

轩逸上半年月均销量过万

领航版开创智能行车新时代



“智”领家轿风潮， 轩逸领航版傲世登场

轩逸领航版系统还可外接3G上网卡，轻松实现3G在线娱乐、网上冲浪、互动影音等丰富的娱乐功能，使驾乘者尽享数字化资讯娱乐行车生活。轩逸领航版不仅能为消费者提供更全面的资讯、娱乐功能和更多品牌价值，更将市场对中级家轿的价值认知提升到了新的高度。

此次推出的轩逸领航版配备了“3G多媒体导航系统”，该系统由国际顶尖电脑软硬件厂商联手打造，技术领先，功能全面。据介绍，3G多媒体导航系统采用英特尔Atom(凌动)Z510PT处理器，主频高达1.1G，搭载英特尔GMA500显卡，7英寸高清数字液晶屏，分辨率达800×480，无论卫星导航、影音娱乐、3G上网，都能带来细腻、顺畅的视觉体验。

同时，3G多媒体导航系统还具备独特的“3D+3G”双导航模式，即3G获取实时交通信息和高清卫星实景地图，同时又可以3D全景影像的方式展现，带来全新的3D导航体验和实用的即时路况信息，导航更加无往不胜。

此外，系统可通过外接3G上网卡实现高速联网，让互联网的精彩影音和资讯随心随行，同时还可将海量影音存放在系统内置的320G硬盘内，为驾乘者带来极致娱乐享受。另外，系统集成的高保真镜头后视镜系统，配合智能轨迹倒车系统，全方位视野让驾驶进退自如，倒车更加安全。除此之外，系统还具备日程管理、天气预报、移动办公等多项功能，引领家轿步入智能行车时代。

在轩逸领航版推出的同时，以“旗舰家轿，领航升级”为主题的活动正在东风日产全国各专营店举行。在广州某专营店参加此次活动的刘先生表示：“轩逸不仅外观很大气，内饰做工很精细，乘坐很舒服，而且还很省油，我们全家都很喜欢，这次新推的领航版又增加了前卫、实用的3G导航系统，更适合我们这样的家庭使用。”

再树价值标准， 轩逸将热销进行到底

自2009年轩逸改款上市以来，随着其品牌形象和影响力的不断提升，再加上卓越的综合产品实力、良好的市场口碑和东风日产人性化的全方位服务，轩逸近两年来市场销量和用户口碑一路攀升。

改款后仅3个月便迈入“月销万台俱乐部”；从持续7个月销量过万，到2009年总销量近10万台，同比增幅高达807%，轩逸以爆发式的增长势头，一路飞扬，成为2009年中级车市当仁不让的“家轿王”。

进入2010年，轩逸表现出了稳健的发展态势。继首月以13766台的销量超越卡罗拉成为中级车市头牌之后，3月更以14285台再创历史新高，且全年有8个月单月销量超过12000台，稳居中级家轿市场领军地位。2010年，轩逸实现全年销售超14万台，当之无愧地成为中级车市高端市场领军车型。

2011年轩逸更是以强势姿态为新的一年开了个好彩头。据数据显示，轩逸一月销量高达13694台，三月继续以月销13781台的销量高开高走，4月、5月更超越劲敌卡罗拉成为日系中级车销量领军车型。令人惊喜的是，作为东风日产主销车型之一，轩逸2011年上半年以超过64万台的业绩，为实现全年销售目标奠定坚实基础，并充分展现东风日产品牌的深厚魅力。

上半年在车市整体下滑的情况下，东风日产始终保持着稳健的发展步伐，这其中除了全新天籁、新阳光、新逍客等保持强劲增长的同时，轩逸更是以月销量过万的业绩，雄踞中级车市高端市场领导地位。据悉，在4、5月日本大地震影响和车市整体下滑的情况下，轩逸依然以月销量超过万台的业绩，强势引领中级车市发展。截至6月底，轩逸上半年销量已达64735台，稳居中级车市前列。

产品力提升， 轩逸取得傲人成绩

轩逸之所以能取得如此骄人的成绩，与其对产品力的不懈追求密不可分。针对家庭消费者格外关注的外观、空间、动力、油耗四方面，轩逸做到了全面均衡，并充分满足了多重用车需求。

在外形设计上，轩逸大气俊朗的造型，带来饱满流畅、动感十足的视觉享受。加大的格栅使整款车的气势显得更加威猛，全新的轮圈和贯穿前后的腰线让车身看起来更加年轻、动感，整体外观更显俊朗、优雅，轩逸尾部最抢眼的设计来自于它的尾灯，放射状的造型就像一对“天使之翼”。另外，车身颜色也是轩逸的一大亮点，其中一款钛空金，是GT-R这种名贵跑车的御用色，另外还有一款晶钻蓝，给人纯净、优雅之感，两款不俗的车色，让轩逸从同级家轿车型中脱颖而出，让人一见倾心。

轩逸在4665mm长轴距与宽大的后排膝部空间，这已足以媲美中高级车。而这正是因为轩逸非常重视家人的乘车感受，才以精巧车身与内部大空间带来的“超对比空间”，来满足家人对车内空间的要求。而丰富的科技装备以及高品位内饰设计，更是为家庭成员量身打造，全面营造舒适贴心的车内环境。

同时，轩逸搭载的XTRONIC CVT无级变速器与MR20DE引擎完美配合，使引擎始终在经济油耗状态下工作，油耗比传统的AT自动变速箱节省约15%。XTRONIC CVT无级变速器还能做到变速箱油终身免更换，大幅降低了使用维护成本。XTRONIC CVT无级变速器也让轩逸具备了平顺、舒适的极佳驾乘感受。XTRONIC CVT无级变速器能通过“无级的”速比转换，实现敏锐、顺畅的换挡及快速、有效的加速，带来更大的驾驶愉悦感，打造真正的“零换挡冲击，零时差加速感”。

除了产品力的提升之外，轩逸倡导的“款待家人”理念更迎合了主流家庭消费群的情感诉求和消费心理。现代家庭消费者对汽车的需求不仅为了简单代步，更赋予了汽车对享受生活、实现家庭梦想的追求。因此，轩逸以“款待家人”为诉求，在家轿市场打出鲜明的“亲情牌”，而这也成为其叱咤风云的又一利器。

业内人士表示，随着科技的飞速发展，汽车的魅力不再拘泥于产品本身的性能。作为中级车市的引领者，轩逸领航版的推出率先将智能化创新科技成果引入现代汽车生活，在为人们提供更省心、更充实、更亲密感受的同时，更提升了家轿车型的产品价值。

截至6月底，东风日产轩逸上半年累计销量达64735台，并以月均过万的业绩，稳居中级车市主流阵营。在销量稳健前行的同时，轩逸迎来了“领航版”的正式上市，今后轩逸将以强大的产品力，再树中级车市价值标准，引领家轿“智能”风潮。

据了解，此次上市的轩逸领航版搭载的“3G多媒体导航系统”，不仅集合了卫星导航、倒车影像等多项实用功能，让驾乘变得更加便捷、省心，更令人惊喜的是该系统还可外接3G上网卡，轻松实现3G在线娱乐、网上冲浪、互动影音等丰富的娱乐功能，使驾乘者尽享数字化资讯娱乐行车生活。业内人士认为，轩逸领航版不仅能为消费者提供更全面的资讯、娱乐功能和更多品牌价值，更将市场对中级家轿的价值认知提升到了新的高度。

