



新一代轩逸豪夺车坛第一大赏 笑傲中级车市江湖

权威联评 勇夺车坛第一大赏

主流媒体汽车联盟的2012中国车市总评榜是目前中国车坛影响力最大、最具权威性的榜单，由23家主流媒体联手在2012年4月北京车展启动，榜单源于全国22个分评榜，经最终票选产生各项年度大奖，被誉为“中国车界奥斯卡”。

中国主流媒体汽车联盟由重点省会城市的23家主流平面及网络媒体组成，联盟成员读者覆盖我国90%以上的汽车消费市场，具有绝对强大的影响力。其精心打造的品牌活动——中国汽车总评榜在成功举办八届后，已成为国内最权威和最具影响力的汽车价值评价体系，以其公正、权威和公信力，影响了中国成千上百万的消费者与汽车厂商。

据了解，此次颁奖盛典有来自国内汽车行业的专家、学者、23家国内重点城市主流媒体的社长、总编辑、总经理以及20多家获奖汽车厂家及经销商的百余名高层齐聚西安，共同见证2012年度国内最权威、最具影响力的汽车界颁奖盛典。

在历年“中国车市总评榜”中，每年只有一款“年度风云汽车”。此次，东风日产凭借出色的企业实力以及优秀的市场口碑，在今天的奖项评选中打破惯例，脱颖而出，一举夺得“年度风云汽车”（新一代轩逸）和“年度经济型汽车”（启辰R50）两项大奖，成为本次颁奖盛典中最耀眼的明星。

媒体人士指出：“中国汽车总评榜是国内最具影响力和权威性的榜单，且每年只有一次，基本上所有车企都会参评，竞争非常激烈。东风日产新一代轩逸能够在评选中脱颖而出，获得‘年度风云汽车’第一大赏，足以印证其超凡的实力与魅力。”

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。此次获奖，不仅是媒体和消费者对其实力的充分肯定，更是对东风日产这一年工作的认可和激励。”

他用“这声感谢值得我们说400万次”，表达了对媒体和消费者的感谢。他还强调：东风日产会用最强大的体系能力，东风日产人会用最彻底的为客户服务的态度，把最好的产品和服务奉献给消费者。“以这样的态度，我们就没有克服不了的困难，就一定能够获得消费者的信赖。我们将继续以这样的态度，为中国消费者创造更多的价值。我们会再接再厉，再创车市辉煌。”任勇说道。

日前，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”颁奖盛典在西安圆满落幕。东风日产新一代轩逸力压车市群雄，众望所归，荣膺号称“车坛第一大赏”的“年度风云汽车”，豪揽2012“中国车界奥斯卡”最佳男主角。

这是继荣获“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”等众多奖项之后，新一代轩逸得到的又一重大殊荣，用事实证明了“史上最强中级车”的超凡魅力。



史上最强 屹立中级车市之巅

2012年是东风日产的厚积薄发年，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。

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层的全方位用车需求，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“史上最强中级车”。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”。

它拥有远超同级的四大领先优势——6.2L/百公里超低油耗、680mm行政级后排超宽膝部空间、980Mpa核潜艇级超强度钢和豪华晶钻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，节能效率比传统的AT变速器提高15%，配合DIS燃油双喷射系统（每个喷油嘴有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，较竞品高100mm以上；后排膝部空间高达680mm，超出竞品115mm；后备厢空间

510L，超出竞品60L。）

980Mpa——新一代轩逸在同级车中率先采用980Mpa核潜艇级超强度钢，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。

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。

凭借产品、价格和营销的综合实力，新一代轩逸在年末的车型评选中包揽多项大奖。此次获得中国主流媒体汽车联盟“年度风云汽车”大奖，更是为新一代轩逸的荣耀增添了一抹浓彩。

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。新一代轩逸斩获多个奖项是众望所归，第一大赏非新一代轩逸莫属。”

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。