

2011年累计销量近60万辆 别克品牌重磅出击2011广州车展



别克品牌以全球科技引领市场，新一代产品闪耀广州车展

新一代产品具备“越级”实力 别克品牌领衔细分市场高端

在国内汽车市场以公商务消费为主的年代，别克新世纪、君威等别克中高级豪华轿车凸显了“大气沉稳，宁静舒适”的别克品牌精髓，为奠定别克主流中高档品牌地位打下坚实的市场基础。

2008年以来，正是基于对国内消费需求的深刻洞察，别克品牌准确把握了消费趋势的最新变化，基于“全球平台，欧美技术”的产品战略，通过积极整合全球优势资源，以同步国际的前瞻设计和性能科技推出了一系列更具国际化和科技感的新产品。也正是凭借新一代产品阵容所具备的“越级”实力，旗下多款车取得了骄人的销量业绩，并领衔各自所在的细分市场高端区间。

来自终端市场的统计数据，证实了市场和消费者对别克品牌新一代产品的高度认可。以今年竞争最为激烈的中高级车市场为例，别克“双君”组合——君威与君越表现出众，过去9个月来的平均月销量稳定在15000辆左右，稳居细分市场第一集团。特别值得关注的是，君越25万元以上的车型占75%，而在25万元以上的中高级车高端细分市场中，君越占据的市场份额高达90%，成为这一细分市场当之无愧的王者。

此外，英朗GT和XT组合，以及全新别克GL8豪华商务车在各自细分市场也取得了骄人业绩。其中，英朗GT与XT今年累计销量已超过10万辆，15万元以上的高端车型销量占比达60%；全新别克GL8豪华商务车在GL8系列中的销量占比达67%。



别克君越eAssist混合动力车

如今，别克车主中私人用户超过90%，别克新一代产品为更加注重现代品位和驾乘感受的高端私人用户带来高品质的驾乘体验。

智能科技助推品牌高端化 新一代产品引领细分市场潮流

作为今年下半年别克最新产品，君越eAssist混合动力和君威GS无疑是本届广州车展上别克展台的亮点之一。节油效率达到20%以上的君越eAssist为中高级车市场提供了一个理想的油电混合动力解决方案；据悉智能轿跑君威GS上市首月的销量就达到945辆，不仅进一步巩固了君威车型在运动细分市场的领先地位，并极大带动了君威的销量增长。凭借这两款定位鲜明的高端车型，别克品牌对中高级车市场发起了一轮新的冲击，并志在引领细分市场在节能环保和高端性能方面的进化潮流。

业内分析人士认为，在“双君”组合跻身细分市场第一阵营的基础上，别克品牌积极导入一款混合动力中高级车型和高性能智能轿跑车，就是对最新市场趋势的积极回应。这不仅将有效提升自身品牌形象的进一步高端化，并能满足日益多元化的消费需求，从而赢得更大的市场份额。

依托同步全球的平台优势，自2008年以来，别克品牌就加快了将BIP智能驱动系统这套高科技汽车动力解决方案导入新一代产品谱系的步伐。如今，包括别克Turbo发动机系列、智能直喷科技、eAssist智能混合动力技术在内的环保动力科技，以及CDC全时主动式稳定系统、FlexRide自适应驾驶系统在内的智能底盘系统，已经成为别克品牌不断征服市场的制胜利器，也



智驱性能轿跑别克君威GS

11月21日，2011广州国际车展在广州琶洲隆重揭幕的。在这个展示年度业绩展望来年趋势的全国性车展上，上海通用汽车别克品牌以强大的产品阵容和精彩纷呈的展示，为广大车迷和消费者带来了一场别开生面的车展盛宴。

据悉，以新一代主力产品阵容亮相上海通用汽车展台的别克品牌，既包括今年全新上市的君越eAssist混合动力车、高性能智驱轿跑君威GS、全新GL8豪华商务车、君威2.4L SIDI车型，也有昂科雷、英朗XT、英朗GT等畅销车型以及搭载未来科技的别克Envision SUV概念车等。

2011年，国内车市增幅理性回落，1-11月，乘用车市场以9.9%的平均增幅迎来年度收官。作为国内中高档汽车强势品牌，别克品牌逆势增长，不仅累计销量已近60万辆，实现同比21%的高增长，并牢牢占据各细分市场的中高端区间，取得了“又快又好”的增长。

成为不断提升品牌形象的助推器。

谈到别克品牌2012年的产品布局，上海通用汽车别克市场营销部部长施弘表示，别克品牌将继续“全球平台，全新别克”的发展方向，进一步丰富产品型谱，实现对

高档轿车、高档MPV、高档轿跑车、高档SUV和入门级轿车的全覆盖，并保持在各个细分市场的高端领先地位；继续加强BIP智能驱动系统在别克产品中的应用和普及，保持别克在智能科技上的领先地位。

十年深耕持续提升客户满意度 “别克关怀”培养差异化竞争力



别克车主代表一同切开“别克关怀十年庆典”的生日蛋糕

11月21日，本届广州车展开幕当天，一场名为“倾情·尽情”的演唱会在广州天河体育馆火热上演。作为别克售后服务品牌——“别克关怀”创立十周年的庆典活动之一，别克品牌特邀周华健、萧敬腾、容祖儿等一线巨星，携手热播选秀节目“别克关怀-非同凡响”的四强选手在广州倾情献唱，以真情回馈超过330万别克用户的厚爱，这也成为“别克关怀”创新服务之路上的里程碑。

秉承“比你更关心你”的服务理念，成立十年的“别克关怀”不仅是中国汽车市场率先推出的汽车服务品牌，更是汽车服务行业的创新典范。近年来，服务质量的扎实推进和服务内涵的不断丰富，成为“别克关怀”提升客户满意度，培养品牌差异化竞争力的重中之重。

今年，时值服务品牌创立十周年，“别克关怀”就推出了第二季“别克关怀-360度全方位

关怀”活动、全车免费体检和定制养护优惠计划等一系列组合创新服务。此外，在用户基数爆发式增长、产品向高科技化发展的新时期，“别克关怀”还积极发展创新高科技服务，如在覆盖全国的400多家服务网点推行E-Service集成数字化管理；在新一代产品上大力普及OnStar安吉星全时在线助理，并新推手机掌控出行数据服务等，为用户呈献高水准的“新别克，新体验”。

日前，在全球营销公司J.D.Power中国公布的2011年中国汽车市场售后服务满意度(CSI)研究报告中，别克品牌以887分的高分荣登三甲，成为提升最快的汽车品牌之一。而前不久刚刚揭晓的“中国汽车服务金扳手奖”，也将“年度优秀服务品牌·品牌影响力奖”授予别克品牌。经过十年的创新与开拓，别克关怀已经成为别克的差异化竞争力，助力品牌不断实现新的跨越。



对话别克市场营销部部长

施弘：科技驱动品牌高端化

定在每年11月举办的广州国际车展，经常被看作是各汽车厂家盘点当年、展望来年重要时刻。上海通用汽车别克市场营销部部长施弘在广州车展期间接受记者专访时，也总结了别克品牌在2011年的整体表现。

问：今年别克推出两款新品，君越eAssist混合动力车和君威GS，它们的市场表现如何？在别克产品体系中的定位和作用是怎样的？

答：君越eAssist实现比传统车型节油20%以上，在不牺牲性能与舒适的前提下，为中高级车消费者提供了理想的绿色节能解决方案，它是别克品牌重要的战略产品；智驱轿跑君威GS则以往只服务于豪华车型的主动式驾驶系统首次引入中高级车市场，堪称30万元以内高性能轿跑车的巅峰之作，上市仅1个多月，已经销售945台，同时很好地拉动了君威的销售态势，进一步巩固了君威车型在运动细分市场的领先地位。

问：别克2012年有什么规划？

答：2012年，别克品牌将继续“全球平台，全新别克”的发展方向，从强化产品力和加强客户体验及忠诚度入手，继续保持别克品牌的强势竞争力。别克将进一步丰富产品型谱，实现对高档轿车、高档MPV、高档轿跑车、高档SUV和入门级轿车的全覆盖，并保持在各个细分市场的高端领先地位；继续加强BIP智能驱动系统在别克产品中的应用和普及，保持别克动力科技的领先地位。

同时，在服务力上狠下功夫，提升服务第一线的工作水平，将已经拥有10年辉煌的“别克关怀”进一步深耕细作，把服务更多引向销售前端，为别克车主带来更好的服务品牌体验。同时还会延续2011年在品牌和产品体验取得的创新探索，通过“越视界@别克”、别克S弯挑战赛、别克高尔夫等体验平台，有效提升消费者接触产品及品牌的机会，以全方位的品牌影响力提升用户的信赖感和忠诚度。

(唐莹)