



随着2012年的落幕,车市各大奖项也尘埃落定。在各媒体的年度总评榜中,东风日产新一代轩逸展现王者实力,豪揽中国主流媒体汽车联盟“年度风云汽车”、“南都奥斯卡年度中级车”、“西部媒体联盟2012年风云车型”等十余个重量级奖项,成为2012年中级车市最耀眼的明星。

东风日产副总经理任勇表示:“新一代轩逸是远超同级的‘史上最强大中级车’,它凭借全面领先的‘高、富、帅’越级产品力,为市场树立了难以逾越的标杆。同时,新一代轩逸的成功也离不开媒体和消费者的肯定与支持。2012年对新一代轩逸来说只是一个起点,新的一年我们会再接再厉,再创车坛辉煌。”

2012完美收官

新一代轩逸笑傲中级车市江湖

屡获殊荣 首发之年完美收官

2012年是东风日产厚积薄发的一年,东风日产在提升品牌形象、强化品牌力的同时,倾力打造新一代轩逸车型,获得了巨大成功。上市首月,新轩逸就以突破2.3万台的销售佳绩强势跻身中级车市前列,深得市场和消费者认可。

在年底各媒体的总评榜中,新一代轩逸更是成为榜上的“红人”,频频获奖。近日,新一代轩逸荣获由中国主流媒体汽车联盟主办的“驱动2013-2012中国车市总评榜”“年度风云汽车”大奖,该奖项号称“车坛第一大奖”,新一代轩逸无疑成为本年度最闪耀的明星。

此前,“南都奥斯卡年度中级车”、“《旅游卫视》最受商旅精英欢迎的中级车”、“西部媒体联盟2012年风云车型”等众多大奖也被新一代轩逸轻松揽入怀中,用事实证明“史上最强大中级车”的超凡魅力。

媒体人士指出:“今年是中级车市竞争最为激烈的一年,该市场涌现出了多款明星车型,这为各媒体年终的车型评选增加了很大难度。然而,东风日产新一代轩逸却从各项评选中脱颖而出,多项大奖加身,足以印证其超凡的实力与魅力。”

东风日产市场销售总部副部长杨嵩指出:“与同级别车型相比,新一代轩逸不论是动力、操控还是空间、配置,均处于行业领先水平。从产品力的角度来看,新一代轩逸堪称‘史上最强大中级车’,它为中级车在产品设计和技术应用等方面树立了新的标杆,引领了中级车市场新的风潮。”

专家称,中级车市经过今年的大洗牌,呈现出全新的发展潮流。以东风日产新一代轩逸、一汽-大众新速腾为代表的“明星中级车”获得市场和消费者高度认可的同时,也对中级车市的发展产生巨大影响力,它们的成功模式将为很多车型所效仿。

史上最强大 屹立中级车市之巅

新一代轩逸的目标人群是追求自在、彰显成功、款待家人的精英中产阶级。他们非常注重面子及工作与家庭的平衡,在用车上,他们追求“领先半步”,并十分重视车辆的舒适性,希望为全家带来超越期待的高品质汽车生活,并享受由此带来的优越感。

为了满足精英中产阶级的全方位用车需求,日产汽车投入大量天籟级别的研发资源和产品技术,以十大产品亮点打造出具有“高、富、帅”越级产品力的“史上最强大中级车”。

在新一代轩逸的研发过程中,日产汽车进行了



超凡产品 广受好评众望所归

新一代轩逸的各个细节都充分考虑家庭用户习惯及需求,处处彰显车主对家人的越级款待,在中级家轿市场树立全新标杆,成为名副其实的“家轿王”。它拥有远超前级的四大领先优势——6.2L/百公里超低油耗、680mm行政级后排超宽膝部空间、980Mpa核潜艇级超强钢和豪华晶钻LED灯,引领车市“升级”热潮,定义了中级家轿市场的全新价值标准。

6.2L——全新智能 XTRONIC CVT 无级变速器,实现全球最宽变速比 7.3:1,节油效率比传统的 AT 变速器提高 15%,配合 DIS 燃油双喷射系统(每个喷嘴有 18 个喷孔,使燃料粒径比之前缩小 60%),并采用 Eco Drive 节能驾驶助手(通过油门幅度显示器、动力总成控制和换挡指示器等控制油耗),带来绝对领先的 6.2L/百公里超低油耗。

680mm——新一代轩逸继承并发扬了轩逸以往的大空间优势,并以绝对领先的 680mm 行政级后排空间,1760mm 超宽车身宽度与 2700mm 超长轴距,超越奔驰 S 级,为客户提供媲美中高级车的宽敞、舒适专属空间。(新一代轩逸采用了优化的空间设计,车内有效空间达到 1850mm,较竞车高 100mm 以上;后排膝部空间高达 680mm,超出竞车 115mm;后备厢空间 510L,超出竞车 60L。)

980Mpa——新一代轩逸在同级车中率先采用 980Mpa 核潜艇级超强钢,打造出日产高级车标准的 UHSS 超高刚性车身,车身结构不易变形,提升车体的抗冲击力,确保座舱乘员的安全。

LED——新一代轩逸是国内唯一在中级车上采用前后豪华晶钻 LED 灯的车型。新一代轩逸汲取中高级车设计元素,以“越级力量”为设计理念,打造出超越消费者期待、媲美豪华车的尊尚外观。

另外,代表日产高级车内饰设

计方向的第三代 Modern Living,采用“软”性包覆材质、“细”接缝处理、顺“滑”阻尼开关等高档材质与工艺,达到媲美中高级车的质感。

一键启动、I-KEY 智能遥控钥匙、双区独立自动空调、后排空调出风口,领先同级的豪华科技装备,打造极富便利的使用感受。三维超静音工程,在任何路况下均能保持媲美中高级车的超群静谧性,关上车门,即刻体验图书馆级的静音享受。

拥有超凡产品力的同时,新一代轩逸的定价还为消费者带来巨大惊喜。它的起售价为 11.9 万元,超出了很多消费者的预期,相比竞品有几千元甚至过万的价差,甚至超出了中级车的价格“底线”,直逼紧凑型车的定价,展现出十足的诚意。

在产品力全面跃升、价格带来惊喜的同时,新一代轩逸还为消费者全力构建情感沟通渠道,在上市之初便启动了大型主题活动——“爱家轩言 心动逸刻”爱家梦想感言征集活动,并在七夕当晚开展全国 16 城市的户外大屏微博互动,让消费者在参与活动的过程中,对“爱”和“家”的认知更为深刻,增进与家人的情感沟通,成为 2012 中国车市创新营销的经典案例。

车主曾先生表示:“新一代轩逸是今年最闪亮的车型。它的产品力、价格和活动都超出我的预期,带来了无限惊喜。中级车的价格,高级车的享受,也让我感受到东风日产的最大诚意。新一代轩逸能够获得如此好的成绩,也是众望所归。”

业内人士称,在“中级车元年”,东风日产新一代轩逸无疑奏响了该细分市场的最强音,并承载着诸多荣誉完美收官,成为今年对中级车市影响最大的“风云”车型。2013 年将是新一代轩逸乘势猛攻的一年,它将以卓越的产品实力、越级款待的情感价值再次发力,来年的表现十分值得期待。

近乎苛刻的产品测试。北海道极限环境的极寒驾驶测试、101 项整车及零部件综合性能测试、759 个静音测试项目、6775 个项目品质测试、346000 公里测试里程……每一项接近或等同于天籁测试基准的严格指标,都务求得到“接近极限”的越级性能。

同时,日产汽车组建了著名的“梦之队”开发团队。其中,统领新一代轩逸整体研发的齐藤雄之,曾主持多款日产全球战略车型的研发工作,在中国市场成绩卓越的新一代天籁外观设计就是他的得意之作。担任新“梦之队”CPS 要职的小沟彻曾获得众多设计奖项,对中国消费者的需求理解深刻。