

一汽丰田:布局网约车市场 助力绿色环保出行

李邈

2017年9月22日,“生态双擎 共商共享”一汽丰田出行市场成果展示交流会在厦门海悦山庄酒店正式举行。本次会议不仅展示了一汽丰田在深耕出行市场的累累硕果,更邀请到国内优质网约车租赁服务公司与一汽丰田共聚一堂,共同探讨未来国内网约车市场的建设与发展。

布局网约车市场 一汽丰田硕果累累

伴随着国民经济的快速发展,我国的消费结构已由物质型消费向服务型消费进行快速转变,迎来共享经济的发展契机,这其中更以共享出行市场的表现最为突出,蓬勃发展的共享出行市场正在颠覆并革新传统的出行方式。如何在这一片蓝海上抢占先机,是一个至关重要的命题。

一汽丰田早在2014年便开始将目光投放在出行市场的发展上,并灵活利用多种优质出行平台不断开拓市场,如出行平台试驾服务、专属司机试乘体验、公务出行预约服务以及定制化场景化体验等方式,均收获了不凡的评价,这也为一汽丰田深耕出行市场打下了坚实的基础。

迈步向前,一汽丰田审时度



一汽丰田汽车销售有限公司销售部副部长刘军辉致辞

势,利用强大的品牌背书及产品优势,配合营销手段,全面向出租车、网约车市场大举进发,并取得了骄人的成绩:截至目前,卡罗拉双擎出行市场累计销售8430台,年内预计突破12000台。其中,年内将有200台卡罗拉双擎出租车在拉萨投入运营,让节能环保的卡罗拉双擎奔驰在拉萨的街头,成为一道亮丽的环保风景线;年内,厦门地区运营网约车预计达1500辆左右。如此,一汽丰田在出行市场领域取得的丰硕成果可见一斑。

一汽丰田在出行市场中取得的突破进展离不开各优质租赁公司的支持,本次“生态双擎 共商共享”一汽丰田出行市场成果展示交流会更邀请到了国内多家优质

租赁公司参与,群策群力,共同为未来的网约车市场贡献一份力量。

卡罗拉双擎助力 绿色出行最优之选

本次会议的主角自然离不开一汽丰田的明星混动车型——卡罗拉双擎。随着国家对于汽车排放的严格要求,“节能环保”成为了现阶段衡量车型优秀与否的重要标准。一汽丰田秉承这种环保理念,长期致力于新能源、节能环保车领域的研究和探索。从2006年最早引入普锐斯,到2015年卡罗拉双擎上市,一汽丰田一直走在推广环保节能车的行列。而卡

罗拉双擎更凭借优秀的品牌背书及出色的产品优势,突出重围,成为最佳网约车之选。

卡罗拉双擎是丰田双擎混合动力技术与卡罗拉家族“强强联合”诞生出的“高一级别”产品,作为现阶段最可行的环保解决方案,卡罗拉双擎刚一上市便受到了广泛的欢迎,截至目前,累计销量已突破7万台。不断上涨的销量数据也足以见得消费者对于卡罗拉双擎的肯定,以卡罗拉双擎为开启者的“全民混动时代”也为环境改善带来了真正的福祉。

丰田先进的双擎混合动力系统加持,配合2700mm轴距和970mm的后排腿部空间,为驾乘人员提供了流畅的动力感受及舒适的乘坐体验。车内多处双擎特有的设计配合全系标配的LED头灯、换挡拨片以及高级别车型拥有的nanoe™纳米水离子空气净化系统、感应式雨刷、卡片钥匙等实用越级配置,更提升了卡罗拉双擎的产品品质,无需外接充电、4.2L的百公里油耗、低排放以及无需更换电池的多重优势,更是让卡罗拉双擎成为当之无愧的绿色出行最优之选。

全面升级为客户 “安享管家计划”出炉

经过14年发展,一汽丰田一

直秉承着企业的崇高使命,以“客户第一”为经营理念,始终坚持从客户角度出发,为客户提供更便捷、更优质的服务,让更多客户体验拥有汽车的喜悦。

近期,一汽丰田在其“感恩有你为伴”答谢600万客户大型品牌日活动中发布了全新的“安享管家计划”,旨在从客户需求出发,提供全流程、全方位的安心呵护。

“安享管家计划”是一汽丰田基于“AAA品牌”以及“诚信服务”所打造的全新服务体系。它的诞生将会给所有丰田车主带去更多的附加值,为用户节省更多时间和成本。目前,“安享管家计划”已经形成了以服务、安心二手车、纯牌零件/纯正精品、安心租车、AAA延保、AAA保险、贴心金融七大服务板块为主的“人·车·生活”全程呵护体系,为广大客户打造一站式无忧生活。作为业界首创的涵盖顾客车生活全方位的顾客关爱计划,这在汽车行业是绝无仅有的。

“不忘初心,方得始终”,正如一汽丰田多年来的努力与收获。未来,一汽丰田还将继续秉持“客户第一”理念,深耕网约车市场,并以更主动的姿态,积极倡导健康绿色的出行习惯,为更多消费者带去更加优质便捷的用车新体验。

吉利8月销量全线飘红 帝豪再展中国销冠底蕴

李邈

随着汽车企业销量数据的逐一公布,人们纷纷将目光聚集到各大汽车厂商8月销量上。对于即将迎来金九银十旺季的汽车业而言,8月的销量表现作为接下来市场走势的重要信号,对每家车企的意义可想而知。

帝豪领衔,助力吉利8月市场整体发力

9月6日,在各家车企陆续公布8月销量后,吉利汽车也对外发布了其8月的统计数据:2017年8月份,吉利汽车销量达到96505辆,同比增长80%,除了博越、帝豪GL、帝豪GS等3.0代精品车型继续稳中有进,帝豪以20936辆再展销量担当本色,同比增长43%的同时,单月销量继3月份后再度突破2万辆。不出意外,帝豪也将再度进入轿车销量前十名。

吉利销量全线飘红的背后,依然保持着令人惊喜的轿车、SUV均衡发展状态,这也是吉利能以强劲的市场表现超越长安、长城,成为中国品牌汽车领军者的关键。如果说,在SUV如火如荼的背景下,吉利博越、帝豪GS和远景SUV等SUV车型的销量火爆是顺势而上,那么,以帝豪为首的轿车阵营整体走强,则有着

更多逆势上扬的意味。尤其是帝豪,不仅长期位居中国品牌轿车冠军位置,更屡次跻身轿车销量前十,成为中国品牌轿车阻击合资轿车的绝对主力。

以更懂国人的理念, 赢取更多用户的选择

如果是一个人购买某款车型,通常会认为个人喜好在这一决策中占据了主导,并且这一决策对整个市场格局的影响微乎其微;而当一群人甚至不断有更多人加入到一款车型的大家庭中,那么说明这款车是满足了大部分人甚至是一款符合国情的车型。因为相对于个人充满不确定因素的购买决定,大量用户用真金白银累计起来的市场信心显然更具说服力。所以当越来越多的人成为帝豪的用户,“更懂国人的车”这一理念就成为帝豪落地的产品态度。

具体到产品上,就是帝豪不断更新的产品品质和用户体验。上市8年来,帝豪走出了一条自我突破与更新之路,7次更新换代则是帝豪永葆生机的关键。比如:顺应涡轮增压趋势和节能减排的号召,2014年新帝豪首次搭载1.3T全新动力总成,在动力、经济性方面得到很大提升,1.3T涡轮增压发动机也获选“中国2014年度十佳发动

机”称号;2016年,为纪念帝豪百万销量的重大突破,新帝豪百万款顺势推出,造型、安全、舒适及性能等方面多达33项的优化升级,再度为用户带来满满的诚意;进入2017年,在智能互联风行的背景下,帝豪又一次站在时代前端,洞悉用户全新需求,以更人性化、智能化的科技,提升了新帝豪在多元化车载娱乐和智能人机交互上的产品体验。

不得不说,新帝豪向上互联版的推出,进一步提升了帝豪的市场竞争力,这也是即使身处淡季,帝豪销量依然表现强势的重要原因。

8月是帝豪迎来上市8周年的重要节点,作为累计销量已经突破130万辆的车型而言,帝豪创造的成长速度令业界为之惊叹。8月20936辆的销量表现,不仅是对帝豪过去不断向上的市场地位的注脚,是对即将到来的金九银十旺季的提



帝豪以20936辆再展销量担当本色

帝豪不断更新的产品品质和用户体验

前预告,更为帝豪开启下一个百万征程吹响前行号角。接下来,在吉利轿车、SUV均衡发展的背景下,以帝豪为首的轿车阵营将不断向上,在支撑起吉利110万年

销量目标的同时,也将与合资轿车对标的竞争中引领中国品牌轿车发展,不断夯实中国品牌在轿车这一细分市场对标合资品牌的突破气势和向上实力。