



骑士凯旋 丝路限量纪念版正式上市

——“骑士之旅·发现中国之美”全国巡展全面启动

近日,由海马骑士 SUV 组成的“丝绸之路 复兴之旅”活动车队顺利归国,并于天津举行盛大回归仪式。海马骑士荣归国门,为“丝绸之路 复兴之旅”画下一个完美的句点,海马骑士在丝绸之路上的出色表现也助其创下上市半年内销量突破万台的佳绩。为了进一步延续丝路精神,海马汽车销售公司总经理吴刚宣布“骑士之旅·发现中国之美”全国巡展活动正式启动,首站将登陆河北。

与此同时,在庆祝仪式上,海马骑士丝路限量纪念版正式上市,定价 12.58 万元,以纪念海马骑士重走丝绸之路,助力丝路跨国申遗这一伟大活动,让更多消费者了解体验丝绸之路的伟大文明,同时也进一步满足了细分市场对于长途驾驶舒适感、操控感的需求。



骑士之旅·发现中国之美首站登陆河北。

极限三万里 海马骑士展现丝路品质

“丝绸之路 复兴之旅”跨国申遗大型活动是由国际古迹遗址理事会国际保护中心和中国主流媒体联盟发起的一项重大跨国文化交流盛事,海马骑士作为此次活动的官方唯一指定用车,提供了全程长达 15369 公里的可靠交通保障,为活动圆满成功提供了强有力的支持。

丝绸之路直到今天仍是亚欧经济文化交流的陆路大动脉,丝路申遗不仅是向古老璀璨的中华文明致敬,也是向千百年来亚欧各国文化交流的友谊致敬。海马骑士重走三万里丝路,成为世界见证中国产业文明和科技实力的新起点,而海马骑士则成为传播当代中国工业实力的文化使者。

作为自主品牌中首款立足于中高端市场的 SUV 车型,海马骑士以丝绸之路上的完美表现证明了自身的实力,其“行政级”品质也得到了活动成员与广大消费者的认可。据乘联会 10 月份的数据显示,海马骑士自 4 月北京车展上市以来,不足半年时间销量已达 10612 台,成为自主品牌中高级 SUV 中的领军车型。

因此,我们专门推出了海马骑士丝路限量纪念版,献给热爱丝路文化的每一个人。海马汽车销售公司总经理吴刚在接受记者采访时表示,海马骑士已经成为了很多消费者表达对丝绸之路历史文化和实现丝绸之路申遗美好愿望的精神象征。

在产品配置方面,倒车雷达、真皮座椅、多功能真皮方向盘、遮阳板双照明化妆镜、不锈钢踏板等便利配置让驾驶变得更为舒适轻松;安全配置方面,博世 8.1ABS+EBD、BAS 刹车辅助系统等配置也出现在丝绸之路限量纪念版上;外观方面则增加了丝绸之路主题车贴,充分彰显丝绸之路限量纪念版车型的身份。

自北京车展上市以来,海马骑士受到了众多消费者的追捧,但同时消费者也对海马骑士有了更多的期望。骑士丝绸之路限量纪念版的推出,让海马骑士既能漫步都市,也能驰骋旷野,完成了对更深产品领域的再度拓展。

定价 12.58 万 海马骑士丝路限量纪念版正式上市

在本次庆功仪式上,海马汽车隆重推出海马骑士丝绸之路限量纪念版,定价 12.58 万元。骑士丝路限量纪念版对远程驾驶进行了专门的产品力强化,使之更完美适合长距离,以及多种极端复杂路况的驾乘使用,兼顾商务使用以及远程长途复杂路况驾驶的产品特质,使得骑士成为真正的跨界车。12.58 万的价格也让骑士丝路纪念版的综合性价比远高于同类型产品,让更多消费者能够体验骑士丝路限量纪念版所带来的文化震撼与感动。

“作为一个意义非凡的大型文化盛事,‘丝绸之路 复兴之旅’——重走丝绸之路,助力跨国申遗行动值得我们每一个人尊重,作为中西经济文化交流见证的宝贵历史文化遗产,丝绸之路申遗的成功,值得中国乃至丝路沿途各国热爱丝路文明,支持丝路申遗人民的高度关注和支持,与此同时,作为有幸参与经历这场文化盛事的海马汽车和海马骑士,同样值得载入海马发展史册去永久纪念。”

“骑士之旅·发现中国之美”正式启动

“丝绸之路 复兴之旅”海马骑士车队荣归国门,象征着“丝绸之路 复兴之旅”的圆满结束。而在庆功仪式上启动的“骑士之旅·发现中国之美”全国巡展活动则是海马骑士在文化营销之路上的一段新旅程。

通过丝绸之路活动的巨大成功,海马汽车意识到,客户对骑士 SUV 的使用,已经从单纯的产品层面上升到对产品所倡导的文化和精神层面的需求。客户对产品技术、品质本身的需求只是一个基本需求,但对产品品牌内涵和产品精神的追求才是他们更希望得到的产品价值。

以“海马骑士之旅”为代表的一系列文化营销活动,对骑士的中高端 SUV 定位起到了非常重要的推动作用,也让骑士拥有非常好的市场表现,这对海马汽车坚持自主品牌高端定位的目标有很大的实际意义,这也是海马骑士要继续在品牌层面做广做深做透的原因。以文化探索为方式,结合产品和消费者互动体验,从而将产品的品牌内涵和卖点自然而然的流露的营销行为,是传统营销手段无法比拟的,特别是骑士的用户文化层次要高于同类产品用户,他们更希望用探索、研究的方式去了解文化,而不是传统意义的告知,因此,“发现中国之美”活动更符合骑士客户的价值观。

本次巡展由丝绸之路成果展示、丝绸之路跨国申遗宣传以及结合区域地方特色的产品体验等多种元素共同组成,并借助线上线下各种形式的互动,大大提高消费者的参与度。与传统的巡展模式相比,“骑士之旅·发现中国之美”将更加立体化,也更能体现海马骑士的产品实力与内涵。

吴刚在接受媒体采访时表示,骑士在丝绸之路上的出色表现成为了骑士产品品质的最好证明,而骑士所承载的文化和品牌内涵也打动了众多的消费者。相信在海马骑士产品实力与文化营销的双向合力之下,海马骑士将得到更多消费者的认可。



海马汽车销售公司总经理吴刚发言。



海马骑士丝绸之路限量纪念版登场。



丝绸之路 骑士之旅分享访谈。