

热度不减,单月销量破万

解密全新一代BMW 5系热销的奥秘

高元元

这是个“体验为王”的时代,新技术与新理念能否成功,用户体验好不好是关键。45年,六代车型更迭,BMW 5系创造了全球累计销售830万辆的辉煌战绩,今年6月份,全新一代BMW 5系Li带着一身过硬的新技术来了。上市以后,全新一代BMW 5系Li不负重托,展现出了强大的竞争力,销量持续增长,10月单月销量已破万辆。



重塑细分市场 本土化战略的全面实施

深耕中国市场多年,宝马了解并看重中国消费者。全新5系Li充分体现了宝马产品开发人员对中国市场和用户的深入洞察。全新一代车型经历了与国际标轴5系完全同步的开发与测试流程。此外,全新5系Li针对中国市场推出13项专属配置。比如“天使之翼”般的迎宾光毯,提升乘坐者的尊贵感;超过5米的修长车身带来同级最长的3108毫米轴距;后排中央智能触控系统可掌控除驾驶之外的绝大多数功能,尽显尊贵;后轴空气悬挂、火山红色的Dakota真皮座椅等等都是中国专有配置。

在沈阳,宝马还专门建造世界顶级工艺水平的铁西工厂、大东工厂与动力总成工厂以及研发中心,拥有完整的汽车制造四大工艺车间和国际领先制造技术。

全新BMW 5系Li就在那里诞生,是迄今为

止实现国产的技术最先进,工艺最复杂的车型。

BMW 5系自2003年底实现国产以后,在中国的市场份额与影响力逐年攀升,第六代车型已赢得80余万中国客户的青睐。第七代BMW 5系在本土化战略的指引下,上市6个月,也交出了满意答卷,10月销量破万,11月达1.1万。

黑科技傍身 展现越级豪华

全新BMW 5系Li上,展现了强大的越级豪华产品力,有M运动套装和豪华套装两种模式可选,最大化地满足消费者的个性需求。

全新BMW 5系Li专为中国客户而生,面对年轻化的消费人群,新一代车型以超前的“五维人机交互系统”开启全面体验新时代。语音识别、手势控制、触控屏幕、iDrive系统以及热敏按键各有优势,能够满足用户在不同时刻、不同情景甚至不同心情条件下的车辆功

能操作;在10.25英寸的中央触控屏上,新的卡片式悬浮菜单呈现更具豪华感的悦目质感;后排中央扶手的后排智能触控系统具有可移动手持功能,像ipad一样操作方便。带星空车顶的全景天窗是同级独有的高端配置。

新一代车型在超高强度钢的使用量上提高了一倍,大量应用于车厢周围,不仅提高了车辆的安全性,抗扭刚性的大幅提升也让操控更加优异。大量铝合金材料的应用造就了更轻盈的车身。整车减重最大已达130公斤,而在减重的同时安全性也在同步提升。更加轻盈坚韧的车身,不但让车辆更灵活,更带来了同级中出类拔萃的燃油高效性。

基于对当代消费者追求全面豪华体验和精良品质的理解,在不断地传承与创新中,把越来越好甚至超乎想象的体验带给了5系用户。全新一代BMW 5系要的不是“不明觉厉”,而是切实满足用户的所有愿望,在新时代中让用户享有更出色的体验。

11月销量突破两万辆

长安马自达显现黑马特质

临近年底,各大汽车品牌都迎来了自己的年终大考,喜气洋洋地公布自己的销量数据和2018年规划。前不久,长安马自达的11月销量出炉,“魂动家族”销量再创2017年新高,终端零售量成功突破两万辆大关,令人眼前一亮。

“魂动”双子助力 长安马自达销量崛起

作为“魂动家族”中最受欢迎的新Mazda3 Axela昂克赛拉,销量近1.6万辆,增长势头不减,1-11月份,新昂克赛拉累计销量突破12万辆,月均销量突破1万辆。昂克赛拉自2014年5月进入中国市场以来,就凭借出色的“魂动”设计外观与卓越的操控性能,迅速成为国内年轻消费者追捧的运动型座驾。而今年上市的新昂克赛拉经过换新以后,销量便稳步增加,自5月起月销量一直稳居万辆以上。

第二代Mazda CX-5自9月下旬上市以来,凭借着全新的魂动设计以及“创驰蓝天”技术,受到了很多年轻消费者的青睐,订单量已超过1.3万个。并且马自达的“GVC加速度矢量控制系统”也已全面应用于第二代CX-5全系车型,这一系统不仅可以增加操控稳定性,还可以增加乘坐的舒适性。

第二代Mazda CX-5的火热还造成了经销商排队等车的情况,但长安马自达官方表示随着订单产能匹配加快,用户提车速度



将逐步加快。

品牌营销 传递匠心精神

长安马自达吸粉无数,利用粉丝去宣传品牌和产品理念的营销也被业界津津乐道。今年,长安马自达第四年在全国主要大城市展开的“驭马自由行”公益活动,将全国各地的用户代表不定期地聚集在一起,面对面沟通,持续倾听来自各层次用户群体的声音,也是长安马自达不断优化自身产品价值、营销方式、品牌形象的重要渠道之一。

此外,长安马自达牵手第二季《中国新歌

声》,节目网络视频正片播放量突破26亿次,节目新浪微博阅读量43.3亿次,讨论量突破600万;线下音乐互动活动影响覆盖超过70亿人次,也让昂克赛拉出尽了风头。

长安马自达一直强调在满足用户对车型要求的基础上,不断为粉丝、用户带去精神上的愉悦感。站在用户的立场,为用户提供其喜好和需要的形式和内容,真正将用户作为主角,深入到用户喜爱的活动形式中,传递长安马自达的营销理念及匠心品质。

长安马自达无疑是汽车市场中最具个性最独特的一匹黑马,年终的这一波抢购热潮,给长安马自达厂家、经销商和消费者都带来了更多的信心。