

与球迷分享激情不亦乐乎

北京现代借体育营销助销量和品牌形象双跃升

桑巴陨落，德国问鼎。为期一月的“巴西世界杯”终于决出优胜。本届大赛屡屡上演以弱胜强、新星崛起的精彩镜头，而每一场角逐，映入现场数万观众和全球上亿球迷眼帘的除了一位位大牌球星外，球场边奉陪到底的顶级赞助商广告也格外引人注目。这其中，连续几届倾力支持世界杯的现代汽车，无疑分外耀眼。

作为车坛快速升起的一颗新星，现代汽车自2002年韩日世界杯开始与FIFA开展长期合作，此后同时包揽了除世界杯外，包括欧洲杯在内的所有FIFA相关足球赛事的官方赞助权。作为现代汽车全球布局的中坚力量，北京现代这些年来不仅合理共享了现代汽车的这一宝贵资源平台，也传承了现代汽车的体育营销“基因”。

世界杯对品牌的影响有多大？2002年，现代汽车成为韩日世界杯的官方赞助商，现代汽车赛场广告牌全球观看人次达400亿。世界杯后，现代汽车的形象认知度从32%飙升到了67%。当年现代汽车的销售量上升超过30%，一跃成为全球六大车企之一。

拥有了“占领制高点”战术的优势，有利获得超一流的品牌效应。今年又逢足球大年，从4月1日开始，北京现代不失时机地开展了“巴西世界杯”主题营销活动，包括参与相关活动就有机会获得世界杯免费观赛门票及世界杯足球纪念品，并同时开展相应的促销优惠政策，全面推动销量提升。

伴随着置换大礼、超值免息等一系列重磅优惠政策，北京现代从购车者中选拔了获得世界杯门票的18名车主，免费前往巴西享受了为期7天的世界杯之旅。此外，大量到店试驾并成功购买瑞奕、第八代索纳塔和新一代ix35的车主，还获得了国际足联限量认证版世界杯足球，令其他品牌车主羡慕不已。

从成立伊始，北京现代就非常重视体育营销，涉及国际马拉松大赛、短道速滑世锦赛、斯诺克中国公开赛、中国房车赛等众多项目，足球营销更是其关注重点。北京现代先后赞助了中超、女足世界杯、亚洲杯等，并成为足协“中国之队”的主赞助商，站上了体育营销的至高点。

历经12年的快速发展，目前北京现代已拥有第八代索纳塔、名图、全新胜达、ix35等十二款主力车型，产品线涵盖中高级、中级、小型车及SUV主流细分市场，其中多款車型月销过万，位居细分市场前列。

北京现代将体育运动体现出来的速度、拼搏精神，与蜚声业内的现代速度实现了有机地结合和完美地统一，使其品牌形象随着各项赛事得以迅速提升。通过赞助中国足球等一系列体育赛事，北京现代近两年品牌知名度和美誉度不断提升，跻身中国汽车市场第一阵营，位居行业第四，并在2013年底实现了“双百万”——即累计产销突破500万辆，年产销突破百万辆规模，这其中，成功的体育营销无疑起了巨大的推动作用。张云

沃尔沃Sensus构建未来智能汽车生态

沃尔沃汽车7月2日在中国正式发布Sensus创新科技子品牌及相应的智能车载交互系统，引领汽车与移动互联网融合的科技和产业大趋势。继宣布与苹果CarPlay和谷歌Android Auto进行合作以后，此次Sensus的发布，突显了正在全球快速复兴的沃尔沃汽车集团在科技创新和布局未来核心竞争力上的领军优势。

Sensus秉承沃尔沃汽车“以人为本”的品牌哲学，将安全作为创新的基本原则，以大数据积累和用户体验为核心优势，以开放融合为发展思维，提供包括互联、服务、娱乐、导航、控制在内的车载互联功能，为用户带来安全、便捷、智能、高效的车内外互联体验。

以Sensus为平台，沃尔沃汽车现阶段已联合了爱立信、百度、联通、高德、豆瓣、博泰等多家科技企业，实现了概念与功能的对接，开发出一套独树一帜的智能生态体系。在不远的将来，沃尔沃将以Sensus作为开启未来互联世界的窗口，借助云技术以及自动驾驶等科技优势，构建智能化汽车生态系统。

发布会当日，搭载Sensus系统的沃尔沃2015款XC60、V60和S60 R-design及V40（含新增1.6T发动机车型）同步上市，连同6月初已率先搭载Sensus上市的2015款S60L，沃尔沃汽车的产品序列正陆续完成智能交互科技的整体升级。凭借多达34项的车载互联功能，沃尔沃汽车在带来北欧豪华体验的同时，也将为中国消费者开启向往已久的智能汽车生活。沃尔沃汽车车主网站My Volvo同期上线，7月中旬开始，新老车主可通过网站与经销商实现车辆维修保养信息共享。

沃尔沃是少数使用“云技术”提供实时在线应用及服务汽车厂商之一。借助爱立信的全面通信解决方案及专业服务，Sensus能够带来优质的云服务体验。未来利用云存储，将实现车与人、车与车、车与基础设施之间的信息分享，为优化出行、提升效率、智能生活的实现打下基础，构建起更为完善的智能生态体系和智能交通秩序。

张云

至真品质 新桑塔纳销量突破34万

7月8日，上海大众举行了新桑塔纳“至真品质 科技工艺”沟通会。最新乘联会数据显示，2014年6月新桑塔纳销售27023辆，继续强势领跑细分市场。自2012年底上市以来，新桑塔纳累计销量已突破34万辆，卓越的市场表现不仅源自于傲视同侪的产品实力，其精益求精的服务标准也是桑塔纳品牌30年来热销传奇的坚实基础。

新桑塔纳上市一年多来实现了销量的快速增长，热销背后除了桑塔纳品牌三十多年来积聚的强大市场号召力，更得益于其产品与服务在市场的极佳口碑。



产品方面，作为桑塔纳品牌至真品质的新时代演绎，新桑塔纳以其精湛领先的制车工艺、傲视同侪的动力系统以及丰富的科技配置，成为众多消

费者心目中价值典范。新桑塔纳采用领先国际的一体成型冲压工艺与激光焊接技术，车身更加安全、美观；大众集团新一代EA211全铝环保发动机，为

车主带来了一流的动力性能和节能环保体验；而它舒适宽敞的驾乘空间、丰富的储物空间等实用设计，Climatronic自动恒温空调、定速巡航、倒车雷达等诸多科技配置，更与时俱进地满足了中国消费者用车需求的不断升级。

服务方面，上海大众不但为新桑塔纳车主提供了分布最广的国内服务网络，其“Tech-care大众关爱”服务品牌也一直精益求精。新桑塔纳正以不断刷新的销量引领着中级车市的发展，而作为越来越多社会新中坚力量的理想之选。

罗裕

宝马5系助力《印象国乐》巡演

7月5日，由宝马5系倾情支持的《印象国乐》全国巡演活动在广州拉开序幕，并将在北京、上海、成都和杭州进行巡演，为公众奉献一场音乐盛宴。宝马还宣布，节目导演王潮歌正式成为第四位“BMW大师殿堂”的荣誉艺术顾问。

《印象国乐》是中央民族乐团倾六年心血筹划、三年时间磨炼，也是导演王潮歌倾力推出的“印象”系列鸿篇巨制。与以往的音乐会形式不同的是，《印象国乐》对曲目、表演、舞美、服装进行大胆革新创新，着重突出中国传统水墨画、山水画的风格，在写意的意境中叙述人的情感，旨在以真正的创新呈现出中国文化的魅力，为宝马车主和音乐爱好者们带来美好的精神享受。

作为BMW家族中最成功的车型之一，新宝马5系一直追寻“与坚持梦想者同行”的理念。华晨宝马总裁兼首席执行官康思远表示，创新不单是一种路径和手段，而是对用户内心的倾听和共鸣，《印象国乐》因直抵人心而感动观众，新宝马5系也自始至终关注着用户的每一个需要，每一个梦想。

姚琼



今年的环法自行车赛于7月5-27日举行。今年是斯柯达汽车成为环法自行车赛主要赞助商和官方汽车合作伙伴的第11年，赞助世界上最著名的自行车赛事对于提升斯柯达品牌形象和长久的声誉起到了极大的推进作用。

在今年整个环法赛程中，包括斯柯达明锐和速派在内的大约250辆汽车将随行行驶280万公里。作为领队车的红色斯柯达速派——“红车”(Red Car)将全程被当作移动控制中心，赛事总监每天将在这辆车上发出宣布比赛开始的绿色信号。阿晖

捷豹将打造旗下速度最快车型

F-TYPE Project 7是捷豹广受赞誉的F-TYPE系列车型中的一款全新车型，于6月26日举行的2014年古德伍德速度节上首次亮相。

F-TYPE Project 7是捷豹路虎特别运营团队所打造的首款捷豹高性能车型，仅将限量生产250台。该车采用的与众不同的车身设计，源自于去年夏季捷豹发布的Project 7概念车型。



捷豹希望以此来纪念捷豹最具标志性的、三次卫冕勒芒24小时耐力赛的车型D-Type诞生60周年。F-TYPE Project 7的名称则是为了纪念捷豹七次问鼎勒芒24小时耐力赛的传奇历史。

2014款F-TYPE Project 7是捷豹有史以来速度最快、动力最强劲的车型。该车搭载5.0升V8机械增压发动机，最大输出功率为575马力，最大扭矩为680牛米。该发动机配合八速自动变速箱“Quickshift”及第二代电子动态变速器，使得采用全铝车身、重仅

1585公斤的F-TYPE Project 7可在3.8秒内完成0-60英里加速，百公里加速也仅为3.9秒，并可达300公里的最高时速。该车型完全符合公路驾驶要求，并安装有可拆卸式顶篷以及196升后备空间。江美



7月5日，一汽丰田旗下混合动力车型PRIUS普锐斯在上海八佰伴举行了以“跟PRIUS普锐斯一起‘混’吧”为主题的快闪活动。极富中国风的艺术彩绘、时尚动感的街头歌舞等前沿形式吸引了众多走在潮流前线的人们，参与者在领略“混动先驱”PRIUS普锐斯时尚科技魅力与绿色环保理念的同时，共同演绎出国际大都市里的欢乐与激情。

本次PRIUS普锐斯上海快闪活动

在延续北京站的十足创意之上，更增添了艺术气息与乐趣。先锋艺人在PRIUS普锐斯的车身进行彩绘创作，带有中国传统元素的彩绘与现代汽车的精彩结合，营造出夺人眼球的炫酷效果。除了清丽淡雅的彩绘表演，具有自然特质的打击乐器演奏出的美妙韵律，使人们沉醉在音乐的海洋。演出结束后，一汽丰田还准备了彩绘工具供现场观众涂鸦创作，人们拿起画笔，描绘出美好未来。

党宝奎

普锐斯上海街头演绎激情