

# 为你而新, 皇冠以高品质致敬消费者

春归大地, 花开向暖, 315晚会为消费者发声, 为人们拥有高品质的美好生活保驾护航; 3月盛会件件实事惠民生, 各项举措暖人心, 意味着我们将开启一个新时代。

新时代下, 随着收入水平不断提高及消费理念的不断更新, 人们对汽车品质提出了更高的要求。作为时代的见证者, 一汽丰田皇冠也在新征程的路上加速前行, 为人们拥有美好的汽车生活而革新。



## 新阵容, 致敬新时代

三月, 迎来一个全新的时代。为迎接这个新时代, 皇冠在2017年底就推出了新的产品阵容: 五个级别体系耀世而出, 分别是先锋版、时尚版、运动版、精英版和尊享版, 并对不同级别进行了不同程度的强化, 满足消费者的不同需求。

其中运动版与原版相比, 不仅搭载了原高级别才有的18英寸20辐轮毂、235mm轮胎、PVM全景监控系统 and 雨量感应式雨刮器等, 还增配了换挡拨片, 让其性价比飙升。

同时其他级别也各有提升, 满足不同用户需求。例如时尚版, 在外观和内饰共同进化的基础上, 将原有17英寸5辐轮毂变更为新设计的17英寸10辐轮毂, 在时尚造型上, 多了几分尊贵。

级别体系的优化升级, 不仅让皇冠产品线的层次更加简洁清晰, 而且性价比和竞争力也大幅度提升。



## 新改革, 为幸福生活奋斗

为了致敬新时代的消费者, 皇冠对产品进行了全面革新, 外观、内饰和配置全面强化, 为人们拥有幸福的汽车生活而不断升级品质。

全新皇冠的革新, 在外观上一目了然。大面积熏黑涂装的前格栅呈倒梯形, 具有更强的视觉冲击力。玫瑰金色的装饰, 不仅让LED龙目大灯更加犀利有神, 也让皇冠的大徽标熠熠生辉, 彰显着王者本色。双边单出的排气管, 让本就张力十足的车尾, 平添了几分冲击力, 运动感更强。诸多时尚、科技和运动元素的采用, 增添了皇冠的高级感和舒适性, 让人倍感愉悦。

此外, 全新皇冠在内饰上也有所革新, 将室内灯升级为LED灯, 中控台和门内侧扶手的木纹装饰也进行了调整, 让全新皇冠的高级感、科技感显露无遗。

全新的外观和内饰, 升级的配置, 让全新皇冠的竞争优势更加明显, 获得了更多年轻精英人群的青睐, 成为他们为幸福生活而奋斗的陪伴者、见证者和辅助者。

## 新目标, 走下去定能达到

2018年一汽丰田确立了基础销售目标69.5万辆, 终极销售目标71.5万辆。皇冠作为旗舰车型, 将引领一汽丰田品牌不断向上发展, 为达成新目标进击, 贡献自己的力量。

在感恩回馈客户的大思维上, 皇冠始终遵循为客户贡献“四颗心”。即: “倾心”的产品、“安心”的服务、“省心”的渠道网络, 以及“开心”的营销举措。“四心”, 让客户尽享喜悦车生活, 拥有更多获得感、幸福感和安全感。

为了更好地实现2018年的目标, 皇冠将继续开展涵盖体验、文化、娱乐、跨界等内容深入人心的活动, 不断的回馈客户和提升品牌影响力。

为更好的回馈客户, 皇冠将基于一汽丰田“安享管家计划”, 打造全新的人·车·生活全程呵护体系。不断升级现有服务, 让消费者享受美好和谐的汽车生活。

因此一开年, 皇冠就动作频频, 不仅举办力度颇大的跨年感恩回馈活动, 还领衔了在镜泊湖的全系冰雪试驾, 让客户获得了更多的实惠和美好服务体验。

## 三大维度全面突破 东风雪铁龙重回赛道, 渐入佳境

2017年的中国车市整体笼罩在微增长的阴霾之下, 多年的高速发展, 车市进入“调整期”, 但东风雪铁龙却在困境中迎来了品牌调整升级, 蓄势聚能的关键时期。2017年, 东风雪铁龙从新品牌、新产品、新体验三个维度实现了全面突破。



### 提升品牌辨识度

雪铁龙在中国发展的这26年间, 在品牌形象上经历了三次重大的刷新, 每一次刷新都使品牌更加国际化、年轻化, 更具有辨识度。去年的上海车展上, 东风雪铁龙发布了全新的品牌TVC“ Inspired by you”(因你不同), 一时间年轻、活力、富有创造力的全新品牌形象深入人心。

新品牌带来全新的消费体验。为了增强中国消费者购车全程的尊享受, 东风雪铁龙遵循雪铁龙全球统一的全新形象标准, 对旗下终端网络进行了改造升级。据悉, 2017年, 以SUV天逸的重点城市为主, 已经实现了28家老网点的改造和12家新建新形象网点的建成。全新品牌形象展厅融合了雪铁龙品牌的法式基因, 更增强了品牌辨识度。

### 打造“舒适”标杆

2017年, 东风雪铁龙有全新爱丽舍

2017款、第三代C5和乐享中高级SUV天逸等新车上市, 形成一条SUV线和一条轿车线, 产品布局更加完善, 上市后, 产品销量表现也可圈可点。

尤其是天逸, 东风雪铁龙这款既在中国首秀也在中国首发的新型SUV, 代表着中国市场对于雪铁龙的重要性, 也肩负着雪铁龙创新和突破的使命。它定位于“乐享”, 试图打造同级别车型中最舒适的SUV。

以天逸350THP舒适型为例, 它被称为超具性价比的SUV, 外观让人过目不忘, 座舱环境静谧惬意, 即使作为入门级车型, 也标配米其林浩悦轮胎、冷藏式手套箱后排独立出风口等舒适配置。

东风雪铁龙的目标是成为汽车界中“舒适”标杆品牌, 成为用户最为推荐的主流汽车品牌之一, 经过2017年的挑战积累, 东风雪铁龙已渐入佳境, 在重回赛道的路上, 2018年表现值得期待。

## 捷豹路虎首个道路安全小卫士 体验区焕“芯”开幕

3月23日, 由捷豹路虎高科技铸就的首个“捷”伴安全路——捷豹路虎道路安全小卫士体验区在北京正式开幕。该体验区是捷豹路虎中国建设的首个规模化儿童道路安全教育固定场馆, 也是捷豹路虎在道路安全教育领域迈出的关键一步。

捷豹路虎道路安全小卫士体验区占地500平米, 是捷豹路虎以专业之“心”搭建的旗舰式道路安全教育及互动体验基地。体验区充分结合3-8岁儿童的知识结构、心理特点及兴趣爱好, 精心设置了“小小工程师”“安全小卫士”“未来梦想家”“超级实验室”四大特色功能体验区, 拥有23个专业互动体验设施, 涵盖了所有道路交通安全知识。

除了人们耳熟能详的体感互动系统、AR增强现实技术、VR虚拟现实技术、4D动感体验, 体验区内还将时下前沿的立体光雕投影、雷达触控与激光捕捉技术等新兴科技融入众多体验项目, 为孩子们打造情景式、沉浸式、交互式的学习互动体验, 有效帮助适龄儿童建立规则感、培育想象力、激发创造力, 启发他们对未来交通及和谐汽车社会的责任与思考。

今后捷豹路虎将深入北京及周边地



捷豹路虎道路安全小卫士体验区开幕仪式正式启动

区的社区、校园等地开展道路安全主题教育活动, 带动经销商、车主、员工、媒体等多方参与, 打造体验区—经销商—社区、体验区—校园—校外活动机构等创新公益链条。此外, 项目还将培养并招募优秀的儿童作为“安全小卫士”志愿者, 参与项目的主题公益活动, 让孩子们在作为项目受益者的同时, 也能成为道路安全项目的践行者与推动者。

捷豹路虎中国公共关系与企业传播执行副总裁王燕女士表示: “捷豹路虎秉持‘科技至善’的前瞻理念, 借助科技力量践行企业社会责任。这次全新推出的道路安全小卫士体验区, 将VR、4D、光雕投影等高科技融入其中, 以沉浸式的智能出行体验, 增强儿童的交通安全意识。我们也期待与社会各界力量‘捷’伴而行, 共建更加和谐的未来之‘路’。”