



第八代索纳塔在北美市场成功上市后,一路高歌猛进,4月8日,第八代索纳塔携海外市场的骄人业绩在中国上市,售价16.69万元至24.99万元。上市现场,北京现代发布了全新品牌口号“New Thinking, New Possibilities”和品牌定位“引领潮流,品位睿智(Intelligent & Stylish)”。

北京现代总经理卢载万表示,通过发布全新企业品牌口号和品牌定位,以系统的品牌战略指导经营理念,再形成合力,强化品牌价值,在中国市场形成高品位的、睿智创新的、值得信赖的企业形象,最终成为强势品牌是北京现代重塑形象的目标。

业内人士认为,北京现代旨在以品牌力强化为核心,带动产品力、营销力双管齐下,相辅相成,三力合一,持续强化品牌价值,共同谱写北京现代“第二次飞跃”。

价格优势和配置优势傲视同侪

上市现场,在北京现代常务副总经理李峰公布第八代索纳塔售价的那一刻,在场的媒体记者和经销商一片欢呼。一位经销商兴奋地告诉记者,配备6速手自一体变速箱的入门级车型只卖16.69万元,这简直是不可思议。此举彻底打破了现有B级车市场的配置格局,给竞争对手带来了巨大的压力。显然,这样的定价策略给经销商带来了极大的信心。该经销商还表示,凭借着巨大的价格、配置优势以及出众的设计,第八代索纳塔肯定会取得巨大的成功,月销万辆也并非没有可能。

现场的一位资深行业专家表示,第八代索纳塔的价格优势和配置优势非常明显。雅阁2.0L入门级车型售价为18.68万元,配备的是一款5速手动变速箱,最便宜的自动挡雅阁(SAT)则需要20.28万元;凯美瑞的入门级车型售价为18.28万元,配备的是一台4速自动变速箱;新君威的2.0L入门级车型的售价为18.49万元,配备的是6速手自一体变速器;马自达睿翼入门级2.0L车型配备了6速手动变速箱,售价为17.68万元,最便宜的2.0L自动挡车型配备了5速手自一体变速箱,售价为17.98万元。而采用更先进6速手自一体变速箱的第八代索纳塔仅售16.69万元,拥有更多高科技配置的2.0GLS AT自动领先版也不到18万元。第八代索纳塔的价格优势可见一斑。

第八代索纳塔的配置优势也非常显著,除入门级车型以外,第八代索纳塔还配备了ESP车身电子稳定程序、HAC上坡辅助系统、倒车雷达,DLX及以上级别的车型还配备了更先进的VSM车辆稳定控制系统、倒车影像、电动天窗、智能迎



宾灯管系统、智能钥匙一键启动系统、前排座椅电加热等。此外,第八代索纳塔更开创性地采用了HAC上坡辅助系统,而竞争对手雅阁、凯美瑞、君威、睿翼等车型目前均未配备。

据了解,北京现代还为第八代索纳塔量身定做了“尊享5S计划”——包括自购车之日起,尊享为期一年的免费道路救援、每位索纳塔车主都将拥有私人专属服务团队、尊享哈佛商学院授课机会、前10000名购车用户还可以获赠三星P1000智能平板电脑一部。这一计划所体现的,不仅是北京现代在营销服务方面的全面升级,更是创下了中高级轿车最高服务标准。

品牌力：  
借全新品牌战略谋求“第二次飞跃”

自2002年创立以来,北京现代取得了飞速发展,“现代速度”蜚声业界,“现代品质”也日益深入人心。北京现代在刚刚进入中国市场的第一年,销量只有5万辆,转至2009年销量已经跃升至57万辆,2010年更是达到了创纪录的70.3万辆。由此,北京现代从市场的后来者迅速跻身车企第一阵营,同时也成为达成200万辆销量用时最短的合资车企。这其中增长的不仅仅是销量,更是北京现代品牌的天日趋成熟,而随着品牌力的不断攀升,也促成了北京现代的“第一次飞跃”。

随着2012年第三工厂的竣工,北京现代将达到年100万台的产能。为了对应100万的体系能

力,给全国300万用户提供更好的服务,北京现代的下一步核心任务是通过进一步强化品牌竞争力,来实现“第二次飞跃”,借此充分展现品牌口号“New Thinking, New Possibilities”所蕴含的企业精神。

卢载万表示:“北京现代第二次飞跃要达到的目标,就是要跨入一个崭新的阶段。那就是,为了实现‘睿智、时尚’全新品牌定位,不断提升消费者生活品质 and 开创汽车生活品质的全新阶段。”

产品力：  
高端化产品打造高端化品牌

作为全新旗舰车型,第八代索纳塔以“智能(Intelligent)、时尚(Stylish)”为开发理念,通过突破性的智能科技与时尚、现代感的造型设计,带给中高级客户优雅、动感和智能的感受。时尚动感的设计契合新兴中高级消费者的审美观;完备的智能科技配置,传递了前所未有的舒适享受,更倡导了全球最新潮流的品位与智慧的生活方式。第八代索纳塔完美诠释了北京现代“引领潮流、品位睿智”的全新品牌精神,承载着“睿智,时尚”的北京现代新形象。

第八代索纳塔定位全球品质的智能科技动感座驾,是一款超越“五星之美”的突破之作。它突破中高级车外观的“流体雕塑”时尚设计,线条简约明快,中控台也以象征柔美的兰花线条作为设计蓝本,显得十分精致、优雅,加之三片式大型

全景天窗尽显“动感之美”;智能迎宾灯光系统、座椅及后视镜带记忆功能以及VSM车辆稳定控制系统、TPMS胎压监测、HAC上坡辅助、ESS紧急刹车提醒等高端配置开启了其“智能科技之美”;车身采用热冲压工艺设计,超高张力钢板的大量使用,分散碰撞冲击力的底盘结构、坚固结实的车身,6个安全气囊、主动式安全头枕、双预紧安全带等安全配置及美国NCAP综合五星评价为其带来“安全之美”;从动力上来看,第八代索纳塔拥有2.0L和2.4L两种排量,并匹配6速手自一体变速箱。2.0L车型最大功率达121 kW,最大扭矩198N.m,动力输出远远大于同级别发动机,相比2.0L的霸气,2.4L车型也毫不示弱,最大功率达132 kW,最大扭矩231N.m,充分演绎了第八代索纳塔的“动力之美”;2795mm的超长轴距为前后排的乘客提供了宽敞舒适的空间,并成为中高级动感座驾中的空间之王,“空间之美”名副其实。第八代索纳塔将动感的设计、尖端科技、尊贵的感受和超五星安全品质融于一身,为现代时尚都市精英带来尊贵体验,将北京现代旗舰产品的产品力提升到前所未有的新高度。

营销力：  
升华品牌价值 提升企业形象

为齐心协力最终向消费者传达全新的品牌形象,同时给客户带来更多价值,北京现代配合第八代索纳塔高品位、智能的产品形象,启动了创新的多元营销策略,鲜明地传达给客户“引领潮流、睿智创新”的品牌精神。

此外,北京现代的文化营销、体育营销也不断创新。与人气偶像明星金城武(悦动)、李孝利、潘玮柏(g30)、王力宏(瑞纳)代表的时尚文化不同,第八代索纳塔携手百老汇顶级音乐剧《妈妈咪呀!》将北京现代引入高品位、高雅文化的殿堂,而从2011亚欧乒乓球全明星对抗赛到即将开始的2012年的欧洲杯、2014年的巴西世界杯等顶级体育赛事赞助活动,将更加强化第八代索纳塔动感、智能的车型形象和北京现代睿智、时尚的企业形象。

全新的品牌战略以及第八代索纳塔的上市,承载着北京现代“第二次飞跃”的梦想和对中高级车市的信心。业内人士分析,通过从品牌到产品及营销链条的脱胎换骨的变革,北京现代持续强化品牌价值,华丽转身的大幕已经拉开,北京现代这艘巨轮正在加速驶入品牌制胜的新蓝海。

本版组稿 本报记者 周明喜

