



“新一代轩逸为颠覆而来，为夺标而来！”近日，东风日产市场销售总部副部长杨嵩在一次访谈中表示，“新一代轩逸是日产汽车倾力打造的中级车巅峰之作，它在为中级车市带来多项革新技术的同时，也将在中国市场实现夺标。”

杨嵩的这句话引起了不少媒体关注。众所周知，中级车市的王者之争从未停息。轩逸、卡罗拉等领军车型均以傲人的成绩和过硬的产品力，赢得了市场和消费者的认可。而新一代轩逸的推出，颠覆了消费者对中级车的传统认知，打破了目前的市场格局。

以革新产品撬动市场 新一代轩逸为夺标而来

开创市场

轩逸树立中级家轿标杆

2009年前后，轩逸和卡罗拉等主流车型相继改款、换代，并明确定位于家轿车型，开创了中级家轿这一细分市场。外观大气，老少皆宜；空间宽敞，适合家用；操控顺畅，驾驶平稳；力求环保，践行节能……它们将中产阶级消费者格外关注的外观、空间、操控和节能等方面进行完美均衡，获得了巨大成功，树立了行业标杆。

轩逸是该细分市场的开创者之一。它提出“大气之极”、“宽适之极”、“顺畅之极”和“节能之极”四大极致标准，以及“款待家人”的情感诉求，树立了中级车市“全尺寸旗舰家轿”的新标准。

“大气之极”：在外形设计上，轩逸与时代潮流紧密结合。前进气格栅与新一代天籁更为相似，使整车显得非常威猛，贯穿前后的腰线使车辆看起来十分动感，在延续流畅、饱满圆润风格的同时，外观硬朗，线条柔美，整体造型趋于年轻化。

“宽适之极”：凭借创新的设计理念，轩逸在4665mm长的车身内实现超长轴距与宽大后排膝部空间，精巧车身与内部大空间带来“超对比空间”，造就卓然开阔的待客之家；配合独特扇形座椅的舒适设计，让每一刻的驾乘都感受至高荣耀。以丰富领先的人性化配备，如副驾驶席电动调节座椅、侧辅助安全气囊、主动式头枕、ASCD定速巡航系统、全自动正负离子空调等，以及高品位内饰设计，充分体现了设计美感与实用性的“超设计理念”，让款待无微不至。

“顺畅之极”：轩逸搭载2.0升MR20DE引擎与XTRONIC CVT无级变速器，两者完美合璧，动力衔接顺畅之极，同时兼顾燃油经济性，带来“超技术体验”。

“节能之极”：轩逸搭载的CVT无级变速器比普通变速器节能15%，顺应了节能减排的大环境。

业内人士普遍认为，轩逸致力于打造家庭用车“四极标准”理念，全面满足消费者对家庭轿车的主流需求，在产品性能各方面，已经具备了同级车无可比拟的优势，并吸引、折服了众多理性消费者，成为他们驶向未来的不二选择。

随后，多款中型车逐渐以轩逸、卡罗拉为标准，不断加强产品力升级。如思域、速腾、朗逸等车型，也逐渐打出家轿牌，争夺市场。目前，在中级家轿这一细分市场中，主流车型的月均销量都达到万台以上，它们也成为长时间内领跑中级车市的先锋。

然而，看似平衡的市场背后，却一直都是暗流涌动。以思域和速腾为例，它们希望趁换代之机，挑战中级车王者之位。但是，它们的改款或换代并没有超出“中级车”的界限，这使得中级车市的竞争一直都没有发生质变。一向主打“科技牌”的新速腾，在换代时也并没有取得产品力上的突破，反而进行了“减配”，引来了不少质疑声。

矢志革新

越级品质打破市场格局

不在沉默中灭亡，就在沉默中爆发，新一代轩逸的出现似乎要打破这种平和态势。它一举突破了中级车的技术标准，采用中高级车天籁的众多先进技术，配有多项中高级车，甚至是高级车尊享的配置，成为“越级款待的旗舰家轿”，全面超越了同级车型。

新一代轩逸对老款轩逸“家轿四极”的产品力进行了升级，打造出了四大高效性能、四大极富配置和两大帅气设计的“高、富、帅”产品实力，并提出了“越级款待”的情感诉求，成为史上最强中级车。

“高”是指新一代轩逸高效动力、高效节能、高效安全和高效稳定。全新一代发动机与全新智能XTRONIC CVT无级变速器打造的高效动力系统，提供更适合城市道路行驶、充沛动力输出和燃油经济性最佳平衡的动力系统，远超同级。以日产高级车技术打造的Pure Drive将引擎燃油效率最大化。通过采用最新技术的发动机和高效率的传动系统，配合日产新一代节能环保技术打造的Eco Drive节能驾驶助手，共同为消费者打造高效节能的绿色生活。

UHSS超高刚性车身，在同级车中率

先采用980Mpa超强钢，配合多通道式Zone Body区域车身及三位一体智能刹车系统，实现超越同级，媲美中高级车的高安全性，为客户提供放心周密的安全空间。以日产高级车技术打造的Anti-Shock高稳定悬挂，全新改良的高性能抗震部件和超高刚性稳定连杆，能让客户在随心顺畅驾驶的过程中保持车身稳定，实现媲美中高级车的舒适、稳定的驾驶感受。

“富”是指新一代轩逸极富空间、极富舒适、极富静谧和极富便利。1760mm超宽车身宽度、2700mm超长轴距、680mm后排超宽膝部空间打造出领先区隔的全尺寸宽适空间。与日产高级车舒适座椅技术一致的全新仿生学座椅、双区独立控制恒温空调，360度处处体现高档，处处感受舒适。日产高级车尊享的三维超静音工程，在任何路况均能保持媲美中高级车的超群静谧性，让客户远离外界喧嚣，尽享宁静。各种实用的空间配合一键式启动系统及I-Key智能遥控钥匙，打造极富便利的使用感受。

“帅”是指新一代轩逸帅气外观设计

元素，以“越级力量”(Upward Force)为外观设计理念，打造出开创格局、引领潮流的全新一代中级三厢车整体外观造型，兼具尊贵与时尚，实现越级产品价值的完美视觉呈现。新一代轩逸采用代表日产高级车内饰设计方向的第三代Modern Living设计理念，舒展向上的中控台轮廓，配合横向扩张的流畅弧线，勾勒出舒展自在的整体室内空间。

东风日产副总经理任勇表示，新一代轩逸是依托日产全球先进技术和史上最强大研发团队，打造出的突破传统中级车价值界限的巅峰之作。新一代轩逸的诞生不仅代表着中级车的最新设计理念、技术趋势和消费潮流，更代表着消费者对中级车的最新价值追求和价值标准，它将以更高的技术基准、产品品质、市场目标和强大产品力，开创中级车市的新纪元。

分析人士称，以中高级车甚至高级车技术打造中级车，新一代轩逸尚属首例。这足以说明东风日产在中级车市夺标的决心。同时，新一代轩逸也可能为中级车王者之争提供一种解决方案，以中高级车技术打造中级车，或将成为未来中级车发展的新趋势。

筑梦夺标

新轩逸欲推动车市洗牌

夺标之梦一经公布，就引起了车市的不小震动。许多静观其变者面对“来者不善”的车型定会采取反击。而这种反击，则会不断催化“中级车元年”即将迎来的车市大洗牌。事实上，中级车市场现状已经为洗牌提供了有利的土壤，中级车市的大洗牌不可逆转。

2006年前后，中级车集体入主中国，东风日产轩逸、一汽丰田卡罗拉和一汽大众速腾等都是当时的明星车型，并用良好的市场表现打开了中级车市场的大门。然而，五六年的生命周期也足够成为一个轮回，多款重量级车型在今年面临改款或换代，这也成为众车企争抢的有利时机。

另外，我国汽车市场在经历了几年的爆发式增长之后，逐渐趋于平稳，进入了“微增长时代”，在此期间，我国消费者的购车观念也发生着悄然变化。汽车已不仅是代步工具，它承载着更多的社会价值和属性。能否精准把握变化之中的消费者心理也成为能否获胜的关键。

同时，众多中级车打算在“本命年”大放异彩之时，却遭遇了前所未有的“拦路虎”。中高级车大幅降价，紧凑型车乘势紧追，SUV车型特宠而骄……正所谓

“乱世出英雄”。如此混战的市场也必将迎来一位统领天下的王者。新一代轩逸以“高、富、帅”产品实力和史上最强大中级车的非凡魅力，向竞争对手发起宣战，一场好戏即将上演。

