

8 市场营销 Marketing

浪漫七夕，沃尔沃 V40 见证甜蜜旅程



从端午到中秋，需要挨过三个多月没有假期的日子。不妨在炎炎夏日，给自己和爱人放个假一起出游约会，为爱情再加一把火。七夕情人节，你和你爱的他（她）进行了一场怎样的约会呢？去西餐厅吃烛光晚餐还是逛商场看电影？一起驾着沃尔沃 V40 去看海或者远离闹市数星星，过一个只属于两个人的浪漫七夕。也许，这才是更浪漫更有新意的。

美丽与实力并蓄 别具品位带来无尽惊喜

拥有迷人的北欧设计、充满情调的内部空间以及充沛的动力与“史上最安全”的名衔，沃尔沃 V40 从诞生之日起，就注定会受到年轻情侣的喜爱，在出行中为甜蜜爱情带来别具品位的惊喜。

对于需承载爱情的浪漫座驾来说，拥有独特的时尚品位与优雅气质的车身外型尤为重要。V40 蕴含浓厚的斯堪的纳维亚设计风格，车身线条流畅优美。下压的车顶线搭配上

扬的高腰线，勾勒出 V40 张力感十足的动态体态，让人一见倾心。值得一提的是，在前脸下方，有两条优雅别致的 LED 日间行车灯，优美的线条仿佛流星划破天际，散发出曳光效果，让你的 V40 成为茫茫车流中最瞩目的焦点。

如果你们对浪漫座驾的要求不止于此，V40 还能带来一些特别的体验：光影交织下的情调，以及精致简约却不乏灵气的座舱体验。

V40 配有大尺寸的全景玻璃车顶，不但提高座舱内的明亮度，更能优化宽阔的空间感。在晴朗的夜晚，透过玻璃车顶，可以和你爱的人在车内坐看星空。一边品尝冷藏在手套箱中的饮料，一边聊聊星座的神秘故事或者旅行中的见闻趣事，你会发现随心所欲的魅力，又或者找到一位新的知己。

即便只静静地坐着，V40 也能恰如其分地表达你此刻的心情。巴塞罗那红、挪威森林绿、普罗旺斯紫、托斯卡纳白、开罗金、波罗的海蓝、还是极地白？来自车顶和后座的七色极

光氛围灯，为你自由切换不同心境。用色彩打造独特意境，无声氛围也能替你说出心中最甜蜜的告白。

浪漫约会 解读完美主义者的心事

除此之外，车舱内的其他配置也仿佛能读到你的心声，为你的约会不断制造惊喜和感动。V40 搭载的 TFT 智能多模式数字仪表盘，全部用液晶屏打造，告别了传统刻度仪表，全面进入图像、数字显示时代。三种不同模式的仪表显示，展现出强烈的现代感和十足的科技感，为追求完美驾驭体验的情侣添加更多乐趣。V40 的排档杆头，别开生面地采用了透明顶部的造型，醒目又不乏精致。内侧发出的 LED 灯光，经过反射后，能营造出独特的 3D 立体效果。

既然是约会，就要抱着完美主义的心态，在出行中考虑周全，面面俱到。V40 拥有超越同级的动力性能，2.0 T5 涡轮增压发动机提供的充沛马力，让你的七夕之旅体验到澎湃驰骋的驾乘享受。即使是执着于动力和操控的你，也能在约会旅程中实现驾驶梦想。而史上最高的欧洲 NCAP 碰撞测试综合成绩也让 V40 可以随时随地为您和心爱的人保驾护航。

准备好了吗？一场浪漫甜蜜的约会即将来临。想要制造源源不断的缤纷动情时刻，就让沃尔沃 V40 助你一臂之力吧！

(王丽 王倩 曹洪磊)

双星 Logo“耀眼”巴拿马展会



■ 本报记者 沙戈

通讯员 王开良 由志凌

不久前在巴拿马拉开帷幕的第四届拉丁美洲及加勒比海地区轮胎展上，厄瓜多尔、哥伦比亚、智利等客户专程来双星轮胎展位。双星海外中心参展业务人员在与客户愉快交流的同时，还将双星轮胎 2014 年在智利市场的目标销量、产品等与客户一一沟通。

而就一波波参展客户当中，有一位身穿双星 Logo 衣服的客户格外引人注目。这是他自己的衣服，双星 Logo 也是他自费印刷

的。该客户是相关业务人员在去年广交会结识并合作的。合作以来，他被双星轮胎“为客户创造价值”的观点及优质的服务所感动，现在已成为双星轮胎的忠实“粉丝”，不仅在形象店张贴多幅双星轮胎产品宣传画，还将双星 Logo 全部印刷在了自己公司的工作服上，用自己的实际行动支持、宣传双星品牌。来到双星轮胎展位后，在表达继续友好合作的同时，还引荐了两位新朋友，十分热情地与双星轮胎参展人员合影留念，希望通过自己的努力，在短时间内成为双星轮胎的代理商，扩大双星轮胎在厄瓜多尔市场的占有率。

汽车跨界营销抢钱

近日看到这样一则消息，汽车厂商们正在研发游戏！别误会，他们可不是要转行，说到底最终目的还是卖车，只不过换了另外一种方式来到大家跟前混个眼熟。

采用了这种办法的商家目前有大众和宝马，分别推出的游戏名为《超级竞速》和《BMW1 系谍影》。在这两款游戏中，所有的车型都采用这两个品牌的一些经典款，目的很简单，就是能让玩过游戏的人后期一上路便认出“这不是什么牌子的什么车吗！”

《超级竞速》让消费者在比赛的同时了解到大众每一款车的发动机、变速箱，《BMW1 系谍影》让消费者在密室逃脱的过

程中了解到宝马旗下车型的所有配置。

相对于以前的找明星代言做广告，或者在热播电视剧中植入一些车型等方式，汽车厂商们现在学精了。他们采取的游戏式营销手段更为隐蔽，令人容易接受却难以忘却。大家正在随着消费者口味和接受程度的变化而做出改变，跨界营销，大众和宝马不是第一家，当然也不是最后一家。

事实上，最早出现跨界营销的并不是汽车界。在网络快速发展的时期，京东、淘宝等网站早就开始了跨界抢钱行动，而且效果显著。许多实体店也都因此受到了冲击而改变营销方式。

(吴晶)

兴乐全面进军“上海滩” 申城 9 条公交线路、50 余辆公交穿上兴乐“外衣”



无论在米兰、东京还是首尔，10 Corso Como 都拥有独立而唯美的空间。

■ 本报记者 何沙洲

通讯员 卢书友 万超

上海是中国最大最繁华的国际大都市，也是国内外高端品牌必争之地。继去年 11 月上海兴乐投资发展有限公司在杨浦区“绿地汇创大厦”隆重开业，兴乐上海智力中心、兴乐电缆上海销售公司和“兴乐易购”上海运营中心同日正式运营后，中国线缆行业领军企业兴乐集团近日在申城又有大动作：8 月 1 日起，上海 9 条公交线路、50 余辆公交车披上兴乐广告“外衣”。一道道亮丽的流动风景线穿梭于大上海城市街区，“兴乐”品牌也将伴随着温馨、浪漫的氛围在市民心里“扎根”。

据悉，本次兴乐广告由“兴乐集团”、“兴乐易购”、“兴乐电线”、“兴乐电缆”三大板块组合而成，分别发布在众多公交车体的两侧和尾部。本次选择的这 9 条公交线路均穿行于大上海中心区。其中虹桥枢纽一线公交车起自上海南站，终于虹桥火车站。这两个地点是上海最大的两个交通枢纽，途径的吴家港和上海动物园也非常著名。816 路途经上海最为繁华商业区徐家汇和衡山路，955 路

起自上海火车站，同样穿梭于徐家汇这条出名的商业街区。此外还有 741 路、792 路、187 路、864 路等热门线路。

兴乐集团营销总公司负责人说，“兴乐易购”在本次广告中位置非常抢眼。之所以这样，为的是让上海市民充分了解它作为专业家装电器网购平台“打包式”、“保姆式”新型服务模式，为广大用户提供家庭装修用的电源线、照明器材、五金交电、电子产品。这其中就有品质卓越的“兴乐”牌环保电线。

兴乐集团董事长兼总裁虞文品说，“兴乐”是国家工商总局认定的中国驰名商标。依靠企业和品牌的高知名度、美誉度，强大的营销网络、过硬的产品服务，“兴乐”牌高低压电线电缆、漆包线、电工铜杆、高分子材料、输配电设备等产品在国内外高端市场占有很大份额。像北京奥运赛场、上海地铁、三峡大坝、德国博世、澳大利亚皇家空军基地等几百个国内外重点、大型工程都是兴乐的“客户”。兴乐今后要借助上海大舞台，充分发挥兴乐品牌优势、产品质量优势、企业文化等优势全面拓展国内和国际市场。

五菱宏光 S 盛夏火热上市



上汽通用五菱副总经理胡顺华先生代表企业致辞



五菱宏光 S 共推出 3 款车型

8 月 6 日，在哈尔滨和昆明的火热夏日里，上汽通用五菱正式宣布五菱宏光 S 全国上市。

发布会上，上汽通用五菱宣布全新上市的五菱宏光 S 共有 3 款车型，型号和售价分别为：1.2L 舒适型官方指导价 61800 元、1.5L 舒适型官方指导价 65800 元，1.5L 豪华型官方指导价 69800 元。同时，让广大用户欣喜的是，五菱宏光 S 具有大漠金、流沙金、珊瑚红、碧海蓝、暴风灰、大地棕、晴空银、糖果白等 8 种时尚颜色，供不同爱好的用户选择。

继五菱宏光开辟并引领了“紧凑型商务车”市场以来，上汽通用五菱不断深入挖掘用户不断升级的多样化使用需求。五菱宏光 S 在延续紧凑型商务车定位的基础之上，将进一步满足用户不断升级的多功能乘用车需求，涵盖实用的 7 座专属大空间的家庭代步、休旅出行和小型商务接待等多样化的使用功能，而在标准乘用车化、轿车化的内饰设计和配置方面的提升，则实现了从“宜商宜家”向“宜家宜商”的转变。

五菱宏光 S 的前脸重新设计，采用了镀铬横杠，配合菱形网状进气格栅，同时梯形下进气格栅与下护板组成了动感的大嘴形态，再搭配上鹰眼式前大灯与翎形雾灯，极具视

觉冲击感。内饰方面，米色与浅灰的双色环抱式内饰设计突出了其家庭用车的定位。车内大量采用钢琴漆工艺和质感镀铬装饰，细节之处颇具品质之感。新车仪表盘更具立体感，同时配备了集多项功能于一身的 7 寸高清触摸屏，并配备了复古风格的石英钟。

新车轴距为 2720mm，长宽高分别为 4400/1680/1770mm，行李箱空间扩展为 330 升，并有 22 处有效储物空间。车内空间宽敞，坐第三排的成年人依然拥有十分充裕的腿部空间和头部空间，乘坐感受非常良好。五菱宏光 S 搭载了通用最新一代 1.5L、1.2L P-TEC 发动机，具有低转速高扭矩的特点，且燃油经济性极高。1.5L 发动机的最大功率可达 82kw，最大扭矩为 146.5 扭米/3600~4200 转，油耗仅为 7.5L/百公里。前麦弗逊式后多连杆设计，经英国莲花公司精心调校后，平顺感和操控性表现相当出色。

三幅多功能方向盘、包裹式六向可调座椅、中央门锁和车窗一键下降功能、最先进的 EPS 电子助力转向系统，这一切高端配置让驾驶者可以轻松精准的掌控。同时，宏光 S 的 NVH 系统也非常出色，车内静音效果非常好。除此之外，新车还配备了 ABS+EBD、双安全气囊、ISOFIX 儿童座椅接口，前后侧门内

板采用激光焊接，整车超高强度钢比例超过 80%。

值得一提的是，五菱宏光 S 将在自动化水平先进的宝骏乘用车基地生产，各个环节都严格按照通用汽车全球标准执行，其生产工艺水平媲美欧美发达国家的同类产品。

五菱宏光 S 上市后，将与现款五菱宏光并行销售，形成高低搭配的产品组合，以满足不同层面的用户需求。同时，在发布会上，上汽通用五菱还宣布，出于满足市场需求、便于用户购买的目的，五菱宏光 S 将首次进军宝骏 4S 销售体系，将在首批 22 家宝骏经销商 30 余家宝骏 4S 店内连同五菱渠道同时销售。杨杰认为，“宝骏体系销售五菱宏光 S，将是我们品牌联动推广的一次有益的营销尝试，不仅将扩大五菱宏光 S 的市场通道，让用户更便捷地接触与了解宏光 S，我们更希望通过这样的营销尝试，更好地洞察与满足消费者需求，挖掘新的细分市场。”

可以想见，凭借着强大的产品力和上汽通用五菱的品质保障与广泛渠道，五菱宏光 S 上市后有望延续“神车”的销量奇迹，继续引领 MPV 市场快速扩容，特别对多人乘坐家用市场将起到快速提升的作用。

(武林)

创富新动力 兼香新典范 仰韶窖香漯河上市发布会暨终端订货会召开

■ 本报记者 王剑兰

7 月 30 日，仰韶窖香新品发布会暨战略招商洽谈会在中国食品名城漯河开元名都大酒店隆重召开。500 余名经销商齐聚于此，欢聚一堂，共品仰韶窖香美酒的醇香，带着美好的愿景，共同见证仰韶窖香独特格调带来的魅力。

据悉仰韶窖香系列产品是面向大众消费的中端产品，由深 3、深 6、深 9 三款不同价位的产品组成，价位段处于 60 元—200 元之间。是仰韶酒业继仰韶彩陶坊之后又一战略产品。作为一款中档产品，该系列产品将打造成为河南大众消费的第一品牌，满足了轻商务接待、朋友聚餐及家庭喜宴等宴会用酒。地窖深养，恒温生香，仰韶窖香为豫派兼香型产品，酒品优良，包装时尚，具有强大的产品力，深得经销商及消费者好评。对老百姓来说，这个系列的酒品质好，实惠又有面子。仰韶窖香获得“2012 河南市场最具成长性酒品牌”的

荣誉称号。该产品的推出，必将提升仰韶大品牌在终端的铺货率和占有率，充分释放经销商渠道潜力，为仰韶复兴奠定坚实的品牌基石。

仰韶酒业董事长侯建光的欢迎词讲到：“仰韶酒进入漯河市场已经二十年。二十年来，我们得到了漯河各级领导和经销商朋友的大力支持，并与漯河社会各界朋友结下了深厚友谊。我们立志为漯河的经济的发展做出最大的贡献，并将漯河市场作为公司的战略市场进行培育和打造。今年以来，随着市场环境的变化，高端白酒消费活力明显下降，一线名酒价格回落，中档白酒走上了市场主流价位，这为我们地产名酒提供了巨大的发展机遇。针对中档价位这个未来的黄金价格带，公司积极调整战略重点，以打造‘豫派兼香’为目标，全力塑造中原白酒风格特点，不断推动河南白酒影响全国。”

仰韶营销有限公司总经理卫凯，从今年的大环境解析了白酒营销进行了分析，并从营销战略、产品品质、市场基础、运作模

式、团队力量五个方面对仰韶窖香的优势做了详细的分析。他说：“仰韶窖香漯河上市发布会的举办，对公司来说是一个重大的战略事件，对于占领漯河中档市场，提升仰韶品牌的影响力具有特殊的意义。同时，也是厂商加深了解、增进友谊的一次良机。我们将对市场准确把握，科学分析，与大家肝胆相照，并肩奋进，占领中档市场，实现厂商共赢发展。”

在活动现场同时进行了专家评酒环节，仰韶窖香以清而不烈、酱而不苦、酒香幽雅、入口顺爽、圆润回甜形成兼香的独特风格赢得的各位品酒专家的一致好评。

上市会现场还进行了抽奖活动，经销商张爱国十分幸运地拿到了特等奖——五菱宏光车一辆，河南省酒业协会会长熊玉亮为他颁发奖品。会议在精彩的产品秀与丰富的演出中达到高潮，让现场嘉宾不仅品尝了仰韶窖香的醇香醇美，也享受到了盛大的视觉盛宴。