

6月销量超1.2万台,上市首季累计销售36,063台

# 产品+服务, 新世代天籁激活中高级车市



最新数据显示,东风日产新世代天籁6月销量12,354台。至此,新世代天籁上市首季累计销量36,063台,以月均销量超1.2万台的成绩实现了传统淡季的“弯道超车”。

东风日产市场销售总部副部长杨嵩表示:“作为2013年首款全新上市的中高级车,新世代天籁正在发挥新车效应;而消费者也用实际行动表达了对东风日产的努力、对新世代天籁产品实力的认可。我有信心,未来它将会有更加优秀的表现,成为中高级车市上一款耀眼的‘明星’。”



## 销量“含金量”十足,天籁用实力说话

随着各大车企相继公布6月销量,车市各细分市场第二季度的总销量排名也尘埃落定。在最吸引眼球的中高级车市,今年的车型竞争不仅激烈,更是看点十足。在“德日之争”依然是主基调的情况下,3月上市的东风日产新世代天籁格外引人注目。

6月虽为车市传统淡季,但新世代天籁则凭借强劲实力,迅速在竞争激烈的中高级车市场上占据领先地位,呈现出稳中有升的发展态势。继4月和5月分别销售13,120台、10,589台之后,天籁6月销量达12,354台,上市首个季度月均销量突破1.2万台。

众所周知,进入2013年,车市全面步入“微增长”状态;从5月开始,车市更

是提前进入传统淡季。受到此客观条件影响,不少车企不再淡定,纷纷推出各种促销优惠等“招数”。而为了拉动销量数字的上升,诸多主流中高级车的终端价格相比官方定价,已经下滑了3万元以上。

然而,在“降”声一片的大环境之下,新世代天籁却显得格外淡定——始终坚守价格“一步到位”的承诺,在失去降价、让利等刺激消费的优势下,依然凭借产品魅力和给力的配套服务,赢得了广大消费者的认同,并最终取得上市首季月均销量过万的成绩。

换言之,新世代天籁上市首季的销量,是真真正正不含一点“水分”的数字,其“含金量”十足。



## “弯道”超车,天籁激活中高级车市

在竞争激烈的中高级车市场上,新世代天籁敢于在上市之初,就作出价格“一步到位”的承诺,其风险之大,可想而知。然而,随着每月销量逐一揭晓,新世代天籁最终以月均销量过万的成绩,实现了淡季的“弯道超车”,令不少持保留意见的人“大跌眼镜”。

难怪在新世代天籁上市之初,东风日产副总经理任勇就指出:“新世代天籁要成为中高级车市场上的‘鲨鱼’,它将以鼎定新格局的姿态重新定义中高级车市。”

新世代天籁能否鼎定中高级车市的新格局,估计要等到年底才能见分晓,但其成为激活2013年中高级车市的亮点车型,却是不争的事实。

首先,东风日产针对新世代天籁的消费者推出了同级首创的“天籁行动”以及“天籁直通车”,在深挖汽车后市场的同时,为消费者带来更高的服务价值,成

为新世代天籁吸引关注的重要因素。

除此之外,新世代天籁的综合产品性能也实现了大幅的提升:其不仅传承了上一代天籁超越同级的舒适性,更以“梯悬挂+ATC”组合,即梯形控制臂独立后悬挂和ATC主动循迹控制系统,为消费者打造出精准、迅速、稳定的过弯体验。

由此可见,新世代天籁不仅实现了服务的创新和舒适性的提升,同时也大胆突破原有的形象,以超越期待的操控性能出现在消费者的面前,为他们带来了更大的惊喜。

对此,杨嵩表示:“我们始终坚持‘客户至上’的理念,希望能够不断为消费者带来更加新颖的产品和用车体验,并借此持续激活车市的发展和潜力。新世代天籁正是我们的‘重要试点’,而事实也证明,我们的创新已经得到了消费者的肯定。”

