

随着汽车的普及,消费者越来越成熟,在选车时他们不仅看车型质量,还要看企业品牌以及购买时的性价比。于是,各个汽车企业一时间更加注重品牌、服务、活动等多个方面打造品牌价值,向消费者展示自己的品牌理念。

正因如此,近日,东风日产全新引入“全·优家轿”概念,为中原消费者带来更新、更具品质的车型,发力中原家轿市场。同时,在3月24日“2012郑州春季车展”上举办“家轿抢购33天”首次抢购专场活动。消息一经推出,便有不少消费者致电本报第一汽车表示关注。

记者 谢宽



轩逸、阳光、骊威优惠升级抢购33天

东风日产全·优家轿抢购专场亮相郑州春季车展

消费者称:东风日产“三猛将”性价比高 抢购热线:0371-67897713



幸福领航 轩逸、骊威、阳光成首选

旗舰家轿
轩逸



轩逸,作为东风日产倾力打造的“全尺寸旗舰家轿”,自上市以来,以优雅、时尚的气质和日产先进技术的全方位应用,成为高端中级车市场的主流经典车型。此后每一次的升级改款都代表着中级车市消费潮流的不断革新。新轩逸更是以“大气之极”、“宽适之极”、“顺畅之极”和“节能之极”四大极致标准,树立了中级车“全尺寸旗舰家轿”的新标准。

自2009年改款上市以来,轩逸已经树立主流中级车标杆,其倡导的“款待家人”理念也深入人心。其推出的轩逸领航版活动,也是以每个家庭最关注的购车事项为出发点,为车主提供最实在的优惠和服务。正是由于轩逸为广大消费者不断带来的“款待”,才使其能傲立中级家轿市场。这次活动以更平民的价格为消费者提供更多落在实处的优惠和服务,使轩逸的“款待”价值再一次实现了升级。

超跑家轿
阳光



阳光,作为一款实力派紧凑型车,为东风日产全年销量增长带来很大帮助。阳光采用全新的“宜居”设计理念,围绕家庭生活用车,从“人、品、心、境”4个方面设定中级家轿“宜居”标准,拥有全配置宜居空间、全驾驶灵动操控、全方位五“心”安全三大产品优势,让那些希望工作之余为家人带来多彩生活的年轻车主享受温馨的车生活。

第十代sunny阳光的定位非常精准,睿智进取、乐享多彩的中级车主流群体们都能够在这款新车身上找到自己“dream car”的影子。

据最新国家节能补贴的规定,再一次将阳光的全新高效的节油科技凸显,阳光专享同级车中国家节能补贴范围的车型,享受国家节能补贴3000元。

全能家轿
骊威



骊威自2007年上市以来,凭借卓越的产品力和营销力,奠定了其在细分市场的领导地位。连续18个月蝉联销量冠军,借着“全时全能”的产品概念,骊威当之无愧地成为经济型两厢车市场的绝对霸主,并树立了该级别车的新价值标杆;2010年新骊威家族的全新上市,将形成产品层次化、梯队化的竞争态势,使之更精准地满足细分市场用户需求,最大限度提升产品整体竞争力。

作为东风日产为家庭用户打造的一款“全时全能”车型,骊威成为兼顾家居生活与商务活动的多面手,以超凡的空间感和开放感,以全面全能的产品力,为消费者带来全新的移动居家体验。

全明星家轿阵容 诠释“全·优家轿”理念

从目前的市场看,三大家轿细分市场,竞争车型众多,市场竞争激烈。不过对于东风日产来说,2011年,家轿市场可谓百花齐放。轩逸、骊威、阳光三款主力车型尤为抢眼,从体面、品质、宽适、节能四大方面紧紧贴合消费者需求,表现出攻城略地,势不可挡的最佳状态。

其中,轩逸依然保持着月均过万的强劲势头;SUNNY阳光在10万元区间的中级车市场上强势称霸,上市一年累计销量已达156,954台;而骊威也不遑多让,连续7个月销量破万,稳坐中级两厢车市场销量冠军宝座。

时事造就英雄,2012年,东风日产当仁不让全新引入“全·优家轿”概念,将原来作为三个独立产品线的三大主流细分家轿市场的明星车型——轩逸、骊威、阳光整合在一起,从1.5-2.0L,全面覆盖,丰富的配置和车型颜色,形成了完整的家轿购车体系。

系,率先提出了家轿品类的概念,为消费者提供了更多元的选择。

长久以来,东风日产凭借创新设计和精湛工艺,从产品设计、制造到检测的每个环节,都以趋零故障为目标,为目标客户提供值得信赖的放心品质;东风日产“全·优家轿”在空间、油耗、安全性等方面也全面超越市场平均水平。

此外,东风日产还推出贴心服务理念,包含“九段全程”的销售服务、“五个安心”的售后服务以及全能管家的增值服务,从而实现了为客户提供买车、用车、修车、养车、换车的全方位贴心服务。

业内人士认为,通过产品个性对比与品牌技术分析,东风日产在家轿车型中的领导地位已经毋庸置疑。空间实用性强、性能卓越、环保节能、安全可靠,这些事实足以把东风日产展现得淋漓尽致。

春季车展抢购33天 购车良机不容错过

为了更好地传播“全·优家轿”理念,同时也为中原消费者带来更新、更具品质的车型,东风日产将在3月24日“2012郑州春季车展”上举办“家轿抢购33天”首次抢购专场。

本次抢购专场将以全新东风日产轩逸、阳光、骊威为主推车型,配以在威佳集团、日产中原销售的其他东风日产热门车型,再加上极具诱惑力的优惠幅度,势必为中原消费者奉献一场难得一见的春季购车盛宴。

据悉,3月23日当天至4月30日期间,东风日产还统一设立了此次专项活动的促销政策,优惠幅度之大,辐射面之广,都堪

称目前市场之最。

其中,全优家轿,节能先行,阳光同级专享节能补贴3000元。全优家轿N延保,保障又保值,购轩逸送3年8万公里超长保修。全优家轿,万般呵护,购买指定车辆保险2000元以上,即送千元礼包。全优家轿,款“贷”家人,轩逸、骊威、阳光首付最低20%,日供最低36元。值得一提的是,轩逸更有“万”元巨惠,同级专享3年8万公里超长保修等。

同时,由“郑州晚报·第一汽车”与“大豫汽车”共同推出的“中原首张购车存折”也将为本次专场购车活动助力。

消费者热评东风日产“三猛将”

“舒适的驾乘感受,经济省油的动力调教,强调性价比突出的定价,再加上贴心到位的售后服务,东风日产车型所具备的这些优势,都非常切合国内消费者的购车需求。”这是长久以来,很多东风日产车主的评价。而随着本次“全·优家轿”活动的开展,在随后报名参与活动的电话中,这些优点都普遍得到了他们的体验作为印证。

“当初是由朋友陪着来选车,现在是报名准备陪着同事来参与活动订车的。认真一算,不到两年的时间里,包括我自己内在,身边已经有7个人买了东风日产的车。”报名咨询“家轿抢购33天”活动内容的王先生表示,一提起这个品牌就由衷地表示肯定。

据他介绍,他在买东风日产骊威之前,老早就已经从朋友那里,确切了解到这款车型的众多优点:它有一套高性能悬挂,低速过弯时,悬挂的支撑力度较为柔和,能感觉车身轻盈;一旦车速加快,悬挂立刻变得十分硬朗,车头对转向指令响应瞬时;它

的安全性能周全,通过了欧洲E-NCAP和国内C-NCAP的严格测试等。

超过150万的车主保有量,居于车市中的第一集团、华南第一车企的地位,这些都是我选择东风日产的初衷。不少车主都纷纷认为,长时间用车之后,自己更为满意于车企在保有量背后的感性举动。

同时,也有车主提到自己的车生活,也受到了东风日产举办的一系列活动的积极影响。“其中,轩逸、骊威先后成功举办节油比赛,在车主群体中促成了环保氛围。我从中得到的当然不止奖励还有与其他车主交流、探讨而来的节油心得。”参加过这些活动的李先生有感而发。“除此之外,绿植活动、绿色城市计划等,这些被烙上低碳时代特色的举措,深得人心,因为它们再次唤醒了我们的环保用车意识,让我们深感肩上的责任,同时也有一种参与其中的光荣感。”