

CTCC领舞街道赛

乐动TIIDA演绎赛车风情



10月10日,CTCC第六分站比赛在北京顺义奥林匹克水上公园拉开帷幕。首次采用街道赛形式的比赛,吸引了大批车迷到场观战。在1600cc组比赛中,东风日产基亚车队90后小将孙正表现十分抢眼,他与队友林立峰一起为车队赢得了7个积分,从而使车队继续位列前三甲之列。



TIIDA精彩演绎街道首秀

作为国内最引人注目的赛事之一,CTCC用街道赛的形式再次吸引了大批车迷的关注。与场地赛相比,街道赛危险性和刺激性更大,容易发生意外碰撞,这也使得街道赛的观赏性更高。

12点33分,1600cc组比赛正式开始。出于安全考虑,本站比赛在安全车的带领下实行“行进间单排”赛车发车。开赛后,在排位赛取得前三名的刘洋、韩寒、孙正组成第一集团。东风日产基亚车队的90后车手孙正表现出众,开赛后不停对排在第

二位的韩寒发起猛攻,尝试超越,但因赛道狭窄未能完成超越。第12圈,受到其他车手的猛烈碰撞,使得孙正跌至第5位,最终遗憾地告别了领奖台。

赛后,东风日产相关负责人表示,车队对孙正的表现非常满意,成绩并不是车队所追求的唯一目标。更重要的是,通过街道赛这样紧张激烈的比赛,更好的推动赛车运动发展,使车迷在比赛中体会到TIIDA所倡导的“乐动生活”理念。车队将会全力准备下一站比赛,力争为车迷带来

更精彩的比赛。

正如此言,东风日产基亚车队自2006年组建以来,便成为中国房车锦标赛上最具竞争力的车队之一,为该项赛事增添了更多的看点与活力。同时,东风日产积极组织车迷朋友观赛,并成立了红魔啦啦队,他们的热情也带动了更多人关注此项赛事。随着赛事在全国各地不断开展,东风日产基亚车队和其它车队一起,培养了一批又一批关注中国赛车运动、中国赛车文化的车迷朋友。

TIIDA卡丁车赛完美诠释“乐动生活”

为了让更多消费者体验到TIIDA“乐动生活”的理念,让广大车迷朋友们有机会一圆专业赛车梦想,2010年东风日产举办了以“领潮TIIDA心动60万——乐动总动员之赛道争锋”为主题的“乐动驾驶训练营”活动,在为TIIDA车主提供参加国内顶级汽车赛事CTCC机会的同时,进一步推动了我国汽车运动文化的发展。

据了解,“乐动驾驶训练营”的3场卡丁车赛分别为北京站、上海站、深圳站,所有TIIDA车主和赛车运动爱好者均可通过东风日产官网和专营店报名参赛。“乐动驾驶训练营”卡丁车赛的前两场比赛已在北京新港卡丁车俱乐部和上海曲阳赛车场成功举办。接下来,该活动还将移师深圳,进行最后一站比赛,并最终选拔出6名最为出色的车手参加“乐动驾驶训练营”,接受专业赛车训练。

在“乐动驾驶训练营”的专业训练结束后,6名营员将参加中汽联赛车手选拔科目考核,成绩优异的营员还有可能获得G级赛车驾照。而且,6名营员中成绩最佳的1名车手将有机会接受东风日产基亚车队的特殊训练,并有可能以第四车手的身份出战全国顶级汽车赛事——中国房车锦标赛第八分站总决赛。

东风日产市场部负责人表示,“乐动驾驶训练营”是为近70余万TIIDA车主提供的互动体验平台,东风日产希望通过该活动让车主和消费者们感受到TIIDA年轻、时尚、活力的产品形象,全面体验“乐动”生活,实现赛车梦想,进一步推动中国赛车运动文化的发展。

对于东风日产“乐动驾驶训练营”活动,汽车营销专家认为,该活动既展示了东风日产的品牌魅力,和TIIDA车型时尚、乐动的产品形象,又让车主和消费者在轻松、安全的卡丁车比赛中体验了赛车的乐趣,冲击专业赛车梦想。同时,东风日产“乐动驾驶训练营”活动首开先河,让普通车主直接参与到CTCC这样的顶级汽车赛事中,也极大地推动了中国汽车运动文化的发展。

一向以创新营销理念而领先业内的东风日产,再次站在了业界的前端,开创了车主参赛国内顶级赛事的先河。相信,在东风日产的努力和近70万TIIDA车主的簇拥之下,接下来的CTCC中国房车锦标赛会愈发精彩。随着10月24日比赛转战上海,CTCC将吸引更多赛车迷的目光,让更多的车迷亲身感受赛车带来的激情。

战绩辉煌助推TIIDA领舞市场

凭借TIIDA赛车的卓越性能和出色的团队协作能力,以及来自日产国际汽车运动部(NISMO)的鼎力支持,东风日产基亚车队分别在2006、2008两个赛季中囊括车队、车手两项年度总冠军;并在2007、2009两个赛季中斩获车队、车手两项年度亚军,缔造了不可逾越的辉煌战绩,成为中国赛车不可撼动的王者之一。

为了让更多的TIIDA车主感受到赛车运动的魅力,丰富大家的日常生活,东风日产在专营店层面推出了一系列丰富多彩的赛车文化推广活动。在新赛季中,除了“TIIDA双雄”郭海生、林立峰再度携手外,东风日产更借助新赛季新平台,积极引入了一名90后年轻车手——孙正,组成3台TIIDA赛车,强势出击2010年中国房车锦标赛。郭海生、林立峰携手90后年轻车手孙正,组成“青壮”结合的强大阵容,在保证取得好成绩的同时,锻炼了年轻车手,为中国的汽车赛事推广和赛车文化传播做出了积极的贡献。

东风日产自参加汽车场地赛以来,可以说在赛车运动及赛事推广方面做出了表率。从今天外场很多车迷互动活动中,我们能看到很多东风日产营销活动的影子。如模仿TIIDA乐动英豪嘉年华活动的有奖竞猜、游戏体验等活动。可以说东风日产围绕场地赛展开的一系列营销活动,不仅打造出TIIDA深得消费者肯定和赞赏的车型气质,更有力地拉动了国内汽车文化的跨越式发展。

赛道在见证车队辉煌战绩的同时,也验证了TIIDA卓越的品质和良好的稳定性,赢得了消费者的广泛认可。

东风日产相关负责人表示,“技术日产·人·车·生活”是东风日产的品牌主张,我们始终认为技术是品质的基本保证,通

过赛车运动,我们的产品质量得到了市场的充分认可。通过参与赛车运动,TIIDA形成了非常好的市场口碑,我们很多新客户都是通过老车主介绍过来的,同时,我们很多的老车主在换车时还还是首先考虑我们的车型,成为忠实用户。

在中级车市中,TIIDA以时尚动感的外观,超乎想象的驾乘空间、优良操控性和舒适性及动力与节油性完美结合,成为中级车中的榜样;凭借优秀的产品品质所带来的低维护费用,成功迈入“万辆俱乐部”,“领舞”中级车市。这之中,作为中级两厢车市场的领导者,骐达自上市以来以其时尚、活力的外观设计,及良好的操控性和安全性,深得年轻消费者喜爱,并连续5年主导中级两厢车细分市场,有力地推动了中国车市的整体发展。

TIIDA之所以能够取得这一连串的胜利光环,制胜关键是其“内外兼修、品质精良”的车型特点。突出的综合品质,使TIIDA既符合一般家庭用车的大气稳重风格,又能满足年轻群体对于时尚魅力的追求;既有充分满足日常使用的宽适空间,又有两厢车的小巧灵动,赢得了消费者的广泛喜爱。

改款车型的适时推出也是TIIDA备受肯定的原因之一,配置和价格方面的重新规划让TIIDA的性价比达到了前所未有的高度。四轮碟刹、铝合金轮圈、车速感应式前雨刷器、倒车雷达、BA刹车辅助系统、预张紧安全带等等已经成为TIIDA全系列车型的标准配置。

除了在CTCC中彰显的卓越产品实力,营销活动也是TIIDA促进销售的强大助力器。TIIDA从2006年开始,在娱乐营销方面,借势娱乐明星和网络媒体,同游戏、影视剧等进行全方位合作,给予客户

更多精神享受,将“乐动生活”的生活理念带给更多的客户;在体育营销方面,在2008年场地赛中夺得双料冠军后,2009年TIIDA再战中国房车锦标赛,TIIDA用运动的精神感召了无数车友。

娱乐发展,促进了经济发展,也深刻改变了人们的生活观念。现今时尚概念中,娱乐已成为主要内容。TIIDA作为引领时尚生活的主力车型,在产品营销中,不但要满足消费者对功能诉求、技术诉求之外,更需要满足客户追求时尚生活的根本诉求,“我们的营销,必须超越竞争对手去取悦、撩拨消费者。换言之,我们需要客户可以参与分享的娱乐体验。”东风日产相关负责人表示。

随着“乐动生活”品牌主张的深化,各式各样能够体现TIIDA作为引领时尚生活主力车型的营销活动也全面铺开,并得到了市场和消费者的高度认可。对于众多TIIDA车主来说,乐动生活已经不再是商家的营销活动,而是爱车TIIDA为他们带来的时尚生活方式,“乐在车内,动在车外,并且两者随时可以交替互换”的全新见解,已经成为TIIDA车主们的生活理念。

东风日产通过对细分市场的精耕细作,秉承“技术日产·人·车·生活”的品牌理念不断提升产品力,TIIDA自上市以来累计销量已经逼近70万台,持续的热销与其倡导的“时尚、高品质”密不可分。

TIIDA秉承“乐动生活”的品牌主张,凭借其卓越的产品力,时尚、活力的产品个性,及其倡导的快乐而舒适的生活理念和活力而健康的生活方式深受年轻人青睐。今年1-9月TIIDA延续了之前的好成绩,销量累计达到119,880台,月均销量突破13,000台,骐达车型更是稳居中级两厢车市场销量冠军宝座。