



巴西世界杯如火如荼地进行之时,以央视5套为代表的体育类媒体平台,承载了铺天盖地的“汽车体育营销”广告。而在电影市场,《变形金刚4:绝迹重生》(以下简称《变4》)也大有横扫暑期档之势,吸金能力令人瞠目。首日票房近两亿元,首周即突破6亿元,片中众多的中国元素无疑是在中国市场高票房成绩的助燃剂。随着影片的热映,代表中国汽车品牌首次圆梦好莱坞的广汽传祺也进入了全球数亿影迷和车迷的视野,完成了中国汽车品牌国际化的华丽一变。

中国汽车品牌首次亮相好莱坞

谈起《变形金刚》,人们首先联想到的汽车品牌是雪佛兰。在《变4》中,由于中国戏份的加大,一个能代表中国汽车工业的品牌就成为剧情的需要。而2013年高调亮相底特律车展,并获得广泛关注和认可的广汽传祺也自然而然地进入了《变4》剧组的视线,就此开启了“中国汽车人”的国际化新征程。

在《变4》香港首映礼期间,广汽传祺在香港中环-环球大厦和大公报电子屏投下广告;在《变4》纽约首映礼期间,广汽传祺又在纽约时代广场最大的电子显示屏——纳斯达克电子荧幕和路透社电子荧幕上投下广告,吸引了众多投资者和数十万游客驻足观看,成为又一个成功走进纽约时代广场的中国企业。

随着《变4》全球同步上映,更多目光聚焦在这个首次出现在好莱坞银幕的中国汽车品牌身上。在电影中无论是作为“高大上”的军方公务用车出现,还是作为“城市精英”李冰冰首选座驾出现,传祺都精准地把握了“角色感觉”,表现毫不逊色于世界级豪车。网友生动地将《变4》中出现品牌的场景描述为:李冰冰娴熟地驾驶广汽传祺大秀车技,狂甩凯迪拉克、奥迪等一众豪车,还有路边淡定飘过的乐视TV大巴车……

作为《变4》的合作方,广汽传祺旗下3款车型E-JET、GS5、GA5频频出境,借助

圆梦好莱坞 广汽传祺加紧国际化步伐

好莱坞娱乐大片的全球影响力,提升品牌认知度,加速海外战略。这个诞生之日即定位中高端市场的中国汽车品牌,日后足以借题在营销层面大做文章,以打造高端国际化的品牌形象,未来进军海外也有了更丰富的宣传资本。

传祺海内外娱乐营销愈发成熟

广汽乘用车总经理吴松坦言,从全球汽车市场来看,传祺作为一个新入者,品牌比较新、溢价不高,还需要比较长的时间和采取比较恰当的方式。当初决定与《变4》的合作,正是希望借此机会将传祺的知名度和口碑在全球范围推广。

搭乘变形金刚这列国际快车,传祺在国内市场打出品牌、销售组合拳,借势推出传祺GS5 2014 增值版车型,以及变形金刚限量版精品套装,并开展“传祺金刚优惠季”系列促销;区域“传祺英雄闯关试驾会”活动也火爆揭幕,让消费者近距离体验传祺金刚品质。此外,厂商还组织《变4》专场观影团,推出“传祺金刚”互动游戏,用户只需扫描二维码就可以和虚拟的变形金刚动画合影拍照……丰富的促销体验活动,为消费者带来一场金刚传祺饕餮盛宴。

相对于国内市场的节节攀升,进军好莱坞,更大意义在于传递广汽传祺“中国梦、世界车”的决心和信心。作为中国自主品牌汽车的典型代表,广汽传祺的国际化战略此次迈出历史性一步,这极大地显示了中国车企搏击国际市场的强大决心和远景规划。中国车不再仅以性价比打市场,而是更加注重品牌和口碑。剑指国际市场,广汽传祺的口碑营销已经走在前头。

代表中国最高水平汽车的自信亮相

通过与《变4》的合作,传祺向全球观众秀出主打车型的出众性能、公务车市场的领跑优势,以及在新新能源汽车开发领域的成就,可谓一举多得。影片中精彩表现的背后,是传祺6年磨砺的“硬功夫”:自诞生之初就立足全球,融汇广汽20多年合资中高端车精工制造经验,汇聚全球十大顶尖供应商,形成能够从设计源头到零部件采购、最终到整车装配的体系化品质保障生产模

式。上市3年多来,传祺的“品质制胜”路线取得了切实成效。

秉承“为亲人造车”的理念,传祺以高起点、高品质、自主创新为特征的“传祺模式”,在研发、技术、制造、质量水平等方面不断取得突破,使得传祺车在中国市场取得了跨越式增长的佳绩。2010年底上市至今,从只有1.7万台的销量到8.5万台、实现盈利2.5亿元的佳绩,广汽传祺实现了销量三级跳,远远超过国内自主品牌的综合增长率。

在汽车市场,有一句很经典的评语,“真正的好车是开出来的”。这句话的本意是,无论价格、档次或是宣传推广,最终决定一个汽车品牌畅销和发展壮大的还是品质。广汽传祺造车的精髓,就是一切以品质为先。所以,当广汽传祺以97分的成绩远超行业119分的平均水平,荣登J.D.Power 2013中国新车质量研究排名中国品牌榜首时,确实对这个年轻的自主品牌是巨大的鼓舞。

同样在2013年,传祺在国内公务车市场可谓大放异彩。在解放军总装备部机关公务车招标中,传祺1.8T车型以领先第二名5分多的优势,斩获军方采购大单。这一现实情况被真实地反映在《变4》的剧情中,传祺车作为军用公务车整齐地出现在盘古大观前,沉稳大气。令观众在惊叹迈克尔·贝的对中国元素拿捏如此准确的同时,更信服于被好莱坞重新诠释的广汽传祺的品质与自信。

这份自信更展现在广汽传祺每一次的公开亮相。近年来,通过连续参加澳门车展、北美车展等国际性车展,赞助中澳沙漠大穿越、亚运会、东盟博览会等国际盛事,传祺在积累国际化运作经验的同时,也为进军海外市场夯实了基础。广汽传祺今年的国际业务运营策略是:导入并逐步完善海外品牌体系,树立中高端汽车品牌,并借助国际乒联世界乒乓球巡回赛、《变4》电影及海内外大型国际车展传播广汽

传祺的品牌。

作为中国-东盟博览会等多个高端盛会的VIP礼宾用车,广汽传祺以卓越的品质和优质的服务为全球贵宾留下了极为深刻的印象。中国-东盟博览会秘书处副秘书长黄平西表示,之所以选用广汽传祺作为大会的惟一官方指定用车,一方面是看中传祺安全可靠的优异品质;另一方面是近年来东盟国家的汽车消费能力不断提高,市场空间巨大,博览会希望通过本次与广汽传祺的合作,开拓东南亚汽车市场,为中国汽车品牌走向世界创造更多商机。

品牌先导拓展国际市场

年初,吴松为广汽制定了“有谋有动,整体布局,稳步发展,重点突破”的全球市场战略方针,以各大洲重点市场为据点辐射周边区域市场,完成对18个国家的网点布局。广汽传祺的海外拓展区域重点以科威特为样板,开拓沙特、阿联酋等中东市场;东欧地区开拓俄罗斯、乌克兰等市场;南美地区以智利为样板,拓展秘鲁、哥伦比亚、巴西、阿根廷等市场;非洲地区以阿尔及利亚、尼日利亚为重点市场;东南亚及中亚地区则以泰国、缅甸、柬埔寨等为重点市场。

分级基金二八轮动 创年内最大周涨幅

近日,市场继续放量拉升,杠杆基金“满血复活”走出年内最大周涨幅,其中银华300B大涨41.49%,排名榜首;老牌分级银华锐进涨19.48%;银华鑫利上涨14.3%。资金追逐的热点也呈现明显“二八”轮动现象,从前期套利空间较大的小规模行业分级,转向具有杠杆优势的蓝筹分级,银华锐进、银华鑫利等。

近期沪指一度收复2200点,周五尾盘略有回落,最终周涨幅定格在2.76%,而深成指更是大涨4%。分级基金继续扮演着反弹先锋的角色,纷纷创出年内最大周涨幅,51只股票分级杠杆份额平均周涨幅达到11.39%,因市场萎靡而略显颓势的分级基金满血复活。

对于本周市场操作,建议关注老牌龙头银华锐进、银华鑫利,待行业分级的溢价套利风险释放后,可重新关注。(红心)

首期中国医院院长人文素养高级研修班在京举办

近日,首期中国医院院长人文素养高级研修班在清华大学举办,来自全国多个省市的50余位三级医院院长、副院长参加了此次研修班。

中国医院院长人文素养高级研修项目,由卫生部人才交流服务中心主办、中国华侨公益基金会设立的“正心正举”专项基金提供经费支持,于今年5月正式启动,是国内首个以弘扬社会主义核心价值观、提高三级医院院长人文素养为核心的综合性高规格研修项目。研修班邀请权威机构的专家、学者进行授课和交流,计划于年内举办三期。(芳芳)

省钱、好开、绿色出行,和悦iEV4车主畅谈生活新体验



想买车却顶不住蹭蹭上涨的油价?摇号就等于买彩票,揭开总是“谢谢参与”?如果你考虑了选择一辆环保、科技的新能源车成为你的座驾,千万不要以为纯电动车还是动辄十几万元甚至几十万元的“高大上”产品。7月15日,江淮和悦iEV4,即江淮和悦第四代纯电动车在北京正式上市,售价补贴后仅为7.48万元。目前,北京已有逾130名市民开上了iEV4车型。

口碑时代,好车不能只是道听途说,真实体验才是王道。和悦iEV4是如何吸引了挑剔的准车主,一辆纯电动车又将给车主带来怎样的新改变?对此,记者采访了来自北京的iEV4车主——高明,一个沉稳朴实又带着浓浓文艺范儿的年轻人、一名会弹钢琴又会唱歌的公务员,一起感受一下他购车后的新生活吧。

购车用车无负担

生活在北京这样的大城市,像众多普通车主一样,高明无可避免地更在乎车辆的经济性,上下班高峰期、拥堵的道路,高涨的油价……都成为头疼的事情。决定买车,最主要是因为家与工作单位之间的距离实在太远,坐公交车来回3个小时。于是,他加入了北京新能源车的QQ交流群,

重点关注iEV4车型,收集到很多车友对iEV4良好的评价。冲着省钱、好开这两点,他在今年年初购买了一辆iEV4纯电动车,官方售价为16.98万元,加上国家和北京市的双重补贴9.5万元,实际价格仅需要7.48万元,同时可以参加新能源车单独摇号,买车完全没压力。

“开这车最大的优点就是省钱。有一次开车出去接朋友,19度电跑了160公里,平均下来1公里合不上几分钱,相比燃油汽车实在是太划算了。在北京的早晚高峰期,频繁踩刹车,换挡避免不了,iEV4是天然的自动挡,踩刹车不仅不耗电,还能能量回收。”

生活大不一样

拥有iEV4之后,高明过起了轻松自在的有车生活。最大的变化就是生活的半径更加拓宽了,以前周末时间就只在单位或者家的附近活动,现在直接开车上路,迈开了到周边城市追求美食、旅行踏青的步伐。有车的便利性和自豪感也让他感觉生活更加惬意,喜欢邀请朋友到家做客,然后开车去买菜、亲自下厨、谈天论地、弹弹钢琴。当然,也碰到好多对新能源车不了解的朋友问他,纯电动车安全吗?被水泡了会不会漏电?充电

是不是很麻烦?面对这些问题,高明一点都不担心。

“我很相信iEV4的安全性能,这是有数据可以证明的。至今接近5400台和悦iEV4累计行驶超过6000万公里,并没有发生一例安全事故。车身也能提供多重安全保护,浸水时不论车是否行驶,都不会出现漏电现象。充电也很方便,可以安装家庭使用简易充电设备或在家用插座上慢充,也可以选择直流充电桩2.5小时充满,1小时充满80%。”

另外,江淮在北京设立了5家新能源车服务网点,能满足销售、维修维保、服务监控等相应要求。其中一家距离高明的工作单位只有20分钟的车程,这也让高明购买iEV4车型完全没有后顾之忧。与此同时,和悦iEV4承诺5年或10万公里超长质保,全面而精准的电动车专项保养项目,让车主可安全无忧地享受有车生活。

随着在北京地区的正式上市,和悦iEV4让更多用户轻松乐享节能减排的环保出行,感受科技创新带来的绿色生活。就像高明所说,一辆车足以改变一个人的生活;拥有一辆环保、经济的和悦iEV4,也将为它的车主带来不一样的生活新体验。(小雨)

