失去驱动力。

### 汽车之家打造AR网上车展

青年报 车键

6月28日,汽车之家与中国国际贸易促进委员会汽车行业分会联合打造的AR网上车展开幕。据悉双方联合打造的AR线上车展有近30余家品牌,近百个车系参与其中,有1334.6万人看了AR网上直播,1080万人参观了AR展厅。

汽车之家利用AR技术实现线上车展搭建,将原本只属于线下的车展迁移整合到互联网上,成功突破了地域、时间等客观限制因素,做到线上线下载道之间的打通,让用户实现随时随地真实体验看车选车。据悉,此次AR看车的热点非常多,其中人均7.82次更换颜色,人均3.47次更换轮毂,人均3.31次更换内饰颜色,人均2.45次开

6月发起召回的汽车品牌共有十个,包括:江铃、奔驰、宝马、马自达、上汽名爵、三菱、东风悦达起亚、北京现代、沃尔沃、阿斯顿·马丁。

#### 欧系车占比超过一半

按派系分,欧系车召回量最大,共计62次,涉及汽车258.6万辆,占比超过一半,达到了55.3%。深受高田气囊门影响的日系车,今年召回数量大大减少,上半年共实施23次召回,涉及汽车139.9万辆。排在第三的是美系车,上半年共召回34.6万辆车。

之前对召回行为显得颇为顾忌的中国自主品牌,上半年共实施9次召回,涉及汽车23.6万辆,这个数字已接近去年全年总量的两倍。召回量最大的是长安,其于1月3日发布公告,召回2014年3月20日至2016年3月2日(含)生产的CX20汽车7.67万辆,以及2012年11月7日至2015年11月13日(含)生产的长安欧力威汽车10.86万辆,共计18.53万辆。



车门。

AR车展是AR技术与车展这一营销方式的有机结合,致力于线上线下的互补融合。不同于实体车展,用户通过手机即可随时随地“置身车展”。借助3D渲染等技术将汽车高度还原,消费者可以根据需求自由切换车型、颜色对比参考,也可点击360°实景查看内饰,以及百公里加速、上路体验(线上试驾)、参数详情等动态信息。甚至连车模合影这一车展“重头戏”都可“亲身体会”。

### 神州租车开通境外租车

青年报 车键

神州租车今日宣布正式开通国际租车业务,用户通过神州租车APP、官方网站便可在全球150多个国家租车出游,同时享受9折优惠及异国异地取还车、中国驾照免费翻译认证等增值服务。

据了解,神州租车此次合作对象为全球租车行业开创者、领导品牌赫兹。用户可通过神州租车APP、官方网站直接预订赫兹在全球150多个国家的车辆。据悉,赫兹服务网点达10400个,车队规模约75万台,可极大满足游客海外商旅用车

需求。

神州租车相关负责人介绍,通过神州租车“国际租车”页面进行境外租车,其流程与国内一致。首先选择目的地城市的各种车型、选择取还地及保险种类,填写驾驶员信息并且提交后即可成功预订。

为方便用户自驾,租车平台免费提供驾照英文翻译认证服务。每台车配备中文GPS导航,遇到问题用户可直接联系中文客服进行沟通,平台将提供24小时救援服务。用户异国异地取还车也可无障碍实现。12月31日之前,经神州租车预订国际租车可享受9折优惠。

“新高端”汽车品牌观致一反“高冷”印象,“疯狂”地将汽车与亲民的直播融合在一起。观致汽车与腾讯视频和北京能量公司共同推出《疯狂的观致》汽车直播秀节目,采用“互联网+汽车”最新传播技术,为消费者创造独特的购车体验,帮助他们了解观致汽车产品,提升观致品牌的知名度。

青年报 程元辉



相关的定位还是非常匹配的。”

#### 创新体验“新高端”

一个热门的节目和粉丝效应或在短期内使观致的销量提高,但若要走可持续发展道路,还是得靠产品实力说话。“酒香也怕巷子深”,推广只是让酒香飘出深巷的一个手段,这酒香来自香精还是时光,购买者一尝便知。

如今消费者对车的要求越来越高,不仅要开得舒服,外观也要时尚好看,前些年刚兴起的车联网系统如今已成新车标配。因此,观致汽车在“设计感、智能化和爽体验”方面尤为注重。在产品力层面,无论是个性设计,还是安全性能、车内空气质量、人性化配置及智能互联,观致汽车在消费者中拥有良好的口碑,而这些都是消费者购车的决定性因素。

观致目前有观致5 SUV、观致3轿车、观致3五门版、观致3都市SUV、观致3 GT等在售车型组成的中端产品序列,但观致的野心不止于此。在今年上海车展上,观致发布了专为未来移动出行生活而打造的超级电动车Model K-EV作为高端产品,百公里加速仅2.6秒,比特斯拉加速还快。观致未来将推出作为入门系列产品的Model Young车型,看来观致已经认识到了丰富产品线的重要性。

无论是本次观致推进三方资源联合,推出前所未有的创新体验,还是观致汽车持续提升的产品力与不断壮大的产品阵营,都是观致“新高端”品牌主张的体现。“新高端”并不意味着“高冷”,因此这次《疯狂的观致》借直播平台使品牌更亲民,让更多人了解观致。

#### 直播提升知名度

观致的车其实在外形、配置、价格上在同级都有优势,但它的销售量并不佳。虽然去年全年的销量较前年同比大涨70%,但整体仍处于亏损的状态,也并未达到年销量3-6万台的目标。难达标的关键原因在于其知名度不高。

在这个失去了网络就几乎无法出门的时代,一个品牌仅靠线下宣传显然很难成功。有时即便在线上投了广告,又有可能由于网络信息量爆炸,而导致推广并未达到传播效果。

如何使推广不徒劳无功呢?自然要让产品多次出现在潜在客户的生活里。直播已成为众多网民生活中的一部分,腾讯直播日活上亿,如果一个品牌能借助这个平台定期出现在用户视线中,就会有更多人去关注这个品牌。此次观致和网红合作就很聪明,每周3场在YY、斗鱼、映客等主流直播平台播出节目,还会邀请各路大咖主持节目。

在大咖的直播节目中,节目组将从购车用户中抽取5个家庭,参加下期的全家总动员汽车益智挑战节目《疯狂大爬梯》,挑战者将有机会把观致车型免费开回家,甚至可获百万豪礼。观致车主与全国观众还可参与线下体验活动,并享受诚意十足的购车优惠。

腾讯一名高层对《疯狂的观致》充满信心:“腾讯直播的用户有64%是男性用户,54%是30岁以下的用户,跟我们汽车、竞技

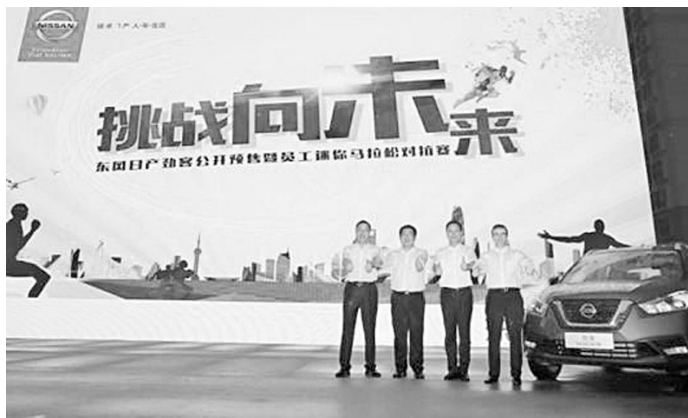
### 全新劲客预售 10-14 万元

## 东风日产未来 5 年挑战合资品牌 TOP3

青年报 车键

近期,东风日产全新KICKS劲客下线预售活动在广州花都举行。东风汽车有限公司副总裁、东风日产乘用车公司总经理埃尔顿·谷硕,东风汽车有限公司副总裁、东风启辰汽车公司总经理周先鹏,东风汽车有限公司党委副书记、东风日产乘用车公司党委书记赵书良等领导,以及来自全国的媒体、经销商、车主和员工代表近3000人出席此次活动。

活动现场,全新KICKS劲客正式启动预售,预售价格为10-14万元。立足成立十四周年,谷硕对东风日产未来发展更充满期待:“十四年的积累和沉淀,百万级体量的实力,为东风日产决胜未来奠定了坚实的基础。迈向新发展阶段,东风日产将以科技驱动未来,做备受信赖的企业公民,争取在未来五年挑战合



资品牌TOP3席位。”

十四年的稳健发展和骄人成绩,是东风日产描绘未来发展蓝图的底气所在;而十四年里所锻造而成的前瞻眼光、市场洞察力以及高效执行力,更是东风日产实现每一个目标,保持快速发展的秘诀所在。

展望未来,东风日产乘用车

公司副总经理王金宁表示:“成立至今,东风日产一直以敢为人先的激情和创新,一次次创造行业记录,更以务实稳健的心态面对机遇和挑战,践行承诺。面对未来中国汽车市场,我们充满信心,全力挑战合资品牌TOP3的目标,在新的发展阶段,发出东风日产最强音。”