

借势十周年 海马汽车“夏馈行动”擎动车市困局

在品牌诞生十周年之际，海马福美来为了感谢广大消费者长久以来的支持，特推出以“豪门盛宴，夏馈行动”为主题的大型营销活动，令福美来在近期车市整体消极的背景下显得格外出众。惠民政策的超值优惠、尊贵体贴的售后服务、奖品丰富的幸运抽奖等超值好礼纷至沓来，福美来有望成为擎动低迷市场的最有力杠杆。



率先行动 信心撬动市场

2012年上半年，连续上升的中国汽车市场整体表现低迷，自主品牌下滑更是明显。据中国汽车工业协会统计，上半年自主品牌乘用车产销同比下降0.2%，同期乘用车总体呈现正增长。自主品牌乘用车销售占乘用车总量的41.4%，占有率同比下降3个百分点，且呈现明显的逐月下降趋势。

七八月份是汽车行业传统的淡季，加上今年上半年自主品牌乘用车市场下滑态势尤其明显，导致行业整体信心受挫。然而福美来却在此时启动全国主题性品牌营销活动，足以显示出其对市场的信心。福美来的信

心除了来自其在自主品牌中独一无二的十年品牌历史和80万忠实用户群体以外，更多还是来自逆势增长的销售数据。海马新福美来4月11日上市，5月份销量达到6331辆，环比增长10%；6月份销量达到7458辆，环比增长17.80%。

面对低迷的市场，如果采取单一的价格战，可能会取得一时的成绩，但长久下去会对市场造成损伤。而海马福美来品牌经过十年的发展，形成了自己独特的品牌文化和用户口碑。海马汽车率先在全国范围内开展大规模营销活动，足以显示出福美来独有的品牌优势和产品特性。

把握时机 多管齐下树品牌

祸兮福所倚，困局中亦存在机遇。7月10日，第八批“节能产品惠民工程”节能汽车推广目录公布，海马有包括新福美来和新福美来 VS 在内的五款车同时入选。7月18日，海马福美来诞生十周年。外部的利好政策与品牌自身合二为一，为福美来提供了一个难能可贵的营销契机。

对此，福美来显然有备而

来，针对新老用户需求，夏馈行动在产品、服务、价格等多方面、全方位回馈消费者。多管齐下的措施，令夏馈行动不单单是一场促销，而是很好地延续了海马的立体营销理念，老车主进一步体会到了福美来的品牌魅力，新车主得到了更大的实惠，福美来品太的独特魅力体现得淋漓尽致。

作为自主品牌企业中较早拥有品牌意识的企业，福美来始终如一宣传品牌精神、品牌优势，取得了良好的品牌感召力。福美来的品牌溢价能力在自主品牌中独树一帜。可以说，厚积薄发的品牌力量，将在很大程度上助力福美来在逆境中保持上扬态势，持续提升品牌产品地位与市场竞争力。

立体营销 海马注重品牌建设

值得关注的是，此前福美来开展的主题活动均获得了良好的市场反响。在“春享行动”“新福美来百城幸福欢go汇”等活动的助推下，新福美来一直保持着可观的增长态势，成为车市中为数不多的逆市热销、连续增长的汽车品牌之一。尤其是“欢go汇”活动在全国销量达2713辆，济宁、烟台站更是创下日销量900辆的佳绩。

在市场表现低迷的情况下，海马汽车没有像其他品牌一样单独靠低价争夺市场，而是越来越注重品牌的建设，通过多种营销方式来提升品牌，提升产品的

溢价能力。

福美来，作为“中级家轿”的代表车型，自品牌诞生之日就代表着家用轿车的发展方向，给全国80万用户带去幸福的有车生活。连续8年参与中国最高规模的场地赛——CTCC中国房车锦标赛，并在2011力克合资品牌年取得厂商杯总冠军，开创自主品牌

的先河。多方位、立体式营销方式促使福美来实现终端销售的良好态势。摒弃短期性、急功近利的特价促销，通过深耕立体营销，让消费者将企业、品牌和产品的影响联系起来，培养与消费者的

深厚情感，赢得市场销量，推动营销活动的顺利展开。进一步来讲，出众的市场销量，又能为企业增添活力和信心，同时也可以点亮行业希望，等待自主品牌市场春天的来临。

淡市是强势品牌和弱势品牌见分晓的时候，纵观企业发展史，许多成功的品牌往往都是在行业不景气时开始崛起的。在大部分企业缩减营销费用的时候，持续进行品牌投资的企业，其成长将大大高出其他竞争对手。由此看来，海马汽车此次借势十周年，以强品牌促销量的战略擎动车市困局更加成为一种必然。



合肥市五星驾驶员培训中心

合肥市五星驾校

为满足市民日益增长的学车需求，我校特在马鞍山路与南一环交口的省体育馆，设置训练场，方便学员学车。 咨询电话：4681866

惊喜

学驾驶 还是五星好



- ▲ 我校拥有电子桩标准设计的训练场地，保证你轻松桩考。
- ▲ 有大型封闭式、多科目综合训练场。
- ▲ 开设大小货车、桑塔纳轿车班，预约时间学习。
- ▲ 培训期间，严禁教练员以任何借口找学员吃、喝、拿、要，发现一次，退还学费，免费再学。

地址：合肥市二环路清溪路口
地址：望江路与潜山路交口
地址：合肥市长江西路车管所东侧

电话：5323233 5336608
电话：5578608
电话：5588518