

买广本车不会错 看完这个纪录片你就明白了

“9.20广本宠粉日”，广本携手车主共同创作了车主故事纪录片向700万敢梦人致敬。面对病魔活出精彩的苏爷爷，拥有“移动的本田博物馆——熊本熊 GK5”的沈先生，集齐20多辆广本车的70后企业家杨先生，见证了两代人创业梦的传承的李氏父子，将热爱变成了事业致力于本田文化、粉丝文化的“VTEC范儿”联合创始人等，6组车主和车之间的真实故事，讲述了“广本粉”对品牌的特殊情怀与情感连接。

■新快报记者 付花



始终致力于超越用户期待

21年,700万车主,在这个历史性里程碑的日子,广汽本田没有像一众跨越这个节点的车企那样,来强调销量、体系、平台等方面,而是通过一个以车主真实故事为题材的微纪录片,来纪念与致敬,从车主粉丝的心路与“车生活”的演绎中,使得车所扮演的角色,不仅是简单的代步工具或身份地位的象征,而是对抗生活困难的战友,是对品牌的信仰与执念,陪伴自己在事业上打拼的“老伙计”。

每个观者都有不同的感想,但每个人都会有一种“买广本的车不会错”的理解。“拿最好的产品导入中国,尊重消费者”这是广汽本田一贯的准则,于是它们的每款产品都能够“超出市场预期,与梦同行”。

片中的一对夫妇,爱车尽管已经行驶30万公里,但依然不影响他们继续开着出发,并开出国门,这是广汽本田车辆品质的最有力见证,也是“广本粉”忠实的根源。据全球权威调研机构近日发布的最新调查报告显示,广汽本田以总评689分的成绩斩获主流车细分市场的销售满意度冠军。相比于去年,广汽本田今年一举突破2个名次。

此外,在和用户最直接相关的服务层面,广汽本田始终致力于“超越顾客期待”。在21年的企业发展中,广汽本田根据用户真实需求提供专业服务,提升用户粉丝体验感,获得了众多消费者的信赖感和高满意度。

倡导做敢梦人“粉丝化”营销实践不断加码

人车生活,从车辆是地位的象征到代步工具,再到成为人的情感伙伴,他们有血有肉有感情,所到之处,互相欣赏,互相激发,互相成就。广汽本田洞悉到这种变化,在尽力满足消费者多元化需求的同时,也懂得如何和粉丝“玩”在一起,让粉丝们找到深刻的价值认同感。

无论是飞度百万销量达成的粉丝节“FIT DAY”活动,还是与粉丝们实现价值共创共享的“广汽本田躁梦节”,广汽本田通过各种各样的

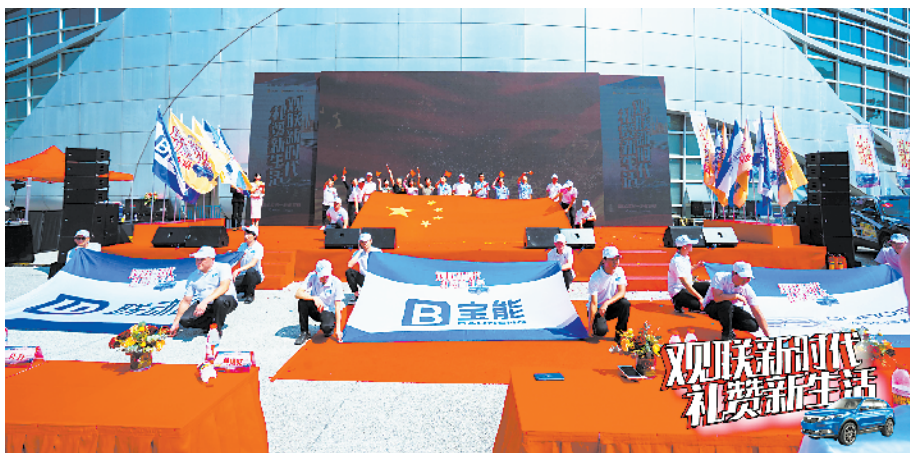
情感互动开展“粉丝化”营销实践,实现品牌与粉丝的深度联结。

而这也是在车市寒风凛冽中,广汽本田却成为了为数不多的增长企业。今年前8个月,广汽本田终端累计销量约为49.6万辆,同比增长9.9%,取得这样的成绩与背后700万用户的黏性和口碑相传功不可没。

从飞度潮玩年轻的态度感化着像苏爷爷和沈先生一样“敢玩、会玩”的车主;第十代雅阁以“绝对自信”的信念助力李先生在创业路上

越走越远;奥德赛陪伴车主们在生活中寻找更多“乐趣”;再到接下来的与年轻驾控者共同发现本色美、洞见下一个汽车市场的新风向皓影BREEZE;以“SWITCH TO WOW 变换觉醒”的独特主张的首款纯电动SUV VE-1……一款车代表一种人格,一个标签,毫无疑问,广本车与每位车主共情陪伴的敢梦生活,既是鲜活的,立体的,更是企业的一种独特的品牌资产,也正因为如此,才形成了极具魅力、与众不同的“广本品牌”。

70辆观致5 SUV 跨越1.8万公里开展公益行



新快报讯 记者付花报道 沉寂许久的观致汽车,最近做了一次大手笔的营销活动。历时12天,走遍全国70个城市,涵盖华南、华中、西南、东南、西北、华东、华北、东北等广阔区域,行程18000多公里,70辆观致5 SUV终于在广州顺利集结。

9月19日上午,由宝能集团、联动云出行集团和观致汽车携手中国社会福利基金会芒果V基金、湖南广播电视台都市频道联合举办的“观联新时代,礼赞新生活”大型公益巡礼活动收官仪式在广州

宝能体育演艺中心盛大开启。本次公益巡礼活动,秉承宝能“发展产业,回报社会”的初心,甄选七条线路展开了诸多精彩的落地活动,以热情编织希望之梦,用行动缔造美好未来,诠释了企业的爱心善举与责任担当,每一站都有不同的爱心主题。据悉,合肥站巡礼车手们携带着爱意满满的图书、书包及文具走进美丽的校园进行捐赠活动,汕头站为存心养老院捐赠爱心物资,南宁站则与当地百姓欢聚一堂,共享广西壮族特色的节日等。“我们践行使命,代表宝能

集团参加了此次公益活动,将宝能捐赠的网络远程教育的设施设备送进了校园,吸引了大批优秀的中小学教师、志愿者对偏远山区孩子们提供在线支教,助力提升贫困山区基础教育的质量和水平。”本次全国巡礼活动的亲历者车手代表华南车队队长余清表示。据了解,车手们在9月8日的7个出发分站上,曾经采集到了各地土壤,寓意“博采八方华粹,共聚时代精神”。而在今天收官仪式上,这些途经祖国70城、行遍祖国山山水水的神圣土壤在广州齐聚。

C-HR 城市潮拍大赛广州启动



新快报讯 记者陈璇报道 汇聚“全球潮牌基因”和“广汽丰田品质基因”的C-HR,自上市以来,便通过系列“潮玩”活动,打造敢玩会玩的“C区玩家”车主标签,成为了备受年轻人追捧的“新潮牌”。近日,C区玩家又有新玩法,其城市系列活动——全国城市追逐赛和城市潮拍大赛同时在全国26大城市开展,继城市追逐赛首站在杭州开展后,城市潮拍大赛的首站则设在了广州万菱汇。据悉,潮拍大赛包含“摄影大赛”和“抖音大赛”两种形式。现场扫描活动二维码进入H5选择参与形式,上传与C-HR相关的照片或者抖音短视频即可参与抽奖,“摇一摇”赢取随机精美礼品;作品集赞数第一名还可以获得终极大奖。此外,C-HR车主参与抖音大赛,抖音作品集赞数第一名可获得“冬季日本潮玩之旅”大奖。主办方介绍,“C-HR城市潮拍大赛”聚集了一群爱玩、有趣、个性的C区玩家,强烈的个性让他们天生自带气场,潮流范在他们身上双倍体现。想要变身头号“C区玩家”,机会有的是!接下来广汽丰田将以广州站为起点,连续在16城开启潮拍大赛,就等你来战!而除了“C区玩家城市潮拍大赛”,还将平行在10城开启的“我是C区玩家 偏爱C-HR——城市追逐赛”,也正在召集潮驾达人赛场疾驰,体验速度与激情。