

第四届“明星公民”颁奖典礼开幕,“天籁明星日”同步启动

新世代天籁释放宽容正能量

3月18日,由东风日产携手《南都娱乐》共同发起的第四届“明星公民”颁奖盛典在北京梅兰芳大剧院隆重举行。黄晓明、朴海镇、张亮、周笔畅等国内外众多明星悉数到场,助力东风日产传递“宽容”正能量。活动现场,天籁品牌代言人、本届“明星公民”形象大使黄晓明荣获“年度明星公民”,并由东风日产党委书记周先鹏为其颁奖。在随后的公益项目启动仪式环节,周先鹏宣布“天籁明星日”公益活动正式启动,并希望能够与众多明星一起,为传递正能量奉献最大的力量。

携手“明星公民”,释放“宽容”正能量
随着社会经济的发展,现代人

在生活水平大幅提升的同时,也面临着工作、生活等方面的巨大压力。在此背景下,人与人之间摩擦不断增多,社会戾气日益加深。

2013年广州车展上,东风日产不仅宣布“宽·容世界”为天籁品牌的品牌主张,更邀请陈可辛、黄晓明联合拍摄天籁品牌的《宽·容世界》微电影,希望通过片中“相逢一笑泯恩仇”的故事,为消费者带来更加宽广的阅历和更加包容的心境,享受“大不同”的人生。

值得一提的是,东风日产携手《南都娱乐》开展第四届“明星公民”活动,以“宽·容世界”作为年度关注,希望通过众多明星在社会上的巨大影响力与号召力,呼吁更多的人关注宽容,更大范围、更深

入地将“宽容”传递出去。

对此,本届“明星公民”形象大使黄晓明表示,作为一个公众人物,他更加懂得“宽容”的意义以及其所蕴含的能量,希望能够通过贡献自己的一份力量,影响更多的人,唤醒大家心中的那份宽容,一起构建具有美好和谐风气的社会。

上市一年,“两强同堂”战略成效初显

作为东风日产的旗舰车型,新世代天籁自2013年3月18日上市以来,备受市场及消费者肯定,销量表现突出。自上市至今,凭借出众的产品实力和业内首创的服务模式,天籁品牌稳居中高端车市场“万辆俱乐部”之列;同时,天籁品牌的终端交车量更与提车量

持平,“零库存”的成绩充分说明消费者对天籁品牌的肯定。

值得一提的是,在竞争激烈的中高端车市,天籁品牌2.5L车型销量占总销量的40%以上。与主流中高端车型相比,天籁品牌的销量“含金量”更高,充分捍卫了中高端车价值。

有业内专家表示,天籁品牌的产品实力以及其所提供的差异化选择,对消费者来说,非常有吸引力。特别是新世代天籁主打动感时尚,新世代天籁·公爵主打豪华尊贵,这给消费者提供了两种截然不同的价值选择。

如其所言,东风日产针对天籁品牌的两款车型采取了“一个品牌,两强同堂”的战略定位:新世代

天籁更偏运动,其“梯悬挂+ATC”组合,即梯形控制臂独立后悬挂和ATC主动循迹控制系统,带来“豹式驾控”体验,适合追求驾驶体验的消费者;而新世代天籁·公爵的超长轴距则造就其宽大的内部空间,整车配置更偏豪华、尊贵,开启了中高端车市的“L”时代。

除了强劲的产品实力之外,天籁品牌更提供了“天籁行动”和“公爵礼遇”两大创新服务,在满足消费者对产品需求的同时更保证了他们的用车生活,真正为消费者创造了利益。正是凭借出众的产品力和同级首创的创新服务,仅仅一年的时间,天籁品牌迅速在消费者之间树立起“天籁价值”的良好口碑。

剑指110万辆:东风日产的“心”与“力”

“2014年,东风日产将挑战年销量110万辆的目标。”在2月25日东风日产新势代奇骏的亮相发布会上,东风日产副总经理任勇如此诠释去年年底放出的狠话:“百万已成过去时,好玩的时候才刚开始”。继北京现代宣布年销量目标为108万辆后,2014年中国车市“第四”之争的另一只靴子,终于落下。

110万:意料之外与情理之中
“还以为会是100万,没想到居然比我们估计的要多了10万,同比增幅达18.8%,东风日产真大胆。”发布会后,有资深的行业专家如此感慨。人们已经习惯了这种“东风日产式意外”。事实上,110万的目标也许是意料之外的结果,但却有情理之中的逻辑。

在2012年遭遇影响后,东风日产一直憋着一口气:一是与百万目

标失之交臂,二是行业第四的宝座被北京现代占据。对于一个“永远挑战最高目标”、“化不可能为可能”的企业,这样的现状显然是难以容忍。

2013年,随着市场形势的好转,以及自身体系力的强化,东风日产再度找回了属于自己的节奏。自9月开始,东风日产单月销量已经重归行业前四,并维持在每月销量9万辆以上,超额完成90万辆的年度目标。

更可贵的是,这个成绩并非靠“压库”,向经销商转嫁销售压力得来的。2013年,通过一场名为“牵引式营销”的变革,极大调和了东风日产主机厂、经销商和消费者之间的关系:主机厂以销定产,根据市场的真实订单生产车型,极大减少了经销商的库存;经销商没有了因高库存带来的资金压力,可以更加从容地根据市场需求来制订营销

战术,改善销售和服务质量,提升了消费者的满意度。

一年下来,“牵引式营销”变革为东风日产的营销队伍带来了十足的信心和真实的利润,让他们在2014年更有盼头、更有干劲。

“就像足球联赛一样,一个球队不可能永远处于巅峰期,必然有其内部调整、磨合的阶段。去年第四季度东风日产的月销量都是超过9万辆,市场占有率大概7%,如果一直保持这个水平,我们的年销量将会超过110万辆。”任勇表示,由于大连工厂需要今年底至明年初才能投产,郑州新建的工厂现在也在建设过程中,所以110万辆的目标是综合考虑到了供应链、产能等因素的。

手上还抓着一把牌
底气不仅源于信心,还有实力。

进入2014年,尽管从行业主流的提车数据看,东风日产的1月销量只有7.5万辆,但从内部的终端销售数据来看,东风日产在1月交车达9.3万辆,着实让人“万万没有想到”。

长跑比得是耐力、看得是后劲,而且东风日产手上还抓着一把好牌。2月14日,东风日产阳光的中期改款车型正式与消费者见面,成为马年开年以来首个上市的重磅车型。在原有的实用基础上,新阳光不仅通过搭载燃油双喷技术和最新一代的CVT变速器,把百公里油耗降低至5.6L,还对产品的内饰品质及安全性能做了进一步的改进,7.98万元的起步价以及随车附赠的“手机智能互联系统”,使其更具市场竞争力。

而2月25日亮相、即将在3月底上市的新势代奇骏,则更是东风

日产寄予厚望的重磅战略车型。一直以来,东风日产在SUV市场上始终缺少一款20万元级别的热销车型,上代奇骏则受限于小众的硬朗外观,难以在城市SUV大行其道的时代一展拳脚。现在,造型时尚、性能卓越的新势代奇骏隆重登场,立刻引起了消费者的关注。新势代奇骏很有可能在20万元SUV市场迅速加冕为王,为东风日产建立起冲击110万辆销量目标的新支柱。

同时,在2013年大有所成的启辰品牌在今年也会有新车推出,且价格区间极具竞争力。此外,其一直在大力推广试运行的纯电动车——启辰晨风也会正式量产并走向市场。

种种迹象表明,具备“心”与“力”的东风日产,对于110万辆的目标,绝对不只是说说而已。

首秀夺冠 瑞风S5车队称雄漠河冰雪赛



3月10日,第十一届中国漠河国际冰雪汽车越野赛结束。经过三天激烈的角逐,首次参赛的江淮瑞风S5以总积分37的成绩赢得T2.1组厂商队杯冠军。

此次瑞风S5以未经改装的量产车型身份取得冠军可谓是意义重大,仅仅凭借在中汽联比赛安全规则下加装的防滚架和安全设备,保持原产量产车型的配置在400多公里复杂的冰面赛道有如此优异的表现,并且最终顺利夺冠,展现了冠军车辆应有的风采。

越野比赛中出现意料之外的状况时

常有之,这也正是越野竞技的魅力所在。比赛结束后,瑞风S5车队队长黄威誌表示:“赢得比赛并不轻松”。对于厂商队杯冠军的成绩,黄威誌认为主要因为瑞风S5的底子很好,2.0T的发动机在高转速下仍能长时间提供强劲动力,比赛时经常达到170公里以上的时速;而且底盘的调校也很有水准,在弯道中仍然有着优秀的操控性能。“因为改装赛车的时间太短,赛前我其实有点担心的。但真正投入比赛之后,却让我很惊喜。我接触过很多进口车改装的赛车,从这一场比赛的表现来看,瑞风S5无疑拥有非常好的性能与本质。”

瑞风S5车队首秀即称雄漠河赛场,展示了其所代表的优秀自主SUV的雄厚实力。据瑞风S5车队负责人介绍,瑞风S5将此次冠军奖杯当做起跑线,将来会一直坚持出现在更多赛事中,用优异的比赛成绩证明实力。(舒丹)

广汽丰田逸致：浪漫见证“咱们结婚吧”

3月16日,广汽丰田逸致与世纪佳缘网联手打造的“‘逸’见倾心 ‘致’趣相投”集体婚礼。来自网络征集的6对新人,身着汉唐风格的别致礼服,乘着逸致这辆“花轿”,上演了一场独特的“穿越式”浪漫婚礼,这种别出心裁的设计在现场吸引了很多年轻人前来观礼和祝福。据了解,本次集体婚礼,是广汽丰田2014年推出的“幸福回馈季”系列活动之一,分别在武汉、郑州进行。作为一款家庭多功能轿车,逸致外观时尚大气,具有宽敞、灵活的超大空间,以及“双VVT-i+CVT”铂金动力组合带来的充沛动力和低油耗等核心优势。在热播的婚恋大剧《咱们结婚吧》当中,逸致作为杨桃的爱车,不仅在婚前充当了“红娘”的角色,更在她与果然爱情修得正果后,化身为他们出行、休旅最温馨可靠的伙伴。相信随着今年婚嫁吉日逐个来临,逸致将成为更多年轻家庭的首选用车,见证更多的幸福生活。(晓岩)

90后买车：感觉对了就出手

对于崇尚自由的90后来说,买房意味着房奴生活的开始,而买车则意味着将迎来更自由的生活。有了一辆新车,生活将从大不同。小伍是一名90后,是在恒星光音乐节广州站的现场“邂逅”致炫。过年前,小伍打算租车回家,在神州租车网页上看到1500辆致炫开租的消息,就毫不犹豫的租下来了。经过与致炫五天亲密接触后,小伍认定,这就是他人生的第一辆车。小伍的致炫,总价才6.98万元,开出去回头率高,够面子。都说丰田品质高大上,可致炫分期付款首付才1.4万元,觉得自己赚了。其实,现在90后买车,除了看感觉,他们还关注质价比!可见,90后消费非常理性。最直接的一点就是,购买致炫可以跟凯美瑞一样,享受3年或10万公里保修政策,这就是超高质价比所附加的价值。小伍说,买了致炫之后,生活开启了一种全新的模式,世界变小了,眼界变阔了,朋友圈也越来越精彩。(沐风)

东风风神

东风乘用车

生活帮
知名主持人
阿速

3月23日
我们不见不散!

首付9999

风神马上有

“速”来聚惠一帮到底

5.98万

6.58万

8.68万

购车更有
十万迎春红包
大派送!

济南金天易匡山店 0531-68817881 地址: 济南市槐荫区齐济路267号(匡山汽车大世界北门对面)

济南金天易济阳店 0531-81177733 地址: 济阳县富阳街9号

济南金天易工北店 0531-68816811 地址: 济南市历城区工业北路102-13号(幸福柳广场对面)

章丘国仓店 0531-81297977 地址: 济南章丘明水眼科医院东300米路南