

爆火的“凡尔赛文学” 车市营销老手们驾轻就熟

文/章伊琦

“老公给我买了一辆兰博基尼,但是颜色好丑噢,直男眼光是真的差。”想必各位小伙伴已经在网络的各个地方都看到类似的文体了,这就是当下爆火的“凡尔赛体”,俗称“凡学”。

它先抑后扬自问自答,不经意地炫耀自己想炫耀的东西。其实这样的宣传方式早就在车企中广为流传,车市“凡学”由来已久。

比如久负盛名的凯迪拉克。在某届美国总统大选结束时,凯迪拉克出了这样一个宣传口号:“整整10个月的辩论、演说、拉票、逆转,只为坐上这个位子。”一语双关,既应景又将自己“总统座驾”的地位着重强调了一遍。这一出宣发,网友说可以给满分。

漫不经心 才华不宣于己口

凡尔赛文学的精髓在于要漫不经心,故作深沉地炫耀,深谙此道的还有“相爱相杀”的BBA(宝马奔驰奥迪),作为德系三驾马车的BBA早就领悟到“凡学”的进阶秘笈,借别人之口来夸自己。

当年宝马X1为了彰显产品年轻化理念拍了一个广告,将宝马X1车主塑造成热爱各种极限运动、热衷挑战自我的一类人,而在结尾处,路边停靠着一台盖着防尘布的奥迪,一个大腹便便的中年车主向

年轻人投来羡慕的目光,背部隐隐约约4个圈的火罐印子更是嘲讽。

宝马诞生100年之际,梅赛德斯-奔驰发布了一张祝贺海报,内容是:“感谢100年来的竞争,没有你的30年好孤独。”宣告大众,自己有130年历史,比宝马底蕴更深厚。宝马则回应:“君生我未生,我生君已老,向老前辈致敬,感谢你心中有我,未来的路我带你走。”言下之意,汽车的现在和未来都将由宝马引领。两个百年品牌之间没有价格战和恶意攻击,而是在彼此尊重的前提下竞争,亦敌亦师亦友,不仅把“凡学”运用得炉火纯青,还展现了品牌的风度与气概,赢得赞赏声一片。

低调炫耀 更显品牌底蕴

对于普通老百姓来说,“凡学”是低调炫耀自己的财富,而对于车企来说,本身就站在一个较高的台阶,他们的“凡学”则是要向上伸手,触摸自己品牌定位的天花板。

比如凯迪拉克,虽然一直处于豪华品牌领域,但是始终离一线豪华品牌有着些许差距,销量、口碑和市占率均只在二流水平游走,而“美国总统座驾”成为了其抓住品牌向上的唯一绳索。相比凯迪拉克伸长脖子向一线豪华品牌门槛挤的尴尬处境,BBA之间的互相调侃则体现了三个品牌长期处于豪华品牌霸主地位的悠然自得,倒是显得更为“凡尔赛”。这种略微“损人利己”的踩一捧一行为,让趋于平淡的三强之争暗生波澜。BBA相互间的明争暗斗,其实



也让三强的地位更为巩固,直白地告诉别的品牌:“不带你们玩儿。”

不过近年来车企的广告水平似乎略有下降,如此有新意的广告越来越少。简单、直白甚至有些洗脑已经成为了更多车企品牌的主要玩法。近期火爆网络的“凡尔赛体”其实早就已经被传统主流车企玩得炉火纯青,新兴品牌也没有这个底气调侃。归根结底,作为制造业来说,产品的品质好坏始终是大于宣传策略,积累起自己的品牌文化,才能将“凡尔赛体”玩得转。

上市一年销量破14万,广汽本田皓影缘何如此圈粉

“我喜欢它的外形,减法设计美学非常耐看,不愧是最美本田车。”“我喜欢它的王牌双动力,兼顾强劲驾趣”“我喜欢它是一款最智能中级SUV……”一千个车主就有一千个喜欢皓影的理由。

今年,广汽本田核心战略SUV皓影(BREEZE)无疑是中级SUV的大赢家。11月实现销量13,389辆,连续8个月销量破万。作为国内中级SUV市场的“实力新星”,皓影上市一周年累计销量突破14万辆,单月最高销量突破2万辆,稳居“万辆俱乐部”前列。

14万+粉丝 以本色之美引领风潮

无论是外观设计、智能科技配置,亦或是动力系统,皓影都很好地迎合消费者的不同喜好。因此,去年11月,当皓影以去除冗余的减法美学设计,汇聚Honda首次搭载的Honda CONNECT 2.0等先进配置本色上市,便迅速受到市场热烈追捧。从今年4月开始,皓影便跻身万辆俱乐部,单月最高销量甚至突破2万辆,直接问鼎中级SUV市场的“C位”。

今年前三季度,皓影累计销量突破10万辆,本色魅力持续焕发。上市一年,皓影累计销量成功突破14万辆。同时,在中国质量协会日前主办的《2020年中国汽车用户满意度指数测评》中,皓影荣获2020年市场关注新车(A级SUV)满意度第一名。

双王牌动力加前瞻科技 给粉丝十分安心

皓影快速大量圈粉,其前瞻科技与王牌动力的



加持,给了粉丝十分安心。

其安全科技配置堪称豪华,配备了Honda SENSING安全超感系统。将ACC主动巡航控制系统、CMBS碰撞缓解制动系统、FCW前方碰撞预警系统、LDW车道偏离提醒功能等集成于车辆的主被动安全体系,还支持L2级自动驾驶。还拥有基于G-CON碰撞安全技术,配备高效率碰撞安全车身——ACE承载式结构,并配备ABH自动驻车功能、HSA斜坡起步辅助系统等智能安全科技,给14万+粉丝十分体贴的安全呵护。

皓影的双王牌动力也实力圈粉。Honda全新1.5T涡轮增压发动机具备“缸内直喷”和“高响应涡轮增压”等技术特点,可实现输出扭矩远胜于传统自然吸气发动机,大幅提升燃油经济性。混动版本搭载的Honda最新第三代i-MMD双电机混动系统,可针对不同的行车路况条件,三种驾驶模式无缝自由切换。

超划算的购车优惠政策 和满分服务等着你

凭借强大的产品号召力,皓影“爆款”之名可谓实至名归。当然,皓影的热卖也与广汽Honda推出的满分服务有关。去年,广汽本田就在特约店实施DOC质量管理体系,推出全新服务品牌主张——Fun Link创享车生活。还有“客户经理制”服务体制,为每一位客户提供一对一的专业、专属服务。

而眼下,皓影不仅有整车“三年或十万公里”及动力电池“十年或二十万公里”的双重高标准保修政策,2020年12月31日(含)前购买皓影锐·混动,还可享受3年6次(含首保)免费基础保养的“保养无忧礼”。另购买皓影全系车型最高可享36期0利率,购买皓影全系车型均享12月额外万元礼包,相信它一定会让你怦然心动。 林燕