

严刚：安全是最大的“敬客经营”



近日，C-NCAP 正式发布了 2013 年第四批碰撞测试结果，江淮瑞风 S5 成功获得五星安全评价。对于一直大力贯彻实施“敬客经营”理念的江淮来说，瑞风 S5 获得五星安全评价有更深一层的意义：为敬客经营提供了一个有力的安全注解。

产品的安全显然在江淮的敬客经营理念中占据着重要位置。江淮汽车股份有限公司副总经理严刚就瑞风 S5 获得五星安全评价接受记者采访时就表示：“安全是最大的敬客经营，瑞风 S5 在 C-NCAP 获得五星评价是敬客经营成果的一次体现。”

立足客户价值，不惧严苛考验

C-NCAP 碰撞测试是目前国内最为权威的碰撞测试之一，自 2012 年沿用新的碰撞

标准后，不仅碰撞速度更高，评分尺度更严格，其安全评级也成为消费者选车的重要参考。基于此，众多品牌车型视 C-NCAP 为体现产品安全性的最佳平台。在本次碰撞测试中，共有包括合资、自主品牌在内的十三款车型参与，瑞风 S5 与奔驰 A180、沃尔沃 V40 等高端车型同时获得五星评级，展示出媲美高端车型的安全实力。

严刚认为，无论是自主品牌、合资品牌乃至豪华品牌，在安全领域的努力都必然是出于客户的利益。只要始终围绕客户需求，就不惧面对严苛考验。

“汽车与其他产品不一样，是高新技术集中度高的工业产物之一，每个细节都将影响到客户的使用体验甚至驾乘安全。瑞风 S5 是敬客经营理念下的产品代表，从研发初期到批量生产，我们一直坚持从客户利益出发，再严苛的考验我们都不怕。”严刚透露，在参加 C-NCAP 碰撞测试之前，瑞风 S5 也曾远赴海外接受更高要求的安全测试，同样取得优秀成绩。

让客户安心，也是一种敬客经营

除在产品的研发与制造过程中精益求精外，江淮汽车还坚持让产品的品质与安全“看得见”，因为“让客户安心，也是一种敬客

经营”。

作为江淮“2.0 时代”的重要代表产品，瑞风 S5 按照欧洲五星安全标准设计，拥有六大安全气囊配置，整车高强度钢板、特高强度钢及超高强钢比例达到 81%，可以最大程度地保护碰撞事故发生时车内乘员的安全。同时，ESC 电子稳定系统、HSA 坡起辅助系统等智能安全配置的装备，也更让人省心、放心。值得一提的是，全车预紧 3 点式安全带、儿童安全座椅固定装置、安全头枕等众多被动安全装备，这些都是实实在在，能让客户看得见、摸得着的安全保障，为客户带来了安心的驾乘体验。

在产品本身之外，江淮还通过各种不同手段全面展现产品的品质与安全。早在瑞风 S5 面世之初，江淮就以各种方式展示瑞风 S5 的可靠品质与安全实力。如在 2013 年席卷全国的“舞动中国”瑞风 S5 飞行秀，就通过一系列极限特技挑战，全面体现了瑞风 S5 的强大产品力，得到众多消费者认可，更在行业内率先引领 SUV 车型飞行秀的风潮。

“五星评价是一次很好的证明，但这只是江淮汽车安全成果方面的一次体现，并非终极目标。”严刚强调，让客户能够享受安全可靠 的驾乘体验，才是江淮在安全领域付出努力的最终目标。



春节临近，喜气洋洋的气氛已经充满了大街小巷，空调厂家也将最大的促销力度放在了春节期间。在促销政策上各空调厂家各有不同，而国内知名品牌奥克斯空调的促销政策更突出了情感营销，以“过年回家买台空调孝敬咱爸妈。”为主题，受到众多消费者得欢迎。在奥克斯空调的促销政策中，购悦系列空调就能获赠千元豪礼成为眼下最热年货。

随着现在社会的发展，外出务工的人

我国货物贸易首夺全球第一 TradX“春宇快贸通”免代理费

日前，上海春宇供应链管理有限公司向外界宣布，凡通过 TradX“春宇快贸通”平台下单的用户将免除 800 元的外贸代理费，开启了“只代理，不收费”的外贸代理新时代。

据了解，TradX“春宇快贸通”是春宇供应链旗下的业务模块之一，首次将信息流、物流、资金流、工作流融入到整个交易过程中，实现了进出口贸易一站式全流程在线操作和咨询指导。中小微外贸企业只需登录 TradX“春宇快贸通”平台，即可获得流程、单证、物流、外贸金融等外贸环节所需的各项服务以及外贸业务过程中所需

奥克斯掀春节促销风暴 悦系列成最热年货

员越来越多，因为工作回家时间少了，陪父母的时间就更少了，每年的春节成了陪父母的最好时候。回家看父母少不了要买年货。奥克斯空调推出的这场“过年回家买台空调孝敬咱爸妈。”活动非常符合人们的回家看望父母和孝敬父母的情感需求。

据了解，奥克斯空调的这次促销活动从 2014 年 1 月 15 日开始，到 2014 年 2 月 16 日结束，持续整整一个月，活动包括凡在外务工人员凭车票购买空调，折扣 200 元(省内车票不享受，特价机除外)；活动期间购悦系列空调（VB、VMA），即赠 1000 元豪礼（豆浆机+年货礼包+金卡），年货礼包数量有限，送完为止；购变频机 30 天以内，出现非人为的质量问题免费更换新机(除外观件，易损件外，如：面板、钣金件、塑料件等)；不仅如此，奥克斯空调还在春节结婚高峰期为新婚人群送上恭喜发财、万事如意、马到成功三大套餐，每款套餐均有礼包相赠。

马年春节作为 2014 年家电营销的第一块重要阵地，此次促销活动政策之给力，礼品之丰富再次证明奥克斯以“极地品质”制胜 2014 的决心。

（赵悦）

“马上”享欢乐 北京欢乐谷新春巨献

春节寓意着人们浓浓祝福和美好期许，红红火火过大年更是中华民族几千年的文化传承，转眼春节长假在即，在这阖家团圆的节日里，景区、公园为游客准备了哪些年味儿大餐呢？记者特意走访了位于北京东四环的北京欢乐谷，据悉，2014 年 1 月 31 日（初一）到 2 月 6 日（初七），北京欢乐谷“百艺闹春欢乐节”将打造一场传统与时尚结合的新庙会。推出“马上欢乐套餐”，“马上好看”、“马上好玩”、“马上好礼”三大“菜系”给游客送上马年最欢乐的新春祝福。

马上好看

百艺闹春欢乐节期间，北京欢乐谷各色民俗绝活、时尚表演连番上演，每天有近 50 场展演让游客大饱眼福，200 余名中外演员与游客一起祥瑞纳福。国家非物质文化遗产

火龙钢花，“铁水流星”的壮观场面再现“人在龙中舞，龙在火中飞”的奇观。“京南鼓王”108 式锣鼓祈福迎春；老北京天桥绝活再现武举状元情景；高跷秧歌、金狮狂舞、活体雕塑等诸多绝活亮相层出不穷。

马上好玩

除了精彩表演，北京欢乐谷的各种游玩项目和温馨游戏也温暖了寒冬。园内游乐项目冰雪劲爽，腾九天、骋万里；包饺子、剪窗花大赛，觅巧手、拼默契；最难忘的童年游戏唤回儿时的美好记忆。不仅如此，北京欢乐谷美食小庙会搜罗全国各地传统美食，老北京传统美食搭配全球各地经典美食组成饕餮盛宴。民俗大集市里手工艺人现场制作草编、糖人等老北京特色物件儿，奇珍异宝琳琅满目。

马上好礼

北京欢乐谷不仅满足游客的游玩热情，更是奉上新春好彩头，万元好礼天天放送。从 1 月 20 号开始，北京欢乐谷官方微博、网站启动幸运大转盘。大年初一到初七，北京欢乐谷公园内设置幸运大转盘，三期合家欢套票、单人行年卡等好礼欢乐放送！除此之外，多种好礼普惠京城。

1 月 31 日至 2 月 16 日，50 岁以上老年人凭本人有效身份证件可免费入园（64 年前出生即可）。游客办理合家欢年卡可享受 888 元/张的优惠价格（原价 1280 元/张），办理情侣年卡可享受 666 元/张的优惠价格（原价 999 元/张）。2 月 14 日至 16 日情人节期间，一位男士购买全价门票可免费携带一位女士入园。

（马浩）

国内首创“移动旅馆” 新生代骊威再创车市营销经典

“人的一生应该经历两件事：一次奋不顾身的爱情和一场说走就走的旅行。而这个平安夜，有新生代骊威移动旅馆相伴，我轻松地完成了这两件人生大事。”近日，去哪儿网“抢鲜平安夜@LIVINA‘甜·密’移动旅馆”活动界面上发表的一段感言，引发了网友的火爆转发。

事实上，这段话不仅是网友对自己精彩圣诞节的生动描述，更是对“抢鲜平安夜@LIVINA‘甜·密’移动旅馆”抢订活动的最佳诠释。业内人士指出：“东风日产深刻洞察年轻消费群体的需求，通过与旅游网站的跨界合作，将新生代骊威以酒店的形式放在网站上接受预订，实现消费者的零距离体验，传递了新生代骊威卓越的产品力和‘乐活即享’的情感诉求，堪称国内首创的全新营销模式。”

越界新体验 全国首推“移动旅馆”

圣诞节前夕，东风日产新生代骊威携手去哪儿网推出了“抢鲜平安夜@LIVINA‘甜·密’移动旅馆”活动。网友通过线上报名参与活动，获奖的网友可在广州、杭州、成都三个城市线下体验新生代骊威“移动旅馆”。同时，东风日产推出新生代骊威“移动旅馆”改装套件，用户购车即可免费获取。

此次活动为汽车营销界增添亮丽色彩的同时，也迅速为新生代骊威积累了人气。“抢鲜平安夜@LIVINA‘甜·密’移动旅馆”活动自从启动以来，引发了网友和媒体的极大关注。短短半个月的时间，“抢鲜平安夜@LIVINA‘甜·密’移动旅馆”活动页面浏览

量近 30 万人次，参与抢订活动的网友超过万人。在此过程中，更吸引了众多消费者“从网络走进现实”，亲临东风日产 4S 店体验新生代骊威移动旅馆。

新生代骊威在业内首推“移动旅馆”，与普通酒店一起在旅行网站上接受预定，是一种营销思路和用车方式上的创举。一直以来，“旅馆”给人的印象都是“建筑物”，不论普通宾馆还是豪华酒店，都摆脱不了“固定”的标签。但从新生代骊威“移动旅馆”参与预订开始，这一传统随即被打破——人们可以订到“会跑”的房间。这无疑对汽车营销、用车方式，甚至旅行住宿都提供了全新的借鉴。

另外，新生代骊威移动旅馆更是集自驾出游、住宿休憩、休闲娱乐于一体的全新出行方式。“移动旅馆”吃、住、行、乐一体，省去了人们出行时提前订票、预约酒店的麻烦，同时还能享受媲美五星旅馆的舒适待遇，让旅途变得自由灵活。并且，“移动旅馆”改装套件的提供，也为这种全新用车方式提供了硬件支持。

作为本次活动的主角，新生代骊威移动旅馆的改装简单易行，仅需放入行李箱置物盒、放倒后排座椅、铺置床品，简单 3 步即可华丽变身豪华“移动旅馆”。

汽车营销专家从营销角度揭秘此次活动的大热势头，“本次活动车型特点和营销方式相辅相承，由此形成的影响力当然非同小可。”新生代骊威全面领先同级的 2600mm 轴距，584mm 后排膝部空间，116mm 头部空间及 371-1536L 多变行李厢空间，为“移动旅馆”提供了宽敞舒适的乘

用环境。

此外，新生代骊威全新智能 XTRONIC CVT 无级变速器，结合同级独有的 DIS 双喷射系统及制动能量回收系统，带来同级最低 6.1L/百公里油耗；采用日产高级车技术打造的全新一代 HR16DE 发动机，提供同级最大 91Kw 功率的充沛动力；造型方面，新生代骊威全新“V-Sharp”设计理念以及 MPV、SUV 两大跨界风格车型，时刻彰显年轻活力。

业内人士指出，此次营销活动将产品性能与生活方式完美融合，通过“可视、可感、可享”的移动旅馆全新出行方式，新生代骊威与消费者之间实现了“零距离”的体验式接触，不仅能迅速促进购车欲望，也让消费者真切体会到“乐活即享”的情感诉求。

畅享全能多变 打造“乐活”人生

对于这种全新用车、出行方式的打造，也正是新生代骊威深刻洞悉年轻消费者心理需求的结果。如今，以 80、90 后为代表的年轻人渐渐成为汽车消费主体，他们追求时尚个性，热爱自由，强调品质。对他们来说，汽车不仅是交通工具，更是一种生活方式，旅行也不仅是“游玩”，而是一种“说走就走”、随性自然的自我释放和独特体验。

他们的消费观念影响着市场格局，如今整个汽车市场的消费趋势也正朝着年轻化、个性化、品质化的方向发展。新生代骊威倡导“乐活即享”的用车生活，不仅在产品打造上全面满足消费者需求，更从购车、用车方式上极力为消费者提供“乐活即享”的条件。



此次“移动旅馆”活动就以全新的视角和体验，带给消费者一场“说走就走”的旅行，新生代骊威“全能大两厢”的出众产品力也得以最大化展现。远超过级的车身尺寸和轴距表现，使之获得了不凡的驾乘空间和储物空间。打造成“移动旅馆”之后，新生代骊威可铺设轻松躺下一家三口的舒适大床，另配冷暖双控车载冰箱、吧台娱乐、无线 WIFI 等实用、时尚配置，让家的温馨、潮流生活与自由旅行完美融合。

对此，在活动期间抢先体验了“移动旅馆”的梁先生深有体会：“新生代骊威有足够的空间，带着妻儿外出旅行完全没问题。”对于此次活动的感受，梁先生毫不犹豫地说：

“更加灵活随性，以前辗转换车、预订酒店，既耽误时间又影响心情。现在想去哪儿就去哪儿，吃、住、行、乐都不担心。”如今，梁先生已经成为新生代骊威的车主，并领取免费改装套件打造了自己的“移动旅馆”。

一直以来，骊威车型都非常注重年轻消费者的用户体验，常以极具创意的活动与消费者形成情感共鸣。如“骊威连连看”，以轻松闲适的游戏方式带给都市白领别样的欢乐体验；“喊动中国”更是给年轻人提供释放压力的“呐喊”平台，备受推崇。如今的“移动旅馆”，打造前所未有的网上订购模式，开创全新用车方式，倡导时尚潮流的生活方式，成为汽车营销的又一经典。

“在营销方式日益同质化的今天，东风日产从一款车的提供，一种营销模式的创新，再到一种全新生活方式的营造，不仅切合了当下中国用户的心理需求，而且也是东风日产成熟与强大的标志。新生代骊威不仅让全体东风日产人感到骄傲，更成为中国汽车营销史上的传奇，业内已经把新生代骊威移动旅馆的成功当作经典来深入研究。”有媒体如此点评。

分析人士认为，新生代骊威通过“移动旅馆”的创举，精准地诠释和深化了“乐活即享”的实际内涵，在为消费者带去全新用车体验的同时，也为汽车营销开拓了全新思路。另外，“移动旅馆”对新生代骊威产品优势的极致发挥、对市场需求的精准把握，也必将掀起车市全方位整合营销的热潮。

（李薇）

