



# 汽车周刊

每周三出版

## 首个自主品牌动力战略 “长安BlueCore” 广州车展发布

本报讯 紧跟大众、奔驰等国际巨头之后，来自中国的自主品牌长安汽车，也即将步入“Blue动力时代”。近日，记者从长安汽车获悉，继在9月法兰克福车展首次亮相之后，国内车企中首个全新动力品牌战略“长安BlueCore”即将在下月广州车展正式发布，与世界共舞领先动力技术，彰显自主品牌打造世界一流汽车企业的雄心。

### 倡导节能环保 “Blue动力”将驱动世界未来

能源紧张已给汽车业的发展形成了现实的冲击，尾气污染给城市环保提出了更高的要求，节能环保已经成为汽车市场发展的趋势。

大众、奔驰等国际巨头已经推出了“Blue Motion”、“BlueEFFICIENCY”等相关的动力技术路线。业内专家对此表示，节能、环保是汽车产业发展的新趋势，也是适应现代社会和谐发展的需求。

### 油耗五年降30% 长安BlueCore全球亮相

作为中国自主品牌的代表，近日，长安汽车董事长徐留平在成都全球汽车论坛上表示“节能、环保技术是长安核心的核心、重点的重点，长安正在研发新型发动机、新型节能环保整车及纯电动汽车，可让平均油耗在五年之内降低30%，二氧化碳排放下降35%。”

经过不懈探索和努力，长安汽车近年来节能减排动力技术成果颇丰，奔奔mini搭载的发动机创造了行业节油新纪录，多款媲美世界一流水平的高效节能的发动机先后成功研发，加速了长安汽车在自主创新领域的进程。

目前，在重庆两江新区鱼嘴基地，长安正在打造国内最大的绿色小排量发动机基地，预计全部投产之后总产能将达到200万台，全面提升动力、节油降耗水平。

法兰克福车展亮相的长安汽车“BlueCore”动力品牌战略，更向世界全面展现了长安汽车在动力方面的自主创新能力

据介绍，“BlueCore”动力品牌战略涵盖了长安汽车自主研发的TEI、J-GDI、TC等动力提升技术和CVT、IMT、DCT、D-CVVT等先进变速箱技术，可以与当今世界上流线的发动机媲美，预计将于广州车展上正式发布。

“Blue动力时代”，世界巨头均“摩拳擦掌”，作为自主品牌的长安汽车，率先推出“BlueCore”动力品牌战略，展示了长安汽车进军世界一流汽车企业的信心和壮志雄心，与世界领先技术同步，引领动力技术进入新阶段。



“体育，拥有改变世界的力量！”南非前总统曼德拉一语道出体育的重要性。做为无国界的世界语言，体育受到的关注度和影响力都非常巨大。体育营销被日益重视起来，越来越多的品牌加入到体育营销的队伍中。

# 接轨国际高端赛事

## 海马抢占体育营销制高点

本报综合消息 多年以来，做为自主品牌代表的海马汽车一直坚持体育营销的战略，不仅积累了丰富的经验，也为自己自主品牌的体育营销领域占据了一席之地，从而赢得越来越多消费者的关注和认可。而10月28日刚刚圆满落幕的2011年“环海南岛国际公路自行车赛”，正是海马汽车抢占体育营销制高点而打得漂亮一仗。

### 持之以恒 让品牌在消费者心中扎根

品牌的成长需要日积月累，这就决定了体育营销不能是昙花一现的短期行为，而是长期、持续性的战略规划，应该与品牌发展的长期战略保持一致。海马汽车对环岛赛的赞助，正是看中了该项赛事的发展潜力，符合海马汽车品牌中长期发展的战略规划，从而坚持了6年。事实证明，海马汽车的坚持，是正确的选择。

6年来，环岛赛凭借海南国际旅游岛独特的赛道魅力，吸引了越来越多高水平的车队及车手参赛，使得竞技水平不断提高。如今，环岛赛已经是国际自行车联盟注册的“亚洲顶级”(2.HC级)赛事，有“亚洲环法”之称。本届比赛，更是吸引了来自全球5大洲的19支车队，以及众多世界著名车手前来参赛，影响力可见一斑。与国际高端赛事的接轨，使海马汽车能够向世界各国选手展示自主品牌的风采，提升海马产品的知名度和国际形象。

海马汽车体育营销的坚持不仅围绕着赛事赞助，同时还涉及到体育赛事本身。从2005年开始，海马汽车就在中国房

车锦标赛(CTCC)的赛道上崭露头角，并始终坚持，成绩逐年提升。今年，海马汽车更是凭借稳定出色的发挥，一举登上积分榜榜首的位置，充分证明了海马汽车产品杰出的品质性能。

对此，海马汽车销售公司总经理吴刚曾经表示：“不积跬步，无以至千里。体育营销对品牌的建设不会立竿见影，因此，唯有持之以恒，体育营销才会发挥应有的作用，让海马汽车的品牌形象在消费者心中扎根。”正是海马汽车在体育营销领域的脚踏实地、不断坚持，把体育的影响力与号召力的优势充分利用，使得其品牌、产品形象，不断深入，赢得了越来越多消费者的认可和信赖。

### 量体裁衣 操作体育营销的关键所在

其实，体育营销并非处处散发迷人风采。对于自主品牌而言，实施体育营销战略，要量体裁衣、逐步切入。做为自主品牌代表的海马汽车认为：“体育营销改变的不仅仅是人们一时的消费行为，而是人们深层意识里对企业品牌文化的认同。体育营销和自身企业精神、品牌理念，以及产品品质之间必须有密切的关联度才会取得好的效果，引起消费者的共鸣，有效提升品牌的知名度和美誉度。”

海马汽车携手环岛赛，鼎力支持此项赛事，就是看中自行车运动所体现的优雅、健康、动感、追求等品质，符合海马汽车时尚、运动的品牌形象和一直所倡导的生活方式；同时，自行车赛事的运动员们充满激情和永不言败的精神也正如

海马汽车的企业精神。

近期，海马汽车赞助的“桑普拉斯&萨芬网坛传奇中国行”，也正是因为网坛高雅时尚、充满活力、倍受年轻人青睐的运动特色，和海马时尚、动感、年轻的产品特性相契合。而两位网坛的传奇人物在网坛赛场展现得硬朗绅士风度，也恰好诠释了海马骑士2012款都市SUV硬派绅士的气质。

由此可见，海马汽车非常注重将体育赛事的特点与企业精神和产品的特点相融合的实施，都是在寻找品牌与体育文化的结合点之后，将体育项目所蕴含的文化因素与品牌核心理念联系在一起，从品牌内涵中寻找与体育运动相通之处，并达到体育营销事半功倍的最佳效果。可以说，海马汽车真正找到了操作体育营销的关键。

点评：体育营销作为企业与消费者沟通的重要工具，能在潜移默化中把品牌文化与消费者产生关联，以此塑造出来的品牌形象更能贴近消费者的情感需求，使人们对企业文化产生认同和共鸣。

而海马汽车在体育营销上，一直结合企业的实际情况，合理利用这颗当今品牌商战中有效的营销棋子，坚持借力体育赛事，充分挖掘出体育营销的巨大潜力，从而成功的抢占制高点，通过体育健康、积极、进取等良好形象以及各项运动所特有的文化内涵，在体育营销过程中无形地融入品牌，从而达到提升整体品牌形象的目的。



## 选什么车安全省油?

导购爱唯欧、新阳光、锋范、POLO

本报综合消息 买车就是买安全!这是购车者必须首要考虑的,不能持有侥幸的心理对待!

在经历了金九银十的购车假期后,2011年最后一个春节购车热潮即将到来,对于持币购买的客户,在10万区间以内的车,如何选车?怎么选车?在此记者推荐几款关注度比较高的车型爱唯欧、锋范、阳光、POLO给大家参考!

### 安全PK

爱唯欧获得欧洲E-NCAP碰撞安全测试五星评级,还获得IIHS(美国公路安全保险协会)“最高安全车型”。采用BFI车架一体化结构,高强度钢比例64%,屈服强度达1250MPA同级高出2-3倍。整车采用结构胶工艺,车顶采用一体冲压钢结构设计,而且车顶可承受高达5吨重量,翻滚可承受4.2倍车重的冲击。POLO获得C-NCAP五星评级,锋范上市以来,厂家没有过多关于锋范碰撞安全测试的相关信息;新阳光获得C-NCAP中国汽车碰撞安全测试四星评级。

这里需要提醒大家,欧洲的E-ncap是具有权威的测评机构,日本也有相关的公益性质汽车碰撞测试机构。但是中国的C-NCAP与他们相比还差的很远。

因此在安全PK排名分别是:爱唯欧、POLO、新阳光、锋范。

### 节能PK

爱唯欧:入选节能补贴,综合油耗6.0L/100KM,有1.4L、1.6L两款发动机,1.4LDOHC发动机,其最大功率、扭矩分别为76kw/6000rpm、131Nm/4200rpm;1.6L车型则使用ECOTEC DVVT发动机,其最大功率、扭矩分别为89kw/6000rpm、155Nm/4000rpm。爱唯欧采用通用汽车全球平台的五速手动变速箱和GF6,先进的发动机加上IVGS技术,省油程度超乎想象。

POLO:没能入选节能补贴,综合油耗6.9L/100KM,其最大功率、扭

矩分别为82kw/5600rpm、139Nm/4000rpm。

锋范:没能入选节能补贴,综合油耗6.5L/100KM,i-VTEC发动机1.5升发动机最大功率、扭矩分别88kw/6600rpm、145Nm/4800rpm。

新阳光:入选新节能补贴,综合油耗6.1L/100KM,1.5升直列四缸发动机,与玛驰的发动机相同,但它们之间还是有区别的,使用了双C-VTC可变气门正时技术,最大输出功率、扭矩分别为82Kw/5600rpm、139Nm/4000rpm。

节能PK排名:爱唯欧、阳光、锋范、POLO。

### 空间PK

爱唯欧长宽高分别为4399MM/1735MM/1517MM,其宽度在四款车里排名第一,高度与阳光仅差了1MM。POLO长宽高分别为3970MM/1682MM/1462MM,空间不占任何优势。锋范长宽高分别为4400MM/1695MM/1470MM,除了高度不够,其他空间还可以。新阳光长宽高分别为4426MM/1696MM/1518MM,长度空间略大,宽度排在第二位。

空间对比中,除了POLO空间较小,另外三款车型空间不相上下。

### 外观PK

爱唯欧2011年上市的新车,机车运动风格设计,外型特立独行,唯我个性,立体头灯,大胆的设计风格前无古人后无来者;

POLO:德国人设计的车,外形一直不能被东方人所接受,但POLO在这方面应该还是尊重了东方人的观念,外形还是突破了以往的设计,就是“眼睛”小了点。

锋范给人一种中庸的感觉,整体感觉还是不错的,只是在大灯和尾灯的设计上,可能还不够前卫,但还是可以接受。

新阳光:有人说,这是款比较老气的车型,其实如果你了解它定位的客户群后,就能明白一切了,其设计上主要还是迎合35岁以上的人群口味。

www.landrover.com.cn 服务热线:800-820-0187 400-820-0187

landroverchina.com.cn/ourplanet

## 私享·陆地飞行之悦

全新揽胜运动版5.0L/5.0L机械增压型

全新揽胜运动版5.0L/5.0L机械增压型,引擎高达625Nm/375kW巅峰动力,驱理久负盛名的“路虎全地形反馈适应系统”,首创创新尖端动态技术“自适应动态稳定系统”,可对行驶车辆进行高达每秒4500次的智能地形判断,作为全方位运动奢华SUV的代表作,揽胜运动版公路行驶性能卓越,超越能力,都堪称行业翘楚。环绕声学挡风玻璃的运动型飞行驾驶式座椅,配备Hanman Karoon LOGO 7音音响系统,路虎传奇式的指挥台式座椅,工艺精湛,品质尊贵,一应俱全的非凡气度与全方位极致性能,揽胜运动版5.0L/5.0L机械增压型驰骋于地表天际间,尽享陆地飞行之悦。

尽享全方位运动奢华SUV难以抵御的非凡吸引力,敬请致电或亲临海南中汽南捷路虎展厅。



路虎·揽胜运动版 顷刻·已倾城

RANGE ROVER LAND ROVER

路虎中国授权经销商:海南中汽南捷汽车销售服务有限公司 地址:海口市南海大道135号(第一汽车城内) 销售热线:0898-31918888 31916666 深圳中汽南方集团成员 09年度全国十大汽车营销集团