

新民晚報 | 廣告

汽车就是生活——Lavida family day生活秀场

- 将汽车研发、设计、制造、以及营销一条线搬到普通消费者中间,上海大众汽车产品工程部、汽车二厂及营销本部与车主近距离互动;
- Lavida family day 骑马、钓鱼、烧烤,投入的享受生活,汽车设计师寥寥几笔勾勒出美丽的车身线条,造型师展示精美的油泥模型;
- Lavida 给予消费者的不仅仅是一款优秀的产品,还有享受生活的态度。

在普通消费者眼中,汽车可能就是销售店的商品,或者是一种交通工具,抑或甚至载自己希望的一个家庭成员。而12月14日,在位于浦东三林镇的辉盛骑马场,一场由上海大众汽车主办的汽车就是生活——Lafida family day生活秀场活动热闹开场。它告诉消费者,汽车还有更多的内涵和意义。

汽车生活不仅仅是工作，
还要投入的享受

酣畅淋漓的试乘试驾和车辆鉴赏、散发食品甜味的马芬摊和激情四射的速度赛马、悠闲自得的手钓,以及对时间的尽情享受,组成了活动的主角。一天的活动,让每一个活/动/都/人,拥有汽车以后更要享受汽车带来的美



好生活，变成了活动主基调。生活，要张弛有度，劳逸结合。除去忙碌的工作，能享受一束春光，一番香茶，一曲清调，在家人纵情欢畅中，依然垂钓出细腻如草间生，品味真滋味。

全新的方式
诠释Lavida family

上海大众 2008 年

你可能听说过汽车设计制造，
却没见过它

在Lauda family day,上海大众汽车将设计研发—制造—生产—市场营销,一个完整的总装过程搬到消费者中互动交流。不管是按比例缩小的油泥模型的美,还是设计师们寥寥几笔勾勒出车辆完美线条的美感,还是将设计制造过程以视频展示的神秘,都让参与者大呼过瘾。更重要的是,来自上海大众的设计师将座车一起,动手设计普通消费者心目中的梦想之车。有机关互动,让车主了解车辆研发的过程,也让人们了解普通消

借款对汽车功能的依赖。

全新的方式，
诠释Layida family投入的生活

自上海大众 2008 年推出 Lavida 品牌,迄今为市面唯一上市三年突破 50 万辆,三年实现百万辆销量的汽车品牌。成为国内 A 级车翘楚,为

下偶然,为消费者生产一款优秀的产品绝对不是全部,将产品所蕴含的精神内涵传达给消费者同样重要。一场Lacivita family day,变化产品性能能传递,显出厂家对于产品的自信,将产品的研发设计、制造营销直面消费者,以新颖的方式,将品牌内涵传递给车主,诠释“投入品生活”。

