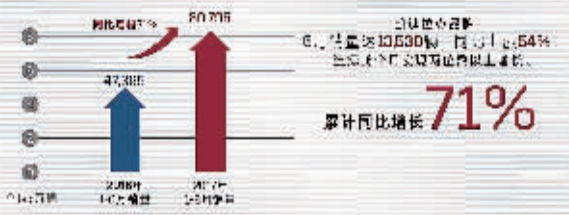


凯迪拉克上半年累计销量破8万

再创历史同期新高

凯迪拉克上半年累计销量破8万辆 再创历史同期新高



凯迪拉克品牌上半年累计销量同比增长71%

上汽通用汽车凯迪拉克品牌近日公布6月及上半年在华销量数据:凯迪拉克品牌6月销量达13,530辆,同比上涨54%,上半年累计售出新车80,795辆,同比增幅71%,实现连续16个月两位数以上增长,以持续领先国内主流豪华车品牌的平均增速,再创销量历史同期新高。

在多元化、个性化、年轻化已渐成主流的中国豪华车市场,依托品牌鲜明的“新美式豪华”风格,凯迪拉克围绕中国消费者需求不断以创新科技提升产品竞争力,并通过丰富多样的品牌营销活动和提升消费者服务体验,逐步赢得中国豪华车消费市场的认同,多款主力产品已稳居主流豪华车细分市场销量前列。

以创新为基础的产品价值完善

凯迪拉克始终秉承“科技致胜”的产品开发策略,在中国市场不断丰富和完善产品型谱,并着力在全系车型上全面普及和应用众多引领行业的前瞻科技。在豪华、操控、安全、智能、人机互动和新能源等方面持续的创新突破,不断赋予凯迪拉克“新美式豪华”更丰富的内涵和价值,大幅提升产品竞争力,并以此带动销量的实际增幅。

作为旗舰车型,随着插电式混合动力车型的上市以及2017款车型的升级增配,新美式旗舰CT6以一系列刷新传统豪华认知的技术革新实践着旗舰的使命。CT6上半年累计销量4,794辆,累计同比增长96%。与此同时,新美式都会SUV XT5凭借敢创的动感设计和宽适豪华的空间致力于为中国消费者带来勇于创新的都会生活方式。最

新推出的XT5周年庆典更以全系标配高清流媒体后视镜,进一步以创新科技拓宽无限视野。2017年上半年,XT5平均月销5000台以上,累计销量30,405辆,稳居中型豪华SUV市场月销前三名,已成为品牌增量的中坚力量。

而作为凯迪拉克布局细分市场的重要车型,ATS-L和XTS则分别以运动和商务两种不同定位撬动市场。主打新美式风尚运动的ATS-L,以领先的豪华移动互联体验、风尚的外观、卓越的操控、足具诚意的配置,引领了国内年轻消费者对移动互联生活的向往以及追求年轻、彰显自我的购车需求,自上市以来始终保持着稳定增长的态势,今年前6个月累计销售25,445辆,同比增长77%。而作为新美式格调轿车的典范,XTS凭借丰富配置和超大空间优势,在细分市场始终拥有着领先的购买价值,上半年累计销售20,148辆,同比增长19%。

以胆识驱动品牌价值提升

除了产品价值的不断完善,在销量屡创新高的背后,更是丰富的市场营销活动和贴心的服务体验共同提升的结果。围绕“所有的伟大,源于一个勇敢的开始”的品牌主张,凯迪拉克品牌从消费者感知渠道出发,连续策划了包括凯迪拉克CT6新美式沙龙、凯迪拉克XT5敢创空间、“鱼跃龙门”水映展等一系列体验营销活动,并通过趣味与科技并存的“黑科技情曝局”系列营销事件建立科技与人的亲密新关系,以流行的社交媒体营销进一步彰显CT6新美式科技旗舰的价值所在。与此同时,凯迪拉克持续支持和参与了如“博鳌亚洲论坛”在内的各类高端政商峰会;连续七年鼎力襄助上海国际电影节,携手好莱坞顶级特技团队,倾力打造“凯迪拉克Vday性能秀”以及“V ACADEMY性能体验日”等,以多元跨界的方式诠释凯迪拉克对于“新美式风范”的实践,实现与车迷和消费者零距离互动,在深度体验高性能产品魅力的同时,实现品牌影响力的持续扩散。

更值得一提的是,凯迪拉克从未停止在客户服务上的努力和追求。自2004年进入中国市场以来,凯迪拉克品牌始终遵循最为严格的豪华品牌服务标准。今年,凯迪拉克

将结合北美全球统一的展厅设计概念,在融入中国市场和消费者需求特点的前提下,对授权经销商展厅设计和客户体验流程进行落地升级,采用全球最新形象标准的凯迪拉克4S展厅,并不断优化升级客户体验流程。

展望未来,凯迪拉克将在品牌营销、服务体验、渠道拓展等多个维度全面发力,并继续在面向未来的产品技术领域大胆创新突破,以极致“新美式豪华”风范为消费者带来更多更具吸引力的选择。



凯迪拉克上半年累计销量破8万辆



新美式科技旗舰凯迪拉克CT6“鱼跃龙门”水映展

时不我待 志在必得

全新BMW 5系Li登陆申城

定位,凭借“时不我待”所蕴含的年轻活力与行动精神激发与精英车主的情感共鸣。

全新BMW 5系Li此次重磅登陆申城,为广大客户带来前所未有的商务用车体验。在外滩与浦东新区之间,全新BMW 5系Li驰骋在黄浦江两岸延续百年历史的中国经济商业中心,其动感设计、越级豪华、超凡驾控和前瞻互联展现了新时代下运动豪华商务座驾的新维度。在上海世博园豪庭赛车场的赛道上,

全新BMW 5系Li以超越同级的精准敏捷操控带来完美表现。此外,全新BMW 5系产品与品牌体验活动还蕴含丰富的品牌内涵。在这里,你可以穿越时空,尽览5系45年六代车型的历史沿革,也可以切身感受到宝马所倡导的高品质生活方式。随后,全新BMW 5系Li产品及品牌体验日将陆续登陆青岛、苏州、济南、南京,同时东区各经销商的全新BMW 5系Li上市活动也将密集举办。(文/飞)

云间之上 正道之巅

正道集团与合作伙伴宾尼法设计公司携手共进

车辆各部分体量的平衡感,这种结合也使汽车从前、侧、后三个角度观赏时都能感受到一脉相承的设计感。在前脸的设计处理上,更是通过一系列抛光铝线的点缀,犹如在车身画上了点睛之笔,使得设计大放异彩的同时,更突出了强烈的品牌基因。其他两款产品——五座SUV正道K550、七座SUV正道K750的设计也沿用了这一风格,塑造并彰显了正道鲜明的个性。

正道集团之所以选择宾尼法利纳作为战略合作伙伴,正是了解到她在处理作品时所表现出的大气与严谨,这与正道自身的企业精神相辅相成。经典的车身比例和利落不加矫饰的表面处理,展现出俊朗又不失内敛的设计风格,这正是Leonardo Fioravanti、Paulo Martin和Lorenzo Ramaciotti等宾尼法传奇设计师的设计准则。诚然,正

道H600给人的第一印象也是那份熟悉的沉着和内敛,在追求“眼球为王、个性高于一切”的汽车设计界中可谓注入了一股清流。

此次活动所展出的三款生态可持续型电驱动概念车完美演绎了正道集团的核心技术优势及创新理念,凭借“微型涡轮发电机增程器+超级电池”黄金动力组合,及秉承“环保”的不变决心,正道集团致力于成为智能汽车与清洁能源汽车的领导者,为中国乃至全球客户提供高品质、高性能、生态可持续型的清洁能源汽车产品和服务;更对金融、科技和清洁能源汽车产业进行创新性结合,希望为中国汽车工业发展及汽车营销模式的升级,带来突破性的变革,为人类和地球的环保事业做出贡献,并与合作伙伴们一起执着前进,梦想共进!(王文)

进口品牌都要国产了 合资电动车为何还不出现?

随着国内新能源基础设施的逐步完善、用户用车理念的转变,在纯电动车领域里,“国产”正在成为2017的年度热词。然而,真正意义上的中国首款合资电动汽车到底何时出现在我们身边?

于消费者而言,一款合资品牌的纯电动汽车不仅可以解决日常出行问题;同时,依托合资品牌的技术储备与品牌优势,合资纯电动汽车将会带来更加优质的驾驶体验,以及口碑更加出众的产品品质。

恰逢其会,在市场与消费者



苦苦期盼的时候,北京现代即将推出首款合资品牌纯电动车,在深刻了解消费需求、洞悉市场环境之后,北京现代于此时推出新车,无疑是为电动车市场的久旱降了一把甘霖,重新划定市场格局,以消费需求为基础,为用户带来更适合他们的新产品。

2017奥迪驾控汇赛道之旅在浙江启动

近日,2017奥迪驾控汇赛道之旅体验活动在浙江国际赛车场燃擎启程。一汽-大众奥迪销售事业部市场营销经理、奥迪英杰汇成员程丛夫先生以及来自全国各地的学员齐聚一堂共同参加了此次活动。本次活动提供了包括奥迪R8及RS.S在内的Audi Sport系列高性能车型,让参与者在充满激情的赛道体验中感受到奥迪车型的强劲运动基因。

在顶级赛道上,专业的ADE教练团队向学员们教授了弯道练习、ABS紧急变线、蛇形绕桩以及真实赛道练习等驾驶技巧。学员们驾驶着奥迪R8、RS7驰骋于赛道,并通过练习挖掘自身潜能。无论是培训科目中的顶级驾控体验还是赛道上的极速表现,都淋漓尽致地展现了Audi Sport系列高性能车型的卓越动



力和运动性能。伴随着此次浙江站赛道之旅的成功启动,2017奥迪驾控汇正式迎来了高潮。自7月8日起的四个月内,覆盖全国五个城市共47期的“2017奥迪驾控汇赛道之旅”和即将于7月20日开启共计16个分站的“2017奥迪驾控汇驾乘体验”将吸引全国各地上千名用户和驾驶爱好者,来体验奥迪高性能运动车型带来的极致驾驭,感受奥迪传承百年运动基因的品牌魅力。(王文)



近日,宝马东区在上海开展规模盛大的全新BMW 5系产品及品牌体验活动。BMW 5系是宝马家族的中坚和豪华商务轿车的成功典范。换代升级的全新BMW 5系Li,以接近5.1米的修长车身带来同级最长的3108毫米轴距,并首次引入BMW M运动套装,彰显其最富进取精神的运动豪华商务座驾的



正道集团近日在上海媒体沟通会上带来了三款生态可持续型电驱动概念车——豪华轿车正道H600、五座SUV正道K550、七座SUV正道K750。

沟通会上,宾尼法利纳设计副总裁卡洛·邦扎尼格先生(Carlo Bonzanigo)的精彩演说令来宾们深入理解了正道集团三款生态可持续型电驱动概念车在设计主张以及与功能完美融合的独到建树,更使众人对正道集团将东西方文化巧妙融合于整车设计的理念叹为观止。

豪华轿车正道H600依然抢眼,尽管他最先亮相,令世人熟悉。正道集团推崇的外观设计极大地实现了