



# 一起追逐年轻 车企也是变拼的

## 内外进化 读懂受众

运动、个性、小众、智能，这是当下车企在推出新产品时，针对年轻消费者常常着重强调的几个要素。

### 披上年轻的外衣

与60后、70后消费人群相比，80后、90后的年轻消费者更关注车辆的外观、配置和操控性能，运动化、个性化最吸引他们的目光。“今天的消费者越来越注重彰显自我，越来越想买一辆自己喜欢的车，而这种变化还在持续。”北京汽车股份有限公司副总裁梁国锋表示。

从2012年开始，奥迪去“官车”化和年轻化的进程加速，其一方面通过减少黑色车型比例、提升科技配置等举措打造A6L等车型，另一方面通过小型车加速提高年轻用户比例。目前，以A3、Q3为代表的年轻化小车，正在成为奥迪整体销售中的重要力量，而这些车型的共同点就是运动化、

个性化。而奔驰、宝马、凯迪拉克也逐渐褪下商务的外衣，在车型的打造上都更凸显时尚动感。

### 换上聪慧的内核

今天，没有哪个年轻人能够离得开智能电子，年轻一代对信息娱乐、智能电子有着从未有过的热情以及需求。因此，搭载了智能互联系统和诸多数字娱乐设备的车型，也常常格外吸引年轻人的关注。于是，奥迪推出了虚拟驾驶舱，宝马在车型上越来越多地标配了iDrive车载娱乐系统。此外，包括大众、丰田在内的多家企业，也相继研发出车载信息娱乐系统，而荣威、启辰等自主品牌，更是逐步将电子智能化配置打造成了其核心的卖点。

### 宣传跨界 占领视野

#### 附身运动

年轻人的爱好总是变化很快。当他们

当80后、90后成为车市的主导力量，“围着年轻人转”的各式营销也在轰然展开。每一家车企都在标榜其为年轻人造车的理念，每一款上市的新车都为自己贴上了“年轻”的标签，每一次车企营销都表示：所做的一切是为追寻年轻人的脚步。为了取悦年轻人，越来越多的车企开始主动收起以往的呆板，努力让自己更加年轻化，并推出更多针对这一群体的车型，开展针对年轻人的营销，以吸引更多年轻人的目光。

泼水节、大喇叭、人工海浪、篝火晚会……

## 你玩水 水玩你 激情体验乐翻天

天气越来越热了，嬉水的季节又到了。这个周末，周口日报新闻旅行社联合省内各大景区，为市民推出欢快的嬉水节（二郎山泼水节和祥龙谷水上乐园二日游）。

同学们有没有很心动？心动不如行动！这个周末，让我们相约二郎山泼水节和祥龙谷水上乐园，玩转水世界，激情体验水上项目，不仅可以登山、避暑、纳凉，还可参加篝火晚会，观赏民族风情表演和鸟艺表演，增加旅途的乐趣。

#### 活动说明：

一、报名时间：即日起开始报名，报名时须报身份证号，名额有限，欲报从速。

二、25日早6点30分在老报社集合，赴二郎山景区；中餐后观鸟艺表演、民族风情表演，随后参加泼水节狂欢活动；晚上有篝火晚会，观少数民族歌舞及绝技表演，夜宿农家或宾馆。

26日早餐后赴灯台架景区，欣赏奇幻神秘的望灯桥、天池瀑布等地质奇观；中餐后赴祥龙谷水上乐园，参与激情四射的七彩滑道、大喇叭、人工海浪等水上项目，你玩水，水玩你，欢乐

闹不停。随后返回温馨的家。

三、为确保出游品质，此次活动将有专业导游全程服务，此活动需要家长陪同。

四、活动结束后，小记者可写一篇感言或作文，于8月30日前发至：zkwbxjz@126.com。

五、活动费用：小孩220元、成人280元（含门票、交通、保险、一早三正餐、住宿等）。

市区报名地点：周口日报新闻旅行社（市区七一中路老报社一楼）

咨询报名电话：8521958 13838639678

去年，1927辆沃尔沃XC90限量版首次在电商平台进行全球发售，47小时内即告售罄，中国区的500个预订限量号码也在47分钟内被抢订一空。据统计，其全球多数订单都在一个小时完成，高峰时的预售速度甚至达到了每分钟7辆，一举创下了电商的销售纪录。

此外，通过网络进行新车上市，也是不少车企的选择。去年，江淮瑞风S3上市前，许多网站便刊登了江淮乘用车给网友发出的一份邀请函，请网友观看瑞风S3的全网上市发布会，并在官网上推出了抢车夺宝、评论有奖等多项互动活动。

(新京)

**夏日漂流**

**金刚台峡谷漂流**

每周二、四、六震撼开漂

电话：0376-3015888/3015999

信阳•商城

