

中国汽车战略决策研究中心营销丛书



如何炼成有影响力的汽车品牌

赢法

高档汽车品牌营销案例全解（下）

凯迪拉克、克莱斯勒、雷克萨斯、讴歌、英菲尼迪

付辉◎编著



上海百家出版社
Shanghai Baijia Publishing House



中国汽车战略决策研究中心营销丛书

第一辑《赢法：高档汽车品牌营销案例全解》已出

第二辑《赢法II：中高档汽车品牌营销案例全解》即将出版

上架建议 贸易经济 / 汽车营销

ISBN 978-7-80703-978-5



9 787807 039785 >

定价：368.00元(共三册)

<http://www.bjph.net>

中国汽车战略决策研究中心营销丛书



如何炼成有影响力的汽车品牌

赢法

高档汽车品牌营销案例全解（下）

凯迪拉克、克莱斯勒、雷克萨斯、讴歌、英菲尼迪

付辉◎编著



上海百家出版社
Shanghai Baia Publishing House

图书在版编目(CIP)数据

赢法: 高档汽车品牌营销案例全解(上、中、下)/付辉编著.-上海: 百家出版社, 2009.7

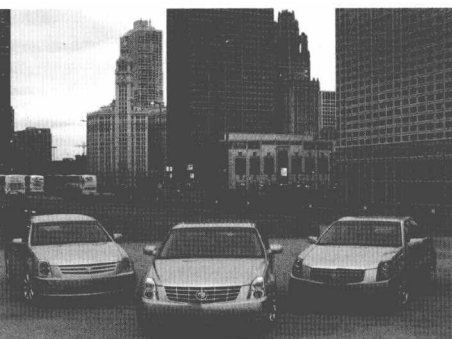
ISBN 978-7-80703-978-5

I. 赢… II. 付… III. 汽车—市场营销学—案例—分析 IV. F766

中国版本图书馆CIP数据核字(2009)第115150号

丛 书 名 中国汽车战略决策研究中心营销丛书
书 名 赢法: 高档汽车品牌营销案例全解(上、中、下)
编 著 付 辉
责任编辑 唐少波
装帧设计 欧 梵
出版发行 上海文艺出版(集团)有限公司 (www.shwenyi.com)
 上海百家出版社 (www.bjph.net)
地 址 上海市瞿溪路1365弄3号 (200032)
经 销 各地新华书店
印 刷 上海图宇印刷有限公司
开 本 889×1194 1/16
印 张 60.5
字 数 1220000
版 次 2009年7月第1版 2009年7月第1次印刷
ISBN 978-7-80703-978-5/F·52
定 价 368.00元(共三册)

上海百家出版社常年法律顾问: 上海登嘉律师事务所
田原律师(13501917060)
商瑜律师(13501679328)



Cadillac

一、凯迪拉克品牌的历史	001
二、凯迪拉克品牌在中国	005
三、凯迪拉克品牌的人物	007
历史人物	008
四、凯迪拉克品牌的产品	011
五、凯迪拉克品牌的位置（略）	013
六、凯迪拉克品牌的营销案例	015
1. 凯迪拉克品牌在国际市场的营销案例	016
(1) 体育赛事营销	016
① 凯迪拉克赞助欧洲曲棍球队/016	
② 凯迪拉克冠名赞助俄罗斯公开赛/016	
③ 凯迪拉克赞助国际船艇展/016	
④ “超级碗”凯迪拉克/017	
⑤ “超级碗” MVP凯迪拉克/018	
(2) 汽车赛事营销	021
① GT大赛的赢家/021	
② “真理之环”上的冠军/025	
(3) 社会事件营销	026
① 现身2004年MEED家族企业会议/026	
② 菲利普斯购物广场上的表演/026	
(4) 网络营销	027
(5) 名人营销	027
(6) 影视营销	032
2. 凯迪拉克在中国的营销案例	034
(1) 体验式营销	036
① 凯迪拉克品牌太庙首发/036	
② 试驾凯迪拉克CTS/040	
③ “领先体验”2005凯迪拉克试车会/041	
④ 凯迪拉克“领先体验”试乘试驾/042	
⑤ CTS中国震撼登场/042	
(2) 展会营销	044
① 2004年北京车展/044	
② 2005上海国际车展/044	
③ 2005广州车展/044	
④ 跻身2006国际船艇展/045	
⑤ 2006北京国际车展/046	

⑥ 2007广州车展/046	
⑦ 2008年青岛车展/047	
⑧ 2008广州车展/048	
(3) 广告营销	048
(4) 影视营销	049
① CTS演绎《2046》/049	
② 《如果·爱》首映/050	
③ 《太阳照常升起》首映发布会/051	
④ SLS赛威支持《赤壁》上海首映式/051	
(5) 文化与艺术营销	052
① 辉映2004“中国时尚先生”/052	
② 凯迪拉克闪耀奢侈品展/053	
③ 《电影故事》盛大改版, 凯迪拉克倾情赞助/054	
④ 现身第十届上海国际电影节/054	
⑤ 凯迪拉克助力“美国艺术三百年”展览/056	
⑥ 凯迪拉克的文明之旅/056	
⑦ 玫琳凯的凯迪拉克礼物/057	
⑧ “至尊时刻”高端钟表论坛/058	
⑨ 凯雷德参展“地球之夜”艺术展/059	
⑩ 凯迪拉克SRX“发现文明”中国行/059	
(6) 社会事件营销	060
① 2006年SMG“巅峰之旅”/060	
② 新车义卖为慈善/061	
③ SLS赛威闪耀华南之夜/062	
④ SLS赛威“对话世界”/062	
⑤ “2007齐鲁精英人物风云榜”/063	
⑥ “SLS赛威·西点领导力”世界巡回论坛/065	
⑦ 赛威·第四届中国·东盟博览会指定贵宾接待车/067	
⑧ 赞助2007年度嫣然慈善基金晚宴/067	
(7) 音乐营销	068
① 2006上海国际爵士周/068	
② 2007上海国际爵士周/070	
③ 赞助席琳·狄翁2008世界巡演上海站/071	
(8) 名人营销	074
① 支持刘翔 共同续写新的辉煌/074	
② 刘翔成为首位车主/074	

七、渠道营销.....077

1. 国产叫停缘由.....078

2. 调焦.....078

八、经销商竞争地图.....079



Chrysler

一、克莱斯勒品牌的历史	085
二、克莱斯勒品牌在中国	093
三、克莱斯勒品牌的人物	095
历史人物	096
(1) 沃尔特·克莱斯勒	096
(2) 李·艾柯卡	099
四、克莱斯勒品牌的产品(略)	103
五、克莱斯勒品牌的位置	105
六、克莱斯勒品牌的营销案例	107
1. 克莱斯勒品牌国际市场的营销案例	108
(1) 网络营销	108
(2) 影视营销	109
① 开展电影竞赛/109	
② 梦想成为救世主/110	
③ 《防火墙》：克莱斯勒300C与哈里森·福特共舞惊险人生/111	
(3) 文化艺术营销	111
① 克莱斯勒与美国精神/111	
② 新克莱斯勒的第一日/113	
(4) 体育营销	116
2. 克莱斯勒品牌在中国的营销案例	119
(1) 体育赛事营销	119
① 参与中国斯诺克/119	
② 深入中国台湾少年棒球队/122	
③ “白金克莱斯勒”/123	
④ 克莱斯勒300C羽毛球联谊赛/123	
(2) 音乐营销	123
① 克莱斯勒的爵士乐/123	
② “好久不见克莱斯勒”/125	
③ 闪耀《同一首歌》/126	
④ 震撼克莱斯勒/126	
⑤ 音乐风云榜指定明星座驾/127	
(3) 文化艺术营销	127
① 赞助Kenny G“回家”/127	
② 释放你的“驭望”/128	
(4) 网络营销	129

(5) 社会事件营销.....	129
① 克莱斯勒的安全技巧/129	
② 助阵中国残奥代表团/131	
③ 钟爱300C/131	
④ 携手金融市长论坛/132	
⑤ 借力世界旅游论坛/133	
⑥ 拉近与媒体的距离/134	
⑦ 联手中非论坛/134	
⑧ 诡异的风水营销/135	
⑨ 设立300C“和谐基金”/136	
⑩ “知行”克莱斯勒300C/137	
(6) 名人营销.....	139
(7) 展会营销.....	140
① 跨入陶瓷展会/140	
② 现身2008年北京科博会/140	
③ 2008年北京车展/141	
④ 2007年广州车展/142	
⑤ 2007年上海车展/142	
(8) 体验式营销.....	142
① 安全与信心的体验/142	
② 克莱斯勒的激情/143	
③ 克莱斯勒的眼界/143	
④ 走近长城/144	
⑤ 在线体验克莱斯勒/145	
⑥ 低息购买克莱斯勒/145	
⑦ 克莱斯勒随行/146	
⑧ 树立MPV质保新标杆/147	
七、渠道营销.....	149
1. 克莱斯勒沉浮.....	150
2. 买断销售.....	151
八、经销商竞争地图.....	153



LEXUS

一、雷克萨斯品牌的历史	161
二、雷克萨斯品牌在中国	163
三、雷克萨斯品牌人物	165
历史人物	166
(1) 丰田英二	166
(2) 铃木一郎：机器大帝	168
四、雷克萨斯品牌的主要产品（不包含新能源）	171
五、雷克萨斯品牌的位置	173
六、雷克萨斯品牌的营销案例	175
1. 雷克萨斯在国际市场的营销案例	176
(1) 体育营销	178
① 打入美网/178	
② 雷克萨斯携手美国高尔夫协会/181	
(2) 汽车赛事营销	183
(3) 影视营销	184
(4) 音乐营销	187
① 雷克萨斯音乐会/187	
② 新西兰雷克萨斯歌咏比赛/188	
(5) 网络营销	189
(6) 丰田式营销	191
① 所谓高档汽车/191	
② 雷克萨斯的特性/192	
③ 那颗野心/193	
(7) 广告策略	194
(8) 绿色营销	197
① LS600hL：尽善尽美演绎混合动力/198	
② RX400h：全球首创油电混合动力豪华SUV/199	
③ RX400h：全球首创油电混合动力/200	
④ 豪华SUV概念车LF-Xh：体现雷克萨斯未来绿色环保的不懈追求/200	
2. 雷克萨斯在中国市场的营销案例	202
(1) 品牌之“辩”	207
(2) 文化与艺术营销	208
(3) 音乐营销	210
(4) 影视营销	211
(5) 体育赛事营销	212
① 雷克萨斯广通杯高尔夫球邀请赛/212	
② 雷克萨斯中国精英赛/213	

③ 中国台湾和泰重金举办大专羽球赛/214	
④ 中国台湾雷克萨斯车主杯高尔夫球赛/215	
(6) 社会事件营销	216
① “雷克萨斯杯”中原首届汽车营销服务精英大赛/216	
② 美东雷克萨斯举办慈善开业酒会/217	
③ 北京广通雷克萨斯赈灾募捐50万元/218	
④ 雷克萨斯杯全国高尔夫精英赛暨赈灾义赛/218	
⑤ 北京博瑞雷克萨斯捐款126万开展爱心接力/218	
⑥ “尊尚爱之旅”泉州宾联雷克萨斯赈灾音乐会/218	
⑦ 雷克萨斯寻找企业接班人/219	
(7) 体验式营销	221
① 雷克萨斯尊尚会/221	
② “悠之畔，行之悦”/222	
③ 雷克萨斯尊贵体验之旅/223	
④ Mark Levinson 独立5.1声道环绕立体声音响系统/224	
⑤ 雷克萨斯正式向中国市场导入车载数字电视接收系统/228	
(8) 名人营销	230
(9) 展会营销	231
① 2004年，北京车展/231	
② 2004年，广州车展/231	
③ 2005年，上海车展/232	
④ 2005年，广州车展/232	
⑤ 2006年，北京车展/233	
⑥ 2007年，上海车展/233	
⑦ 2007年，长春车展/234	
⑧ 2008年，北京车展/234	
⑨ 2008年，广州车展/235	
(10) 网络互动营销	237
① LEXUS新汽车在纽约时代广场屏幕上演的“照片秀”/237	
② 雷克萨斯网络高尔夫球大赛登场/237	
③ 雷克萨斯与宏基戏谷合作推出的3D网路游戏/237	

七、渠道变革.....239

(1) 雷克萨斯召回	240
(2) 雷克萨斯盟约	241
(3) 和泰露脸：第三势力突入丰田中国布局	242

八、经销商竞争地图.....247



Acura

一、讴歌品牌的历史	253
二、讴歌品牌在中国	255
三、讴歌品牌人物	257
福井威夫：第七任社长	258
四、讴歌品牌的产品	259
五、讴歌品牌的位置(略)	261
六、讴歌品牌的营销案例	263
1. 讴歌品牌在国际市场的营销案例	264
(1) 体育赛事营销	264
① Acura帆船/264	
② Acura网球/265	
③ 讴歌自行车运动/266	
(2) 汽车赛事营销	267
(3) 文化艺术营销	270
① 讴歌与新奥尔良爵士音乐节/270	
② 独立精神奖/272	
③ 讴歌赞助Salon.com图书网站/275	
④ 文化演绎经典：讴歌汽车文化/275	
(4) 社会事件营销	277
2. 讴歌品牌中国的营销案例	281
(1) 体育赛事营销	281
(2) 文化艺术营销	281
① 赞助欧美同学2007北京论坛/281	
② 参展第二届中国(深圳)汽车文化博览会/282	
(3) 体验式营销	283
① 简约豪华主义/283	
② 讴歌“尚前”/283	
③ “Acura(讴歌)炫速巡展”活动/284	
④ 开始豪华/284	
(4) 社会事件营销	284
七、渠道变革	287
八、经销商竞争地图	291

一、英菲尼迪品牌的历史	295
二、英菲尼迪品牌在中国	297
三、英菲尼迪品牌的人物(略)	299
四、英菲尼迪品牌的产品	301
1. 目前产品型号	302
2. 以前产品型号	302
3. 未来车型	302
五、英菲尼迪品牌的位置(略)	303
六、英菲尼迪品牌的营销案例	305
1. 英菲尼迪在国际市场的营销案例	306
(1) 特殊展会营销	306
(2) 体育赛事营销	307
(3) 社会事件营销	308
(4) 网络营销	309
2. 英菲尼迪在中国市场的营销案例	311
(1) 体验式营销	311
① 体验英菲尼迪式的豪华/311	
② 英菲尼迪的优雅的力量/313	
③ 感受魅力英菲尼迪/317	
(2) 文化与艺术营销	318
① 英菲尼迪的“798”/318	
② 英菲尼迪的艺萃风尚之旅/320	
(3) 体育赛事营销	321
① 英菲尼迪的慈善/321	
② 体验另类高尔夫/322	
③ 现身武汉新世界杯/323	
④ 魅力无限高尔夫/324	
(4) 音乐营销	325
(5) 汽车赛事营销	326
七、渠道营销	329
八、经销商竞争地图	331
致谢	334

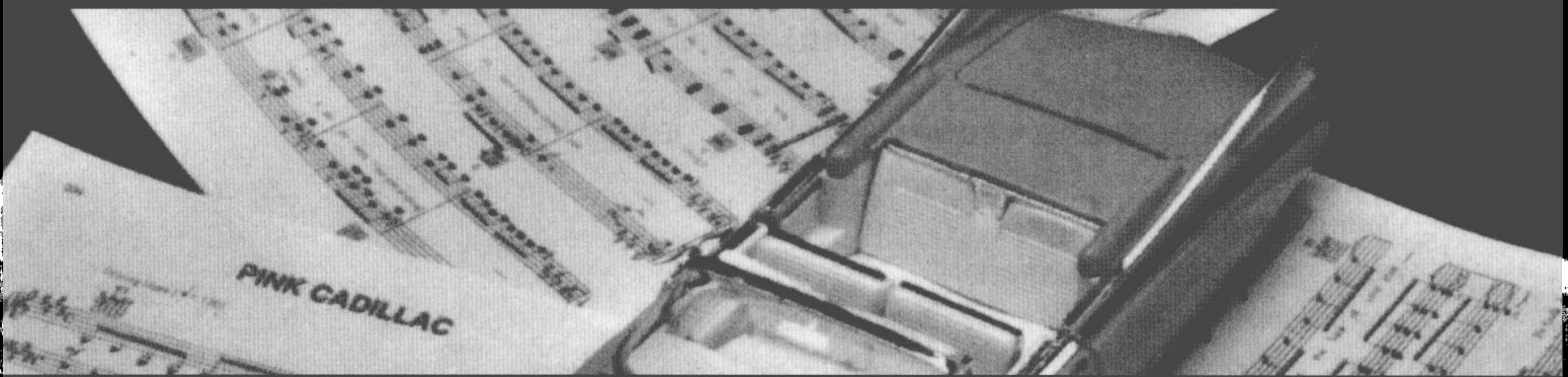


Infiniti

中国汽车战略决策研究中心 营销丛书
赢法：高档汽车品牌营销案例全解

Cadillac

一、凯迪拉克品牌的历史



凯迪拉克（Cadillac）是美国通用汽车公司旗下的一个豪华汽车品牌，在北美甚至成为高品质与豪华的同义词。近代美国总统包括雷根、克林顿、小布什、奥巴马都选择凯迪拉克作为总统座车，企业老板、好莱坞名流等车主更不计其数。其历程如下：

1899年，底特律汽车公司创立。

1902年，亨利·利兰成立凯迪拉克汽车公司（前身底特律汽车），正式启用“凯迪拉克”这个品牌。

1902年9月，开始使用花冠盾形徽章。

1906年，花冠盾形徽章注册成为汽车商标。

1907年，通用汽车公司收购凯迪拉克，成立凯迪拉克事业部。

1908年，实现标准化生产。

1909年，加入通用汽车公司。

1912年，首家在汽车上装备电子启动、照明和点火装置。

1914年，推出美国第一台8缸发动机。

1933年，启用新的车标，该设计包括基本的V字及花冠设计。

1947年，车标首次将V字与花冠结合在一起。

1949年，推出顶置式气门V8发动机。

1954年，首家标配动力转向。

1964年，开发了汽车冷暖空调系统。

1966年，凯迪拉克推出它的第一款前轮驱动车爱尔多拉多。

1967年，推出第一辆前轮驱动车型Fleetwood。

1974年，首先在所有车型上装备前排安全气囊。

1975年，推出全美首辆前轮驱动、四轮独立悬挂车型Eldorado。

1975年，首辆电子燃料喷射系统车型Deville上市。

1977年，凯迪拉克开始朝开发小型轿车方向发展。

1979年，爱尔多拉多也出现了改小款。1979年推出的车型要比1978年短20英寸，轻1150磅。

1975年5月，推出赛维。

1981年，推出了凯迪拉克有史以来最小的车型——西马龙。

1986年，凯迪拉克开始在维乐系列中推出功能型车：图铃轿车。

1987年，推出超豪华轿车Allante，发布TCS牵引力控制系统。

1990年，凯迪拉克公司总裁John O. Grettenberger在华盛顿被乔治·布什总统授予Baldrige奖章。

1992年，推出北极星32气门发动机，开创凯迪拉克动力新时代。

1997年，OnStar车载信息系统成为前轮驱动的凯迪拉克车型的选装设备。

1999年，推出全球第一辆装有夜视镜功能热感装应影像夜视系统的汽车凯迪拉克 Deville DTS。

2000年，发布首推Night Vision红外线夜视系统。

2001年，推出全新Sigma底盘平台。

2008年8月15日，凯迪拉克CTS运动旅行车在蒙特瑞半岛全球首度亮相。

附：凯迪拉克的产品历史

1903年，推出第一辆量产车四汽缸Model A。

1905年，推出全世界第一辆全包式车型Osceola。

1927年，推出敞篷车LaSalle，成为美国首家由设计师设计车型的汽车公司。

1931年，V16 Sport Phaeton上市。

1938年，凯迪拉克的60 Special车型甫一推出，即成为时尚标准。

1949年，凯迪拉克推出双门竖顶型跑车Coupe de Ville。

1953年，发布Eldorado敞篷车。

1955年，推出Le Mans车型。

2001年，推出Sixteen概念车。

2003年，全新CTS轿车、XLR豪华跑车和SRX豪华SUV全线亮相。

中国汽车战略决策研究中心 营销丛书

赢法：高档汽车品牌营销案例全解

Cadillac

二、凯迪拉克品牌在中国

