

新世代天籁资本何在？ 不玩「潜规则」，



一款新车上市，厂商会习惯性地以高价试探市场反应，然后再用降价促销的手段，让消费者产生“捞到好处”的错觉，从而刺激销量的提升。这已成为市场上惯有规律之一，甚至可谓车市定价“潜规则”。

从企业角度来说，这样的定价方式无疑能够创造更多利润。但站在消费者角度来说，这种做法却直接挫伤早期购买者，继而损害消费者对产品的信赖感以及对品牌的忠诚度。

让人欣慰的是，有厂商开始试着跳脱这个“潜规则”——近期上市的东风日产新世代天籁宣称，其将采用“一步到位”的定价策略，将价值一次性回馈给消费者。

狠话说出来容易，实践起来却有种自断后路的意味。但笔者认为，没有哪个厂家会为了获得短期的关注而“说大话”，以牺牲品牌形象为代价放出无法达成的狠话——狠话背后，必定拥有雄厚的资本作

为支撑。

新天籁如此霸气的资本何在？东风日产市场销售总部副部长杨嵩在接受专访的时候提到：“我们凭什么有这个底气？我可以自信地说，现在新世代天籁在产品和服务方面所提供的价值，在同级车中遥遥领先。”

在产品技术方面，经过亲身经历的实车深度试驾以及一段时间的深度走访，笔者可以负责任地说，新世代天籁确实有底气号称产品力傲视同侪。

新天籁采用日产全球领先技术，将舒适性和操控性完美融合，创造出精准驾控、健康舒适、强劲省油以及全面安全四大领先优势，为其“一步到位”的定价策略奠定了最根本的底气。

当然，单纯在产品实力上表现卓越，已经无法满足当下消费者对中高级车的高要求——他们既希望拥有精彩用车感受，更希望获得优越增值服务体验。

东风日产深刻洞察当下消费者在服务方面的真实需求，在新天籁上市的同时，推出了国内首个基于新车的客户价值提升行动——“天籁行动”，让购买新天籁的客户，独享“7天包换”、“60天免费出险代步”和“3年CARWINGS智行‘免费享’”三大服务政策，以此切实地保障消费者利益，并制定了中高级车市场服务新标准。

突破市场惯有规律，不玩“潜规则”需要充足的底气和强劲的资金，新天籁成功迈出了第一步。杨嵩霸气十足地说过：“即使不玩‘潜规则’，我们也有底气将销量做好。另外，我们下了很大决心，从这一代天籁开始，一定要让我们的车主能够感觉到真正的价值。”

新天籁此番“标新立异”的做法，既是对自身的突破，也是对根深蒂固的定价规则的挑战。中高级车市场乃至整个车市，或将迎来更加新鲜而健康的新气象。

