



# 淡季的“逆袭” 启辰8月销量突破9000台

实力说话  
启辰至臻品质赢信赖

## 淡季不淡 启辰发起10万冲刺

8月汽车销量数据公布，启辰品牌再传捷报，启辰双车销量达9052台，环比7月增长27.8%，实现1-8月累计销量5.93万辆，据悉领跑合资自主品牌。

今年年中，启辰品牌发起“深耕行动”，并提出下半年环比上半年增长50%的目标，确保全年10万台销量目标达成。按照业内普遍规律，7、8月本是汽车消费淡季，启辰品牌却在淡季就已经开始发力，可见其品牌和产品的竞争力。

今年上半年，启辰实现销售4.37万台，要完成全年10万台的目标，意味着下半年要销售5.63万台。东风日产对此信心十足，启辰事业部部长叶磊在接受采访时表示，业内普遍有上下半年销量45:55的规律，而且启辰在品牌、网络、营销、组织四个方面的“深耕行动”，将会提高网点经营质量，有力提升销量。除此之外，启辰在下半年还会有一款全新车型上市，D50、R50也会推出新型号，产品线的扩充也为年销

10万台目标达成提供了充分保障。

从汽车市场规律来看，7、8月份因为气候炎热、需求不旺等原因，是一年中销售最低迷的淡季，而接下来的9、10月份则被称为“金九银十”，是一年销售旺季。但启辰品牌在7、8月份的表现都可圈可点，7月份销售6538台保持平稳，8月份销售9052台，提前呈现出反弹之势。可以预期，进入“金九银十”旺季，启辰月销量将轻松突破万台。

启辰品牌能在淡季“逆袭”，凭借的是超越竞品的综合实力。启辰D50和R50上市以来迅速树立了“空间之王、能效之王、可靠之王”的口碑，今年4月份2013款新车的上市，进一步扩大了两款车型的领先优势。

在空间上，启辰D50和R50凭借2600mm的轴距和1840mm的室内有效车长，构筑了远超同级的内部空间。尤其后排腿部空间，分别达到596mm和624mm，足可媲美中高级车。而一般竞品的后排腿部空间数据多在500mm以下。

在能效上，启辰D50、R50的2013款车型凭借百公里综合工况油耗仅6.0L的能效表现，成为“史上最省油1.6L车型”。在成品油价格始终盘桓在高位的背景下，启辰的能效

优势赢得更多消费者青睐。

在品质上，启辰的可靠表现有口皆碑。今年，启辰开展了“品质透明行动”，由“百媒见证、万里测试、千人证言”三个阶段构成。6月份举行的“百媒见证”活动邀请意向客户到生产线上选车，旨在向消费者“透明”启辰世界级的制造品质。近期开展的“万里测试”活动，则通过对在一年内行驶10.967万公里车辆的严苛检测和深度拆解，向消费者“透明”启辰车辆的可靠、耐用品质。

日前，启辰从用户中海选出的、已行驶10.967万公里的“里程王”车辆在国家汽车质量监督检验中心(襄阳)接受了全方位的专业检测。涵盖动力性、经济性、操控稳定性、防雨密封性、制动性能、排放污染物六大项目的检测结果表明，启辰“里程王”在六大方面均满足国家相关标准的要求，部分指标甚至因为磨合更充分而优于新车。比如在动力性方面，“里程王”的最高车速、加速性能均优于新车。在经济性方面，“里程王”的百公里综合工况油耗测试为6.13L，优于该型号新车(2012款D50 MT)。

中国汽车市场发展日趋成熟，消费也逐渐回归理性。当前车市的竞争已非单纯的产品力的竞争，而是体系实力的竞争。启辰因为在品牌成立之初就倾力打造了研发、采购、制造、销售、服务的强大价值链，在经过产品上市一年多的磨合之后，产品、品质、服务的表现都更趋精湛，因此，“桃李不言，下自成蹊”。

