

广本品牌之夜诠释20年发展通关密码

9月27日,2018广汽本田品牌之夜暨新一代凌派(CRIDER)上市及ALL NEW RDX预售发布会在广州举行,广汽本田汽车公司执行副总经理兼广汽本田汽车销售公司执行副总经理郑衡表示,广汽本田20年的发展密码就是——“购买的喜悦、销售的喜悦、创造的喜悦”。三个喜悦是广本20年的通关密码与经营之道,用更敏锐的市场洞察、更严格的品质要求和更用心的服务,保持三个喜悦的良性循环,从而驱动企业的发展。

品牌之夜上,现场灯光营造的造梦空间呈现出广汽本田20年来历史大事件,展现广汽本田20年蕴含的年轻魅力。广汽本田20年的成长历程,见证了中国汽车工业的蓬勃发展。广汽本田总经理佐藤利彦感言:“从0到近650万辆,谢谢广大用户对广汽本田的坚定信赖。大家的支持是我们发展的基础和前进的原动力,广汽本田将继续给消费者提供超越期待的价值,希望大家充分体验到广汽本田年轻先锐的品牌魅力”。

新一代凌派上市

在品牌之夜上,广汽本田战略中级车新一代凌派上市,市场指导价为9.98万-13.98万元。成立20周年,为了感恩用户的支持与信赖,广汽本田特别为新一代凌派(CRIDER)用户打造了专属的金融方案:首付1万元起,余款(含购置税及保险)最高可享3年0利率,即日起至2018年12月31日购买新一代凌派(CRIDER)的消费者都可享受该方案;售后方面,新一代凌派(CRIDER)使用成本也实现下降,让用户用车更轻松。(上述金融方案各地可能存在差异,详情请咨询广汽本田当地特约店)

作为广汽本田又一款重磅车型,新一代凌派(CRIDER)凭借全面越级的产品实力将彻底刷新A级车全新标准,为消费者带来见所未见的全新价值。

2013年,“全新梦想中级车”凌派(CRIDER)横空出世,一跃成为A级车主流标杆,五年收获超过60万车主认可。全新换代之前,凌派(CRIDER)依然保持着月销过万的成绩,如此突出的市场表现离不开广汽本田对消费人群的深入洞察。

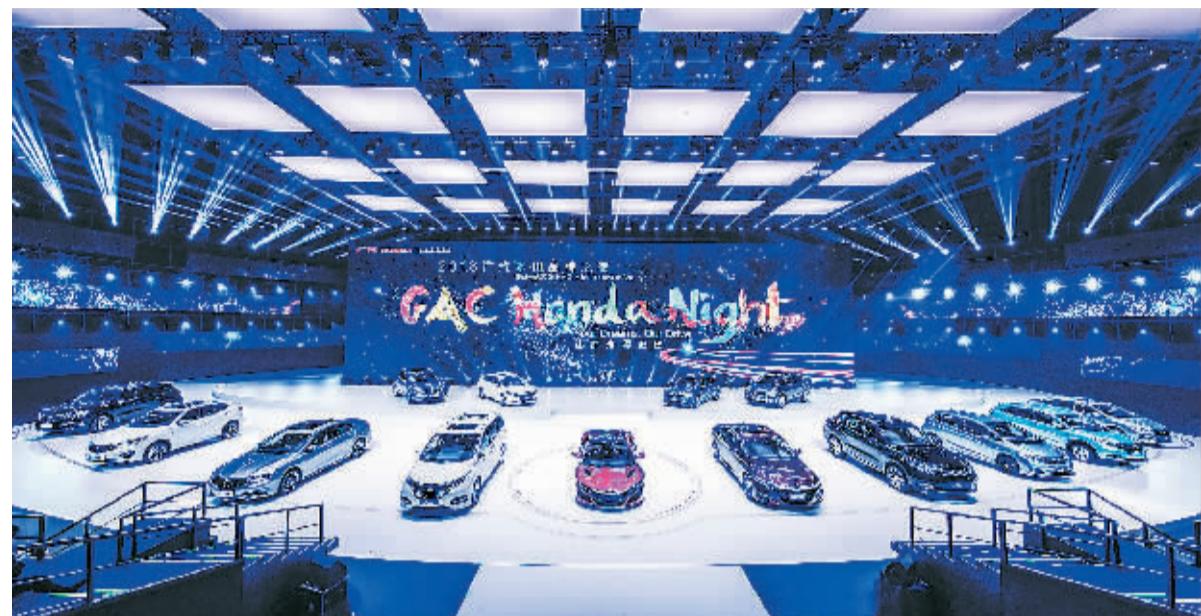
今年是凌派(CRIDER)“全面革新”的时刻,同时是广汽本田成立20周年。站在新起点,新一代凌派(CRIDER)成功打破级别认知,自信面向不断升级的消费者需求,以“挑战者”的角色为中国车市带来了全新提案,引领了中级车市场价值消费新潮流。

“全面革新”并非说说而已。新一代凌派(CRIDER)携全新的动力平台而来,采用Honda 180TURBO直喷涡轮增压发动机,动力性能优异之余还实现了极佳的燃油经济性,百公里油耗仅为4.9L,此外还搭载同级别车型罕有的主动安全配置Honda SENSING智能辅助驾驶系统。新一代凌派(CRIDER)空间全面升级,后排还增设了中央扶手一体式多功能桌板,行李箱内隐藏式储物格等款待配置,给消费者带来前所未见的惊喜。未来,新一代凌派(CRIDER)也将导入混动车型,提供给消费者更多元个性的出行体验。

正如车型开发总负责人安木茂宏所言:“开发时我们创造出了这一款超越级别且具有极高车格的车型,我们相信新一代凌派(CRIDER)将突破中级车的定义,成为今后轿车市场的新标准。”新一代凌派(CRIDER)以触手可及的惊喜价值助力更多消费阶层实现出行梦想,正为中国车市带来一场独一无二的“轿车革新”。

营销服务从“年轻于心”开始

除新一代凌派(CRIDER)带来惊喜外,缤智(VEZEL)也带来了令人耳目一新的全新车色鲜韵绿;飞度(FIT)和锋范(CITY)双双实现累计销量破百万辆。广汽本田Honda、Acura和理念三品牌全系车型亮相,完美呈现广汽本田丰富强大的产品阵容。在营



销领域,广汽本田主动贴合车市未来的核心力量,采取多样化营销策略,让消费者充分体验广汽本田年轻化的品牌魅力。其中,第十代雅阁(ACCORD)尝试了全新的数字营销方式,选定了内马尔、章子怡和蝙蝠侠三大全球高能量IP,结合产品卖点进行全新的营销传播,匹配目标消费群体的兴趣爱好。而针对第十代雅阁(ACCORD)锐·混动,广汽本田全面升级实证营销策略,开展了第二届极限挑战赛,第十代雅阁(ACCORD)锐·混动以60L的油量创下了2143.8公里的极限续航成绩,充分展现了杰出的节油性能和强大的产品实力,让广汽本田混动技术的先进性传递到消费者心中。

与此同时,飞度(FIT)通过持续打造的好玩的FIT DAY品牌开放日,让年轻潮人感受到飞度(FIT)“敢玩、会玩”的特质以及“飒”的品牌主张。锋范(CITY)与小米联名营销活动,为广大年轻人传达锋范(CITY)“TECH X MODE科技风尚型格”世界观。缤智(VEZEL)的先锋艺术营销、新奥德赛(ODYSSEY)的“辣趣”营销,都为新一代消费者带来非同一般的体验,助力实现销量的突破。

秉承“Precision Crafted Performance”这一品牌的基因的Acura,在“Premium & Sporty”先端运动”世界观的引领下,正成为中国豪华汽车品牌中一个领潮而动的新潮牌。2017年广汽Acura发布全新中文品牌口号“精确 不凡”,以及全新售后服务品牌“精·诚”体验,进一步扩大Acura在泛90后”年轻人群的品牌认同度。

顾客的信赖是取得优秀业绩的关键;服务创新,是建设信赖的基石。广汽本田坚持把消费者满意度放在首位,不遗余力提升特约店的销售和售后服务能力,还打造了“E学平台”以及持续多年开展销售精英大赛、售后服务技能竞赛等活动,全面提升各领域员工的服务能力,帮助渠道成长。

随着新生代消费需求,广汽本田各车型将以更年轻的形象、更前卫的方式展现出诚意和创意,推出更多元化营销活动,以及用更全面强化的服务能力,陪伴消费者不断探索,为梦想全力以赴。

做值得信赖的伙伴

国内车市呈现持续微增长态势,但广汽本田屡次以逆势的飘红成绩,成为国内车市发展的“现象级”车企。20年间,广汽本田对产品品质的严格把控从未松懈,坚持以人为本的品质保证体系,结合本田最新的全球质量标准,实行全员全过程的品质保证,同时在新车型质量、零部件质量、制造质量、整车出厂质量、服务质量五大领域全面实行品质保障。广汽本田旗下多款车型不仅赢得消费者持续信赖,也在行业内、市场上赢得良好正面的口碑,连续多年获得C-NCAP五星及以上评价,在J.D. Power、国内外媒体也获奖连连,成为高品质产品最好的“勋章”。

基于以上创造性的智慧建设和生产理念,广汽本田无论在先进性、生产效率,还是节能环保方面,都位居本田全球工厂前列,而严苛的环保标准、至高的品质,令广汽本田企业竞争力与应对顾客需求能力不断提升。

随着新能源汽车的快速发展,“环保”已成为全社会的关键词,广汽本田选择了合适的时机,迎来凭实力竞争的时代。理念(EVERUS)EV Concept继北京车展亮相后,再度与公众见面,它基于Honda先进的紧凑型SUV平台开发,以个性、智能及可靠为基础,打造成为具有领先同级的技术水平,为未来人车生活带来全新价值的高品质电动车,下半年,广汽本田还将推出首款插电式混动SUV,它将与理念(EVERUS)电动车型一起,实现消费者更多元、缤纷的环保出行梦想。

在新时代的新起点,广汽本田将继续在智能化、电动化、网联化等领域不断丰富产品线,将继续以挑战者的姿态持续创新,为客户提供更多超越期待的产品和服务,为汽车生活开发更多的可能性。

正如郑衡所言:“广汽本田将以梦想为原动力,和消费者一同探索更加丰富及充满乐趣的汽车生活,不仅成为‘顾客喜爱并主动选择的品牌’,更要成为能够陪伴顾客一辈子的品牌’。”

