



## 重新定义安全概念



对话嘉宾：

▲广汽丰田汽车有限公司副总经理松井秀司  
▲广汽丰田汽车有限公司副总经理李晖▶



记者：前几天中国汽车技术研究中心公布了一批车型的评价结果，第七代凯美瑞获得了一个五星+最高评价，请问一下第七代凯美瑞获得这么高的一个安全评价，它的秘诀是什么？

松井秀司：我们非常高兴和欣慰，新凯美瑞取得了碰撞五星+的成绩。其实很多消费者经常会用日系车跟德系车或者欧美车相比，提到的一点就是钢板很薄，钢板薄就认为比起来德系车，欧美系车没有那么安全。

其实每当这样被说的时候，说心里话我们觉得很不甘心的，可以举一个例子，非常骨瘦的人，和稍微有点肉的人，撞到墙上的人，哪一个冲击会比较大，肯定是骨瘦的人撞到墙上的冲击会比较大。

那么也就是说身上有点肉的这个人，他是通过身上的肉可以吸收一部分冲撞时候的能量，基于同样的原理，丰田一直致力于车身的研发以及在车型上面的导入，车身最重要的一个原理，就是如何去保证驾驶人员，不管是驾

驶员还是乘坐人员最大的安全，如果一旦发生了碰撞的时候，通过发动机舱，或者是后面的尾厢吸收碰撞时候的力量，保证人员安全的最大化。

记者：第七代凯美瑞的目标依然是中高级车第一，现在离这个目标还有多远，市场策略会随之调整吗？

李晖：现在是全新第七代凯美瑞，那么也就是说让顾客知道这是一个全新的车型，同时在产品的发展阶段，也有一个比较清晰的概念，凯美瑞已经是第七代了，也要传递这样一个信息，所以在这个基础上做了全新第七代凯美瑞名称的描述。

可以看到，从新的凯美瑞上市到现在，四个多月的销售，总体来说一到三月份，第一季度它的市场表现还是比较令我们满意的。凯美瑞在2.4到2.5这个排量区间绝对占市场第一位。从一季度整个2.0和2.5的销售比例上也可以判断出来，销售比例是8：2，只有20%是2.0的销售比例，所以我们认为2.0这块销售提升空间是非常大的。

## CDV 开创商用车新增长点

对话嘉宾：

▲日产汽车公司执行副总裁安迪·帕默  
▲东风汽车股份有限公司副总经理兼郑州日产汽车有限公司总经理郭振甫▶



记者：NV200是凭借哪些特性入选成为2013年至2023年纽约市出租车的独家供应商的？据了解，郑州日产内部已经制定了两年内要成为日产品牌全球商用车研发中心和重要出口基地的规划，请问这个战略规划，具体情况怎样？

安迪·帕默：纽约市长曾经提出了对于未来出租车的期望，他希望新的出租车的到来能够提升并重新定义纽约市出租车的经典形象，并需要满足纽约市每日60万人次运输量的独特需求。而NV200所代表的CDV车型正好满足了这些需求，首先它基于轿车平台，获得了高品质的感受和优越的安全性、舒适性、操控性，同时厢式车身又带来了大空间，满足了承载需求，并且日产在此次NV200出租车上还特别增设了进入踏板和扶手的滑动车门等人性化设计，让乘客出入更加便利，因此，最终NV200当选。

郭振甫：第二个问题，应该说是我们的一种愿景，我们也是积极朝着这个方面努力。在研发中心来讲，当时日产也给了我们非常大的支持。

记者：作为日产的两个合作伙伴，日产方面是否在郑州日产的研发体系、新产品引进、营销能力等方面作出了长远细致的规划？如何看待CDV未来的发展趋势，以及它在中国的市场前景？

安迪·帕默：根据我们日产的88计划，我们在全世界的市场份额中要提高8%，同时我们的收益也要提高8%。而对于整个NISSAN全球事业来说，LCV是我们目前增长最快的一部分事业。在中国，我们如果提到NISSAN的LCV事业的话，那么郑州日产将是一个非常重要而且不可替代的组成部分。为了能够保证中国的LCV市场实现一个快速稳定的增长，NISSAN将会在未来的将来花更多的精力来投放更多的车型到中国这个市场中来。

郭振甫：至于CDV，由CDV能够成为纽约今后10年唯一出租车带来的这么一个趋势，加上中国未来对CDV汽车的认识，再加上我们有上千万台微客需要替代，都可能会给CDV带来长足的发展空间。

东风日产“全·优家轿中原行”上周末驶入南阳

# “全·优家轿”抢购专场抢了当地车展的风头

4月30日，中原行收官之作再度转战郑州  
精彩互动、大幅优惠期待您的参与

继4月14日~15日洛阳站后，上周末，由轩逸、阳光、骊威组成的全·优家轿车队从洛阳再度发车，浩浩荡荡驶向本次中原行的第五站——南阳。作为中原行的重头戏，南阳站的抢购专场在当地车市抢尽了风头，不少南阳市民专程从其他车展跑到抢购专场现场选车、定车。 记者 白贺

### “全·优家轿中原行”驶入南阳

4月21日上午9点，洛阳威丰、威盛专营店携手当地媒体同行、全·优家轿车主组成的全·优家轿车队从洛阳出发驶向南阳。

经过近两小时车程后，车队抵达南阳。在高速路口，威佳集团南阳威昌4S店相关负责人及当地媒体同行高举条幅为车队举办了简短的欢迎仪式。

### 抢购专场抢了当地车展的风头

作为“全·优家轿中原行”的重头戏，南阳站“全·优家轿抢购专场”吸引了当地市民的热情参与。

在南阳，抢购专场举办地新华城市广场地处老城区中心，周边商业氛围浓厚，客流量极高。本次抢购专场之所以选择在此地举办，威佳集团南阳威昌4S店负责人说：“南阳市民闲暇时光都会来这里逛逛，再加上东风日产在当地已深入人心，现场能吸引万余人次参与也就不足为奇了。”

抢购现场，包括总经理在内的南阳威昌4S店全员上岗，数千份印有全·优家轿的宣传画册都是不到半小时就全部发完。不仅如此，参与本次中原行的洛阳车主现场还担当起义务导购，纷纷向询问车型的南阳市民介

绍全·优家轿的出众性能。进入南阳市后，车队偶遇交通事故，堵车长达近1个小时，虽然经过长途劳顿，但洛阳车友并没有埋怨，反倒用对讲机相互宽慰。南阳威昌4S店负责人坦言，通过堵车这个小插曲可以看出，经过近一个月的磨合，“全·优家轿中原行”车队及其随行人员合作已经非常默契，并且有相当高的凝聚力。

另外，“全·优家轿”抢购专场举办当天，南阳当地同时还举办有其他车展，但不少市民还是专程从车展赶到“全·优家轿”抢购现场选车、定车。

据统计，南阳站持续两天的抢购专场，大幅的优惠力度共吸引近百位消费者现场订车，如此销量，再次打破了洛阳站90台的抢购纪录。

按照流程，4月30日，“全·优家轿中原行”收官之作将再度转战郑州，届时，会在曼哈顿广场举办主题鲜明的现场互动。另外，“全·优家轿抢购33天”也将同期举办最后一次抢购专场，如果您对轩逸、阳光、骊威等东风日产车型感兴趣，一定别错过本次购车良机。



### 【车型介绍】

#### 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。

#### 超级家轿 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“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能科技凸显，阳光独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，骊威当仁不让地成为经济型两厢车市场的绝对霸主，并树立了该级别的新价值标杆。

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。

老K砍价团锁定砍价目标  
东风日产全·优家轿

征集热线  
13673663216