

在刚刚过去的2012年,东风日产新一代轩逸以傲人的成绩和扎实的口碑成为当年中级车市最耀眼的明星。在各媒体的年度总评榜中,它一举拿下十余项大奖,载誉而归;凭借优秀的品牌基因和超凡的产品实力,登顶舆论巅峰,领跑市场。

东风日产副总经理任勇表示:“新一代轩逸拥有远超同级的四大领先优势和‘高、富、帅’越级产品力,为市场树立了难以逾越的标杆。它能取得如此成绩,更离不开媒体和消费者的支持。然而,2012年对新一代轩逸来说只是一个起点,2013年它将全面发力,再创车坛辉煌。”

陈娟



乘势猛攻 新一代轩逸 2013全面发力



新一代轩逸内饰

A 开创市场 树立“价值标杆”

2009年前后,轩逸和卡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……它们将中产阶层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。

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,多款新车型逐渐以轩逸、卡拉为标杆,不断加强产品力升级。如思域、速腾、朗逸等车型,也逐步打出家轿牌,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。

B 超越期待 成为“破阵之笔”

不在沉默中灭亡,就在沉默中爆发,新一代轩逸的出现打破了这种平和态势。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中级车消费需求。同时,借鉴全新天籁的成功经验和研发模式,在研发团队的组建以及技术测试等层面投入了大量的资源。日产汽车投入大量曾参与天籁车型研发的人才资源,召集日产全球最优秀的资深汽车研发专家,组建了史上最强大的“新梦之队”,此种重视程度和投入规模在中高级车领域也是少之又少。

在新一代轩逸的研发过程中,日产汽车进行了近乎苛刻的产品测试。北海道极限环境的极寒驾驶测试、101项整车及零部件综合性测试、759个静音测试项目、6775个项目品质测试、346000公里测试里程……每一项接近或等同于天籁测试基准的严格指标,都力求得到“接近极限”的越级性能。新一代轩逸是依托日产全球先进技术和史上最强研发团队,打造出的突破传统中级车价值界限的巅峰之作。它定位“越级款待的旗舰家轿”,是以十大产品亮点打造出具有“高、富、帅”越级产品力的“史上最强中级车”。

“高”——高效节能、高效动力、高效安全、高效稳定。全新智能XTRONIC CVT无级变速器,实现全球最宽变速比7.3:1,节油效率比传统的AT变速器提高15%,配合DIS燃油双喷射系统,带来绝对领先的6.2L/百公里超低油耗。ECO DRIVE 节能驾驶助手一键启动,开启绿色驾驶生活,在不改变个人驾驶习惯的情况下降低油耗。

绝对领先的980Mpa核潜艇级超强钢,打造出UHSS超高刚性车身,并配合多通道式Zone Body区域车身结构,提供放心周密的安全保障。Anti-Shock高稳定悬挂,使用全新改良的高性能抗震部件和超高刚性稳定连杆,享受媲美

中高级车的舒适和稳定。

“富”——极富空间、极富舒适、极富便利、极富静谧。1760mm超宽车身宽度、2700mm超长轴距、680mm行政级后排超宽膝部空间,营造出领先区隔的全尺寸宽适空间。Multi-Layer仿生学座椅,采用与天籁一致的三重舒适结构,大幅提升包裹感与舒适感,完全贴合人体。

一键启动、I-KEY智能遥控钥匙、双区独立自动空调、后排空调出风口,领先同级的豪华科技装备,打造极富便利的使用感受。三维超静音工程,在任何路况下均能保持媲美中高级车的超群静谧性,关上车门,即刻体验图书馆级的静音享受。

“帅”——帅气外观设计、帅气内饰设计。以“越级力量”为帅气外观的设计理念,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。

国内唯一在中高级车上采用的前后豪华晶钻LED灯,打造超越消费者期待、媲美豪华车的尊尚外观。代表日产高级车内饰设计方向的第三代Modern Living,采用“软”性包覆材质、“细”接缝处理、顺“滑”阻尼开关等高档材质与工艺,达到媲美中高级车的质感。

东风日产乘用车公司市场销售总部副部长杨嵩表示,“与同级别车型相比,新一代轩逸不论是动力、操控还是空间、配置,均处于行业领先水平。从产品力的角度来看,新一代轩逸堪称史上最强中级车,它为中级车在产品设计和技术应用等方面树立了新的标杆,将引领中级车市场新的风潮。”

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。新一代轩逸为中级车王者之争提供了一种解决方案,引领未来中级车发展的新趋势,为该市场树立了全新标杆,可以说是2012中级车市的“破阵之笔”。

C 全面发力 实现“夺标之梦”

东风日产市场销售总部副部长杨嵩曾在一次访谈中表示:“新一代轩逸就是为颠覆而来,为夺标而来!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科技的同时,也将在中国市场实现夺标。”

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,则催化了“中级车元年”的车市大洗牌。事实上,“洗牌”是中级车市在“元年”的必经阶段。

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,这也成为众车企争霸的有利时机。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车型恃宠而骄……正所谓“乱世出英雄”。如此混战的战场也必将迎来一位统领天下的王者。

业内人士称,东风日产新一代轩逸在2012年为车市带来巨大震动,取得的成绩也令人赞叹,2013年它也将全面发力,为消费者带来更高性价比的驾乘享受。