

中级车巅峰之作 新一代轩逸亮相北京车展

在刚闭幕的北京国际汽车展览会上,东风日产新一代轩逸正式全球首发。据悉,新一代轩逸1.8L车型预售价格区间为15~17万元,自4月23日起正式启动全国预售。

轩逸自2006年国内上市以来,以舒适的空间和领先的科技配置等优势,吸引了众多目光,累计销量已经突破50万台。而新一代轩逸则是按照中高级车的研发基准和技术投入,打造的超越同级车型,超越消费者期待的中级车市巅峰之作,堪称史上最强大中级车。

“四极”到“五越”,新轩逸堪称史上最强大

轩逸以“大气之极”、“宽敞之极”、“顺畅之极”和“节能之极”的四大极致标准,成为中级车市价值标杆。而新一代轩逸则以一大设计亮点和七大技术优势,全面展现出超越消费者期待的“家轿五越”产品价值,及史上最强大中级车的产品魅力。

尊尚越级——新一代轩逸采用“越级力量(Upward Force)”设计理念。这一引领潮流、开创格局的全新理念配合晶钻LED头灯、“越级力量”外观造型和第三代Modern Living内饰设计,展现出尊贵与时尚兼具的完美造型,带给消费者超越期待的优越感受。

宽适越级——新一代轩逸以2700mm轴距、1760mm宽阔车身和680mm行政级后排膝部空间,营造出领先同级的全尺寸宽适空间。日产高级车尊享的全新仿生学座椅、双区独立控制恒温空调、一键式启动、I-Key智能遥控钥匙和日产高级车尊享的三维超静音工程,营造出新一代轩逸卓越的舒适性能和良好静音性能,为消费者带来媲美中高级车的专属空间。

安全越级——新一代轩逸采用日产高级车标准打造的“UHSS高刚性车身”在同级中率先采用了980Mpa超强钢,配合“多通道式Zone Body区域车身”,实现超越同

级、媲美中高级车的高安全性,为消费者提供全方位周密安全保护。

舒畅越级——新一代轩逸搭载的日产高级车技术打造的“Anti-shock”高稳定悬挂,采用全新的高性能抗震部件和超高刚性稳定连杆,能够在行车过程中保持车身稳定,兼顾顺畅与舒适。Pure Drive纯净动力系统,采用“全新一代1.8L发动机(MRA8DE)与全新智能XTRONIC CVT无级变速器”,在提供充沛动力输出的同时,还拥有最佳静音性和传动顺畅性。

节能越级——新一代轩逸搭载的日产新一代节能环保技术打造的“Eco Drive节能驾驶助手”,配合Pure Drive纯净动力系统,实现了高效节能和顺畅驾控的完美结合,带来节能无忧的绿色移动生活。

轩逸之所以能够取得50万台销量的骄人成绩,除了其过硬的产品力做保障之外,还得益于其提出的“款待家人”的品牌主张及情感营销的新模式。新一代轩逸为了满足精英中产阶层彰显成功、款待家人、追求自在的用车需求,以超越同级的“家轿五越”产品力和“越级款待”的情感诉求,充分满足了这一目标消费群体对中级家轿的全方位需求。



强势新轩逸,傲然屹立中级车之巅

正是源于对“四极标准”的坚守和对“款待家人”的传承,轩逸迎来了广大消费者的热捧和市场的认可,市场销量一路飙升,短短6年时间就取得了突破50万台的惊人业绩。然而,新一代轩逸以“家轿五越”产品力和“越级款待”的情感诉求闪亮登场,卓越业绩将指日可待。

新一代轩逸除了拥有“家轿五越”的极致产品力,其研发团队、技术投入和设计理念等也都堪称史上最强大。新一代轩逸代表着日产全球新一代中级车的设计理念、技术趋势和价值追求。日产汽车希望以中国作为产品开发的首要目标市场,通过开发全面超越竞争对手、超越消费者期待的新一代中级车,打造日系中级车之王,继而以此作为面向全球打造新一代中级车的基准。

超越历史 构筑最强体系竞争力

作为矢志不渝推动汽车技术创新与发展的领军企业,东风日产不仅赢得了消费者的青睐,更用业绩佐证着自己的领军地位。2012年一季度,东风日产再度领跑车市大盘,以22万台销量,实现同比16%的高速增长,为其全年实现百万销量目标打下坚实基础。

东风日产旗下天籁、轩逸、新一代TIIDA、逍客、阳光五款主力车型表现尤为抢眼,长期保持着月销量万台的最佳状态。1-3月天籁累计销量达35万台,稳居中高级车市前三甲;新一代TIIDA累计销量高达15万台,单月平均销量超过13000台,再创中级两厢车市销量纪录;逍客领军都市时尚SUV,1-3月累计销量达34107台;骊威月销量近万台,牢牢占据着细分市场领军地位。

全车系的卓越表现,是东风日产强大体系竞争力的证明。东风日产乘用车公司总经理松

元史明表示,“目前东风日产已经构筑起最强大的体系竞争力。NISSAN和启辰双品牌战略已经进入实质运营阶段的同时,2012年我们在产能布局、营销架构、产品营销、售后服务等各个方面都进行了改革与创新,将进一步助推东风日产‘百万梦想’的早日实现。”

产能方面,随着花都工厂的正式投产,目前东风日产已经形成花都、襄阳、郑州“三地四厂”的产能布局。2012年年内,东风日产三大生产基地整车产能规模将达百万,为东风日产冲击2012年百万销量目标打下了坚实的基础。

另外,东风日产开创行业先河,按照产品类别和目标消费群推出品类营销概念,并通过更具针对性、资源利用更有效的聚合传播,实现了“1+1>2”的捆绑效果。而新成立的四大地区营销部,则通过更加贴近本地市场和

消费需求。新一代轩逸的目标人群是精英中产阶层,他们对家庭用车及生活理念拥有全新认知和解读,希望为全家带来超越期待的高品质生活,并享受由此带来的优越感。新一代轩逸“家轿五越”产品实力和“越级款待”情感诉求将以全面超越同级之势赢得消费者的青睐,给他们超越期待的用车感受。

东风日产副总经理任勇表示,新一代轩逸是依托日产全球先进技术和史上最强大研发团队,打造出的突破传统中级车价值界限的巅峰之作。新一代轩逸的诞生不仅代表着中级车的最新设计理念、技术趋势和消费潮流,更代表着消费者对中级车的最新价值追求和价值标准,它将以更高的技术基准、产品品质、市场目标和强大产品力,开创中级车市的新纪元。

消费者的营销策略,更迅捷的反应速度,提升东风日产在区域市场的品牌认知和市场影响力,巩固和强化了区域市场地位。

不仅如此,秉承“技术日产·车·生活”的品牌主张,东风日产将进一步践行以“舒心驾乘、放心品质、感人服务”为特色的“三维价值体系”。4月23日起,东风日产全系正式推出3年10万公里延长保修政策,覆盖NISSAN和启辰双品牌,为消费者带来更高品质的汽车生活以及更完善的服务。

随着新一代轩逸的强势登场,启辰首款量产车D50的上市及全车系3年10万公里新保修政策的实施,东风日产双品牌运营正进入实质阶段。在日产全球新一代中级车的强力推动下,东风日产凭借强大的体系竞争力,将以超越之态向100万台销量目标发起决胜冲击,续写“东风日产速度”神话。

