

# 北京越野车体验营席卷华东

古宫闲地少,水巷小桥多。位于华东的江浙沪地区,自古以来就是文人墨客的汇集之所,在这片江南水乡,越野硬汉们似乎也变得柔情起来,等待一个对的人,共赴南国越野梦。10月28日,“38° 向上人生——北京·越野世家体验营”江浙沪站落下帷幕,北京(BJ)品牌将越野的硬汉激情与温婉的江南水乡文化相融合,打造出“中国越野车第一品牌”在品牌、产品、文化等方面独特的影响力。

青年报 于诗婕

## 技术打底 品牌向上

江浙沪站活动现场,北京(BJ)40环塔冠军版和北京(BJ)80建军90周年纪念版,两款特别版车型亮相,令车友有机会与新品近距离接触;《战狼2》中北京(BJ)40原型车的亮相,再次点燃众人的爱国热情;坦克基地内,高难度越野项目的挑战,令大家兴奋不已;俱乐部授牌仪式、越野技术讲解、越野生活展示及沙盘体验等丰富多彩的项目,得到在场媒体、消费者和经销商的一致认可。

2017年是北京(BJ)品牌的发力之年,在不同领域的载誉而归,进一步传递着探索无疆的品牌精神。环塔拉力赛,北京汽车越野世家车队一战封神,狂揽总成绩车手冠军、中国车手冠军、总成绩车队冠军、T1.1组车队冠军四冠,堪称中国汽车运动领头羊;北京(BJ)80荣膺香港回归20周年和建军90周年两次阅兵盛典的阅兵检阅车,为越野世家金字招牌再添荣耀。

在十月初落幕的阿拉善英雄会上,北京(BJ)品牌提倡并签署了《北京·越野公约》,将越野精神与中国文化相结合,更好地从原则上指导越野人做人做事。创造良好越野环境,维护越野人形象,引领有中国特色越野文化的良性发展,是越野世家作为“中国越野车第一品牌”义不容辞的责任与使命。

市场业绩方面,9月在细分市场整体销量不尽如人意的大环境下,北京(BJ)品牌逆势上扬,北京(BJ)40系列车型以2358台,同比增长137%,市场



份额增长至36.6%的优异表现,连续第四个月蝉联细分市场冠军,坐实霸主地位;1-9月,北京(BJ)40系列累计销量同比增长175.6%,增长率位列细分市场第一,销量与品牌双赢之势,使北京(BJ)40系列成为越野市场上“一车难求”的最红车型。

## 新版型增强竞争力

越野世家体验营登陆华东地区,将检阅车的荣耀和环塔夺冠的喜悦与大家分享,带来北京(BJ)40L环塔冠军版和北京(BJ)80建军90周年纪念版,两款特别版车型,形成“军团出击”之势,增强市场竞争力。

北京(BJ)40L环塔冠军版共有两款车型,官方指导价为16.98万元和17.98万元;北京(BJ)80建军90周年纪念版,指导价为31.8万元。此次上市的两款新车,在车辆外观、内饰及技

术方面进行了全面升级,以过硬的产品实力,捍卫中国高端越野第一车的霸主地位。

北京(BJ)40L环塔冠军版基于北京(BJ)40L 2.3T四驱尊享版车型打造,在外观上,选用了“火焰红”高质感车漆,共推出5速手动和6速自动变速箱两款车型。环塔冠军版增加了伊顿后桥机械差速锁、重载加强型分动器以及前轴自动轮边离合器三项装备,以全面提升车辆性能,带来极致越野体验。

北京(BJ)80建军90周年纪念版车型,全国限量销售200台。全车采用黑色涂装,前机器盖配有进气口装饰,搭配大量镀铬装饰、红色卡钳、电动上车踏板,更加彰显高端气质。专业越野方面,纪念版增加了伊顿后桥机械差速锁,使车辆拥有更加强悍的越野能力,即使面对极端的环境,依旧信心十足。

## ■ 资讯

# 通用汽车携全球儿童安全组织举办“安全座椅安心装”公开课

青年报 程元辉

孩子是我们许多人生命中最宝贵的财富,家长不使用或未正确使用安全座椅无疑是将孩子们的生命置于危险之中。因此,通用汽车中国公司和全球儿童安全组织中国11月1日携手在上海逸隆宝鸿雪佛兰经销商举办了“安全童乘·安全座椅安心装”公开课活动。

作为通用汽车中国“安全童乘”企业社会责任项目的延伸,此次公开课向家庭提供了正确安装安全座椅的建议,以保护驾驶过程中儿童的安全。资料显示,机动车碰撞是造成1-9岁儿童之可预防性伤害的主要原因之一。

世界卫生组织调查显示,全球范围内每天有500多名儿童因道路交通事故丧生,数以万计儿童受伤,许多儿童并因此遭受终身残疾。根据“2014年度中国道路交通儿童受伤研究报告”,中国每天至少有30个家庭遭遇与儿童相关的道路交通事故。

“通用汽车始终将安全置于首位。”通用汽车执行副总裁兼通用汽车中国公司总裁钱惠康表示,“在中国,购买家庭乘用车

的人数日益增多,而对于父母而言,知道如何正确地在车上安装安全座椅,并坚持使用安全座椅正变的越来越重要。”

专家发现使用安全座椅可让车内婴儿的死亡率降低71%,让幼儿(1-4岁)的交通事故死亡率降低54%。与使用安全带相比,使用安全座椅可让儿童(4-8岁)严重受伤的风险降低45%。对于大龄儿童和成年人,使用安全带可让死亡和严重受伤风险降低一半左右。

2017年3月,新修订的《上海市道路交通管理条例》正式生效实施,要求4岁以下的儿童乘坐家庭乘用车时必须使用安全座椅。通用汽车中国与全球儿童安全组织(中国)针对部分上海父母进行了调查,以便更好地了解他们对安全座椅的关注点,并通过安全童乘项目为安全座椅的正确使用提供支持。

调查发现,70%的受访者都拥有安全座椅,但只有三分之一的受访者在儿童乘坐汽车时使用安全座椅。在有车也有安全座椅的受访父母中,不使用安全座椅的三大主要原因是:孩子不喜欢安全座椅(89%),短距离驾驶(47%),安装困难(24%)。

# 飞凡发布新版APP 招募百位体验师

青年报 程元辉

10月26日,万达网络科技集团旗下飞凡APP发布以“逛”为核心定位的全新产品版本,引导用户从单纯线上“买买买”回归线下“逛逛逛”的真实生活和社交体验中。

飞凡APP同时公布了其最新Slogan——“飞凡APP,逛见喜欢”,通过提供由个性化精选、全场景体验、圈子化社交组成的“美好生活三要素”,为对场景体验和服务要求较高的品质生活人群提供极致消费体验。此次发布会是飞凡APP上线以来的首次高调公开亮相,也是万达网络科技集团成立以来,首次以产品发布会形式对外展示全新的面向消费者的科技企业形象。

据了解,此前万达网科基于应用新科技手段改造实体商业的出发点,构建了会员体系、智能营销、大数据分析等数字化平台。飞凡商业联盟目前连接了超过6000个实体商业项目,拥有超过50000个合作品牌,月度活跃用户达到千万量级,具备了进军消费领域的底层基础。

飞凡新版APP的出发点是为人们提供消费中的“美好生活三要素”——个性化精选、全场景体验、圈子化社交。美食是飞



凡APP的核心板块之一。通过特色和个性化的“美食地图”以及具备品味和格调的“飞凡食客”,飞凡美食频道为消费者带来有故事的美食,关注每道美食背后的文化与情绪。通过与个人重要纪念日等相关的“美食每刻”,飞凡美食频道能够为消费者带来一站式的个性化场景体验。飞凡购物频道则基于优质内容,进行个性化推荐,向用户推出精选、严选商品,并通过“飞逛”、“飞凡下单,逛街取货”等功能和模式,突破线上线下载限,带来无差别的购物体验。

在新版发布之际,飞凡APP推出百人体验师计划,在全国范围内陆续招募100位来自各行各业的达人体验师,面向飞凡精选商户开展体验活动。万达网科将为体验师提供全程费用支持,并根据体验师的反馈不断对产品迭代升级,从而切实达到“为用户提供基于场景的极致体验”的目标。

# 新城控股启动新吾悦品牌标识

青年报 程元辉

10月26日,新城控股第四届商业年会在上海世博中心开幕。作为新城控股集团规模最大、影响力最强的全开放、社会化、行业化的商业峰会,新城商业年会业已行至第四届。今年年会上,新城控股发布了全新“吾悦”商业品牌形象,以创新的姿态开启全新的征程,同时,FAC商业精英俱乐部成立、吾悦广场全新TVC亮相、吾悦广场4.0产品展示等重磅动作,也为本次盛会添上浓墨重彩的笔触。

本届新城商业年会上,吾悦广场首支TVC正式亮相,画面中父子、闺蜜、情侣、母女身处吾悦广场,狂欢、尖叫、舞动,时而绚丽,时而温馨,吾悦广场让他们遇见了“不一样的自己”。

TVC所带来的震撼尚未消散,吾悦新品牌形象正式发布。吾悦广场的LOGO由原先的“in-JOY新城吾悦广场”正式变更为“WUYUE吾悦广场”,新LOGO以“WUYUE”字母为主体,将“未来之悦、创新之悦、人本之悦、精品之悦、体验之悦”这五大核心“悦”价值融入其中。全新品牌口号定为“亲爱的亲密的吾悦广场”,立志以覆盖创造中国80%GDP的区域,为中国城市80%的消费者服务。

FAC商业精英俱乐部成立、品牌商家签约也是本次新商会的重头戏。据介绍,FAC商业精英俱乐部由新城控股集团发起,是国内迄今汇聚最多品牌代理商的精英联盟,目前已有全国各省市200余名实力代理商加入。FAC商业精英俱乐部将广泛吸纳行业内具有影响力的代



理商,旨在搭建专业化的商业信息交流平台,以此打造代理商互联网,服务商业、成就商家。

2017年新城商业在行业内的表现极其亮眼。今年上半年吾悦广场销售额达111.59亿元,实现租金及管理费收入3.44亿元,出租率达97.07%。值得注意的是,长春吾悦广场开业三日累积客流量达98.2万,销售额突破3550万,刷新了长春商业开业客流及开业销售额的纪录。