

“爱家轩言 心动逸刻”

——新一代轩逸爱家梦想感言征集活动正式启动

7月19日，以“超越期待 轩然逸动”为主题的东风日产新一代轩逸上市发布会在美丽的滨海城市青岛隆重举行。同时，新一代轩逸“爱家轩言 心动逸刻”爱家梦想感言征集活动也在当天正式启动，面向全国消费者征集爱家宣言，并帮助消费者圆家庭梦想。



为爱升级，感言征集让爱发声

为进一步传递新一代轩逸“越级款待”的爱家主张，7月19日至9月30日，东风日产面向全国推出“爱家轩言 心动逸刻”——新一代轩逸爱家梦想感言征集活动。届时，消费者可以通过官网或微博以#爱家轩言 心动逸刻#发表自己对家人的“爱家轩言”及“心动逸刻”家庭梦想。

此次活动除了有丰富的奖品之外，东风日产还将选取优秀“爱家轩言”，通过媒体平台、微电影等多种形式展现消费者的爱家情怀，并最终评出前十名优秀“爱家轩言”获得者，帮助他们实现家庭梦想。

其中，7月19日至8月23日为“爱家轩言之有你有爱”主题征集票选阶段。即将步入婚姻殿堂的消费者，可以通过“爱家轩言 心动逸刻”平台展示求婚誓言；已经结婚的消费者，可以通过此平台展现曾经的浪漫一刻；已经结婚但没有正式表达过求婚宣言的消费者，也可以通过此平台弥补过去的遗憾。

8月24日至9月30日为“爱家轩言之有家有未来”主题征集票选阶段。已经拥有美好家庭生活的消费者，可以通过“爱家轩言 心动逸刻”平台阐述自己与孩子眼中不同的家庭生活；也可以展示孩子在生活中语不惊人死不休的“爱家轩言”；还可以与他人分享孩子眼中的“爱家轩言”，感动每一个人。

本次活动要求每位消费者上传的内容健康温馨，贴近生活，遵守评选规则。每位参与“爱家轩言 感动逸刻”的消费者都有机会获得以下奖励：

1. 获得合家伦敦看日出或者同游马尔代夫机会。
2. 赢取IPAD、SONY 摄像机各类数码产品、新一代轩逸车模等。
3. 圆梦故事将由明星导演拍成《爱家》系列微电影。
4. 宣言将通过媒体平台进行展示，接受亲人、大众的祝福。

作为中级车市的旗舰家轿，轩逸自2006年上市以来，凭借卓越的产品力和良好的用户口碑，始终领跑中级家轿市场。价值再度跃升的新一代轩逸，以媲美中高级车的产品，全面满足了消费者越级款待家人的需求。随着“爱家轩言 心动逸刻”爱家梦想感言征集活动的展开，新一代轩逸“越级款待”的爱家主张必将受到市场的进一步认可。



为家而生，新一代轩逸超越家人期待

回顾我国家庭轿车的发展，可谓从无到有，从单一车型到不断丰富。2006年，随着东风日产轩逸的正式上市，我国第一款定位于家庭轿车的车型正式诞生，中国家轿市场开始兴起。在2009年轩逸改款之际，东风日产从家庭用车需求出发，提出“家轿四极”产品价值标准和“款待家人”情感诉求。轩逸在外观、空间、驾乘舒适度及燃油经济性等各个方面做到了全面均衡，满足了主流消费者多重用车需求，带来舒适如家的汽车生活。

轩逸的成功为许多车企提供了有益借鉴，越来越多的车企逐渐意识到这一趋势。比如，一汽丰田卡罗拉提出了“为世界上每个人带来幸福和快乐”，东风本田思域提出了“人生需要一点红”，纷纷打出情感牌。就连一向主打“科技性能”的速腾，也将定位转为家用，获得了不少好评。

目前，我国仅中级主流家轿车型就已经超过数十款，这些车型不仅以更加个性化的设计及丰富的配置，满足了家庭消费者的功能诉求，更以深入人心情感诉求及处处体现对家人关怀的差异化营销，带给消费者温馨、舒适的汽车生活。

史上最强，给家人无微不至的关怀

为了满足精英中产阶层更全面的用车需求，新一代轩逸以十大产品亮点打造出具有“高、富、帅”的超凡实力，处处体现着对家人无微不至的关怀。新一代轩逸时尚的车身线条、温馨舒适的内饰设计、仿生学座椅与高稳定悬挂，都充分满足了目标客户的审美要求和对车辆舒适性的需求。

设计一款汽车就像是做一道日本料理一样，要有前味、中味及余味。新一代轩逸在设计中借鉴了日产Ellure概念车的元素。同时，车身侧面一条波浪形的腰线十分醒目，匀称流畅的车顶线条从A柱缓缓滑向C柱，上扬的后三角窗设计与天籁如出一辙，宽幅倒梯形镀铬格栅、“X”形前脸，使新一代轩逸看上去更加动感时尚。

新一代轩逸采用年轻简洁的设计风格，通过浅色色调、内饰组件及良好的做工营造出家一般的温馨，让车内呈现出舒适如家般的驾乘感受。此外，新一代轩逸配备的双区独立控制自动空调，能满足全家人对车内温度情况的不同需求，而兼备美学性与功能性的Multi-Layer仿生学座椅，塑造出高级沙发般的乘坐舒适感，带给家人与朋友愉悦的乘坐心情。

得益于日产高级车尊享的三维超静音工程技术，新一代轩逸能够为客户提供媲美中高级车的专属私密空间，让客户

如果说目前市场上的家轿车型是在追求个性化设计及丰富配置的同时，融合了对消费者全家用车需求的考虑，融入了更多情感因素，那么新一代轩逸则是从产品理念到功能价值，全面超越家人期待的新一代旗舰家轿。

业内人士认为，随着70后、80后家庭的崛起，家轿市场将迎来新的黄金十年发展高潮。未来家轿车型的发展趋势不仅是时尚与实用的结合，更要满足消费者享受精彩汽车生活的需要。

对于新时代家庭消费者来说，他们更多地关注车辆的“精神价值”，求新求异的消费思潮逐渐兴起。同时，消费理念、品牌文化、情感价值以及支撑新产品的相关技术成熟程度，构成了他们购买家轿车型的主要考虑因素。

秉承“领先半步”的策略，东风日产超越同行，再次率先以中高级车技术标准和研发投入，打造出超越同级车型、超越消费者期待的越级款待旗舰家轿——新一代轩逸。为打造这款突破传统中级车价值界限的全新一代车型，日产汽车以史无前例的规模，全方位、多维度地深入调研中国家庭消费者对中级家轿的使用需求。

尽享宁静。同时，新一代轩逸采用的全新智能XTRONIC CVT无级变速器改变了车辆的变速线，并通过高齿比运作变速器，使发动机转速达到1000~1500转时仍能正常行驶，这一点使油耗和静谧性获得了最佳平衡。

可以说“舒适”是新一代轩逸的最佳代名词。面对国内复杂的道路环境，新一代轩逸还采用了以日产高级车技术打造的Anti-Shock高稳定悬挂，配合舒适性调校的悬挂弹簧，即使应付复杂路面、高低落差极大的减速带或桥墩接缝，其悬挂行程摆幅总能抹平一切的震动，让车内乘员几乎感觉不到来自路面的震动。

全新改款上市的新一代轩逸，依托日产汽车的最新设计理念及先进技术，经过人性化的改进与革新，处处体现着对家人的关怀，超越了消费者全家对家轿车型的全方位需求，重新树立了中级家轿的价值标准，开启了家轿市场的新纪元。

分析人士称，东风日产新一代轩逸非常值得拥有。在中级家轿市场中，以中高级车技术和标准打造中级车，尚属首次。“越级款待”戳中了消费者的最真实用车需求，新一代轩逸的强势推出，将开启中级家轿市场新黄金十年的发展热潮。