



2009品牌新元年:新标识、渠道新形象
2010品牌跨越年:C5上市、销量创新高
2011品牌体验年:品牌/产品/服务体验

“三连跳” 东风雪铁龙回归高端价值

东风雪铁龙第一个品牌三年计划圆满收官

曾经,在中国市场,东风雪铁龙是一个被低估了的品牌,雪铁龙的品牌价值和品牌地位出现了偏离。

2009品牌新元年,2010品牌跨越年,2011品牌体验年,三年,东风雪铁龙完成了华丽转身。

1-10月,东风雪铁龙累计整车销量突破18.6万辆,在没有任何新产品上市的情况下销量仍然维持了6.4%的同比增长,全年的总销量将超过预期,突破23万辆。在众多品牌感慨车市遇冷的2011年,法系车倚重“品牌三年计划”悄然崛起,东风雪铁龙正逐步回归高端价值。



C5引领法系车中兴之路

“实现雪铁龙品牌高端价值的回归”,是东风雪铁龙总经理魏文清近年来最重要的事情。

“过去我们在中国展示了一部分小型车,只展示了小型车这一部分,并没有往中大型、中高级车上进行展示,大家只是看到了雪铁龙的一部分,这导致大家误以为雪铁龙品牌只是经济型品牌,实际上雪铁龙是中高端的品牌,雪铁龙在中国被严重低估了,”东风雪铁龙总经理魏文清说,“这种转变随着C5

的导入正在逐步地改变,但是这个改变需要一个过程。相信大家会重新认识雪铁龙。”C5不仅是东风雪铁龙的第一款B级车,也是法系在中国推出的一款真正意义上的B级车。C5上市两年来,正改变着消费者心中被富康低端化了的雪铁龙品牌形象,进而扭转了人们对于法系车的认知。

2011品牌体验年完美收官

“东风雪铁龙的品牌推广活动一直不断。”东风雪铁龙市场与对外宣传部部长章宇光的2011年异常忙碌:东方之旅80周年的纪念活动,贯穿全年。从5月到7月,“世纪传奇 驾驭未来——纪念汽车史上首跨欧亚大陆、雪铁龙东方之旅80周年暨东风雪铁龙新东方之旅”途经全国19个省(区、市),行程近1.5万公里,持续62天,最终圆梦红其拉甫。随后启动的东方之旅第二季——“创享之旅”的中国站活动也陆续在北京、武汉、

南京、杭州、广州、上海、长沙等地举行。促成媒体、用户和网点全方位参与体验,消费者以鲜活体验触摸汽车文化的百年传奇,并与雪铁龙品牌蕴含的丰厚历史、大胆创新精神 and 巨大的品牌魅力产生强烈共鸣,这就是东方之旅80周年纪念活动的目的。除此之外,C5焕新绅第三季,以国内首创的第六感心灵舞剧“心随C舞”对话城市新绅士,展现C5所倡导的法式优雅生活态度,形成广泛的情感共鸣;世嘉携手网剧《疯狂办公室》,推出“生活方式”情感营销,传递积极、进取、拼搏的冠军态度和品牌价值。2011年,东风雪铁龙全新的品牌推广方式,依托四大创新汽车生活体验平台,为用户带来全新的价值体验。

微增长时代的全新销售体系

随着汽车微增长的来临,汽车消费特征的变化,东风雪铁龙以创新的销售体系强化了自身的市场竞

争能力。2011年,东风雪铁龙完成了全新销售体系的调整,在不断丰富产品的基础上,东风雪铁龙的网点布局和服务能力也得到显著提升,333家4S店,450家直营二级网点,能够为用户持续提供舒适便捷、信赖完善的贴心服务。2011年度J.D. Power报告显示,东风雪铁龙品牌客户满意度指数在数十个品牌中名列第一阵营,售后满意度排名第八,售后排名第四,其中售后服务连续四年位于非豪华品牌前列,体现了全球标准、品质尊享的“5C价值体验”已得到用户及业内的高度认可。此外,今年“龙信”品牌二手车广泛深入各级车展,为广大消费者提供“一站式的置换服务”。

三年过去了,东风雪铁龙向人们展示了一个拥有品牌形象、产品新格局、价值新体验的东风雪铁龙品牌。2012年,将迎来东风雪铁龙品牌进入中国市场20周年,品牌的传奇还将继续。

记者 陈旭

高晓松任汽车公民宣传大使

“为个人名声而低调回避,不如勇敢站出来唤醒更多‘醉人’,即使当反面教材,也是对社会的贡献,对自己的救赎。”高晓松起初并不愿意做“汽车公民”宣传大使,因为他觉得自己不配,但主办方南都周刊的这句话说服了他。

昨日中午,高晓松在微博上透露,目前他正在为“汽车公民”公益项目写主题歌。12月11日,高晓松就首次高调现身北京出席2011年度明星公民评选公益宣传片发布仪式暨汽车公民评选启动仪式,正式宣布以“汽车公民宣传大使”的身份参与东风日产携手南都娱乐周刊举办的“汽车公民之星”评选活动,并将以“汽车公民”为主题创作一首歌曲。

“我要首先做一位公民,然后才是一个艺术工作者。”受酒驾事件影响,高晓松5年内不能驾车,但他表示,将以行动、以作品向公众宣扬汽车时代公民理念,倡导和谐的人车生活环境。

接下来,高晓松将全程参与东风日产携手南都娱乐周刊举办的“汽车公民之星”评选活动,并担任“汽车公民宣传大使”与活动最终的颁奖嘉宾。据悉,此次评选活动分为“明星汽车公民评选”与大众“汽车公民之星”评选两大部分,以公众投票的方式,在方力申、江映蓉、孙红雷、徐子珊、羽泉组合等五位过往曾参与交通安全宣传的明星阵容中推选出一名“明星汽车公民”;同时以“汽车公民”主题作品征集的方式推选大众“汽车公民之星”,让更多人参与到道路交通文明倡导行动中,而高晓松的加入,也将有力地扩大此次评选活动的宣传力度和影响范围。

记者 牛莉

新天籁领衔 东风日产剑指中高级车销量冠军



时值年末,2011年中国汽车市场也进入全面收官阶段。其中,东风日产的表现无疑是本年度车市的一大亮点——据最新数据显示,11月东风日产全系销量为73411辆,同比增长高达34.4%,全年累计销量已达73.1万辆。东风日产西南大区营销总监黄河表示,“新天籁、SUV(奇骏+逍客)在1-11月份成都区域销量双双夺冠,能够取得这样的成绩,正因为我们一直为成都消费者提供最优质的产品 and 最优秀的服务。”

月销1.3万 天籁剑指销量冠军

11月,东风日产全线车型表现抢眼,其中,新天籁、新骐达、逍客、阳光等四款主力车型销量继续轻松破万;轩逸和骊威也在各自细分市场取得了不俗的成绩。

新天籁无疑是今年最耀眼的明星之一,凭借领先技术优势和卓越品质追求,天籁在中高级车市场开创出以“舒适”为核心的全新用车时代。值得一提的是,天籁出众的产品力更获得了第三方权威机构的高度认可,在J.D.Power亚太

公司举办的中国车辆可靠性研究和中国新车质量研究报告中,分别夺得高端高档中型车市场的冠军和季军。1-11月,天籁累计销量达140045辆,月均销量近1.3万辆,正迈向中高级车市场全年销量冠军的领奖台。

连续破万 多车型“冬日迎暖阳”

作为中级车两厢车市场上的热门车型,新骐达11月以13228辆的成绩再攀销量高峰,创下今年上市以来最高单月销量纪录。与新骐达一样走红的,还有阳光。延续上市以来的强势表现,阳光以13298辆的单月销量成为中级车市的“冬日暖阳”。

在今年如火如荼的SUV市场上,东风日产新逍客的表现同样抢眼。11月,新逍客的销量为11113辆,连续第3个月成为“万辆俱乐部”的座上宾,全年累计销量同比上扬64.7%。它在保持时尚、跨界风格的基础上,加入了更多新的元素,并以领先的科技理念迅速赢得了众多追逐新潮的消费者的肯定。

记者 张玮

上海大众汽车 SHANGHAI VOLKSWAGEN

www.svw-vw.com



全新帕萨特V6 御世而至



iPad 2礼包



无线路由器



无线键盘

热烈祝贺全新帕萨特荣膺省政协十届五次会议指定用车!

贺帕萨特荣膺B级车销量榜首

唯有经典可以匹配传奇。唯有耀世光芒可以媲美不朽锋芒。

同时,现全新帕萨特优惠购车方案全面启动,0利率购车、iPad2礼包、保养套餐任您选择。

全新帕萨特,时代方向,由你掌握! 详情请询上海大众汽车经销商

NEW PASSAT 全新帕萨特

— 唯不凡之势 定世界之局 —

上海大众汽车客户服务热线400-820-1111 官方网站www.svw-vw.com

精英 028-85951310
汽车 (琉璃立交外侧)

申蓉 028-87343333
泓达 (苏坡立交内侧)

成都 028-85783133
哪哪 (绕城高速出口龙桥路)

四川 028-85176966
广博 (火车南站西路)

长征 028-66879955
远景 (航天立交外侧)

申蓉 028-85367319
圣飞 (武侯立交外侧)

华星 028-87503355
西蒙 (蜀西路161号)

申川 028-84713368
汽车 (五桂路37号)

德阳销服 0838-2601927

自贡盛达 0813-3215888

绵阳建宏 0816-6398888

遂宁鑫海 0825-5894888

乐山销售 0833-2497597

南充大进 0817-2610567

宜宾大众 0831-8270084

泸州弘洋 0830-2587316

内江大众 0832-8300006

达州天马 0818-5855555

南充品信 0817-3301111

雅安新区 0835-2821000

眉山销服 028-38169929

申蓉广元直营店 0839-3502399

西昌昌蓉大众 0834-2164499

西康都江直营店 028-89707151

西康金堂直营店 028-84928799

西康彭州直营店 028-83736828

申蓉资阳直营店 028-26632311

申蓉新都直营店 028-83944868

申蓉广安直营店 0826-2250788

申蓉攀枝花直营店 0812-2320056

(排名不分先后)



Das Auto.