

# 车天下

第1金融街  
展世界  
金楼市

责编:倪泳 美编:孙月 组版:竺巍



后天,四年一次的世界杯足球赛将在巴西举行。近些年来,在各种足球比赛上都能看到汽车品牌的身影,有数据显示,借助大型的体育比赛,汽车品牌认知度可获得大幅提高。今年是“世界杯年”,借助世界杯的东风,各大车企纷纷拉开巴西世界杯营销大战的序幕。速度、运动、激情……汽车厂商都不失时机地利用足球和汽车之间天然的共通性,开展如“看球赛送红包”“去现场看比赛”“世界杯纪念车型”等活动,布阵“世界杯”营销棋局,获取消费者最大的关注,以达到提高品牌知名度乃至增加销量的目的。

现代快报记者 倪泳 张曦



本期策划:徐悦

## 抓住球迷就是抓住车迷 车轮上的世界杯

导读

B30  
银行理财产品  
收益率持续上升

B31  
周末去哪儿  
现代快报带您逛展会

B32  
一大波楼盘延期交付

### 大话世界杯之年轻化

有数据显示,在2007年,“80后”人群的购车比例只有20%,2013年“80后”人群的购车比例则达到了45%,还有数据预测2015年这一比例要超过60%。现在“70”后人群的购车比例在下降,“60”后人群的购车比例已经降到10%以下了。这说明,逐渐掌握购车话语权的“80、90”后正纷纷涌入汽车市场,成为购车新势力。近几年来,“运动时尚”成为许多新车的主卖点,也证明很多车企已经看到了这一点,并开始行动,未来几年的汽车发展趋势,应该还是以“运动时尚”为主。

在这种情况下,利用年轻人喜爱的体育赛事进行营销必然成为汽车厂商重点关注的利器。例如在此次世界杯足球赛举办前,很多汽车厂家都举办了相关的活动,其中历时3个月的广汽本田“凌派杯”五人足球争霸赛,覆盖了全国243座城市,超过万人踊跃报名,在比赛进行得如火如荼时,凌派以4个月超过5万辆的高销量显示了此次足球赛的效果。

有调查数据显示,一家企业想在世界范围内提高自己的品牌认知度,每提高1%,就需要2000万美元的广告费,但借助大型的体育比赛,这种认知度可提高10%。这使得很多车企对体育赛事趋之若鹜。

### 大话世界杯之品牌化

2002年,疯狂的韩国人像打了鸡血一样,一路淘汰了意大利队、西班牙队,打进了四强。记忆中,那一年整个韩国主场都是红色的海洋。而韩国品牌现代汽车作为那届世界杯的赞助商,则借东风取得了巨大的成功。

有资料显示,赞助2002年世界杯,现代汽车投入了1亿美元。算上世界杯期间600亿人次观看现场比赛和企业广告,现代汽车取得了超过50亿美元的直接和间接广告效果,消费者对现代汽车的无提示知名度上升了10个百分点,有提示知名度上升9个百分点,品牌关注度提高了14个百分点。同年现代汽车在美国的销量增长高达40%,现代汽车也借此一跃成为全球第六大车企。

从2002年到2014年,尝到了甜头的现代汽车连续赞助了四届世界杯。今年的巴西世界杯还将由现代汽车继续赞助。通过赞助世界杯这一全球瞩目的盛会,现代汽车可谓获益匪浅。

“世界杯成就了今天的现代汽车!”南理工MBA教育中心主任邓德强认为,无论是三星还是现代汽车,韩国企业最善于聚焦优势,在点上突破,非常有耐心和执行力地把一件事做好。这与国内企业普遍习惯于跑马圈地、大而强的经营思路相悖。这有点像我们“田忌赛马”的故事,在企业竞争过程中,屌丝要逆袭,往往需要集中自己的优势与资源突破。

### 大话世界杯之全球化

作为“金砖国家”之一的巴西市场,2011年其国内汽车保有量达到了3465.5万辆,达到同期中国市场的30%,2013年新车生产更是达到374万辆。有分析预测,巴西可能于今年超过德国成为世界第四大汽车市场。到2016年,巴西有望成为中国、美国之后的世界第三大汽车市场。

“全球化”“走出去”已经成为国内车企最为关注的课题。行业统计,目前巴西汽车市场约51个品牌中大概12个来自中国,中国已经成为最大的品牌出口国。

据了解,国内车企海外发展的路径各不相同。上汽比较稳健,通过战略投资的方式进军海外市场;奇瑞则早已布局海外,连续多年成为中国汽车出口第一大企业,在巴西的整车厂将于今年正式投入生产运行;吉利则善于通过收购、投资参与海外市场经营,2011年与乌拉圭工厂签订了项目启动仪式,借助乌拉圭作为跳板进驻巴西市场;“后起之秀”力帆的海外KD工厂建设涉及俄罗斯、伊朗、巴西等国家,其中巴西工厂预计产能1万辆/年。

南理工MBA教育中心主任刘东博士认为,国内市场虽大,但却伴随着激烈的竞争,反而在一些相对小的发展中市场,市场潜力更大,更容易获得成绩。但是车企在海外树品牌的过程中,要“入乡随俗”,适合当地消费者的特点,而不要一味强调民族品牌。

现代快报  
汽车维权平台  
投诉热线:  
96060  
8851898726  
885189879  
现代快报官微:  
@现代快报  
电子车报:  
1360166391@qq.com