

新生代骊威销量口碑双丰收

新生代骊威自今年4月份上市以来,销量持续走高,在“金九”期间更是创造了销量过万的喜人成绩,为东风日产实现90万台的年销量计划作出了重要贡献。小型车自中国汽车行业发展之初就有着出色的表现,而今随着市场格局的转变、新生代消费者的崛起,小型车开始朝着精技术、重品质的时尚精品方向进化。作为精品小车的代表,新生代骊威更是凭借与时俱进的外观造型、顺应时代的环保理念和经济省心的实用价值等多重优势,赢得了市场的认可和消费者的一致好评。

时尚“由”我 引领小型车潮流风向标

降价不再是唯一手段

“天籁价值”成中高级车市独角戏

广州车展虽已落下帷幕,但影响依然在持续。

近日,笔者走访本地多个品牌专营店发现,从广州车展开幕至今,到店询问新车相关信息的消费者比平日增加了不少,专营店热闹程度对比“金九银十”也不遑多让。

随着入门级豪华车价格的下探,高端中高级车与入门级豪华车已经出现价格区间上的重叠。在此情况下,消费者要求中高级车产品配置、服务看齐豪华品牌,并为他们提供可媲美豪华品牌的价值享受也在情理之中。

面对消费者提出的这种需求,有分析人士称车企很有可能将改变过往“价格战”的打法,转而向“价值战”演变,去通过产品、服务、价格、渠道等综合体系的价值寻求

新生代骊威采用了以“V-Sharp”为设计理念的凌厉造型,处于前脸核心位置的“V”形高品质镀铬前格栅,与“NISSAN”logo完美融合,并向两侧延伸出苍劲流畅的腰线,再配合灵俊夺目的大灯,营造出层次丰富的视觉效果,让原本比较质朴的车身更具时尚感。值得一提的是,新生代骊威·劲锐版还运用了SUV风格,配上置顶行李架与运动组件包围及动感轮辋,时尚运动气息呼之欲出。再加上时尚靓丽的酷炫金车色,劲锐野性原始的越野气息扑面而来,极致的诱惑力让年轻一族无法抵挡。有了时尚动感的外观造型,的确能第一时间吸引消费者,但这并非新生代骊威市场

走俏的唯一原因,毕竟“中看”还要“中用”,消费者才愿意买单。

体验为王 打造同级最强驾乘体验

动力上,新生代骊威搭载了全新的HR16DE发动机技术,涵盖了日产最新研发的全球顶尖技术,如双C-VTC连续可变气门正时智能控制系统、DIS双喷射系统以及赛车级润滑技术。新生代骊威因此获得了最佳的动力输出和扭矩表现,最大功率可达91Kw,远远超越同级产品。而实际行驶过程中,源源不断的充沛动力和平顺流畅的线性输出,自然能为消费者带来呼之欲出的操控快感。

在舒适性上,新生代骊威也

有着巨大优势。新生代骊威结合人体工学,打造超越同级的宽敞空间,新生代骊威标准版车型的长度分别为4249mm×1699mm×1577mm,再加上人性化的座椅设计,让用户获得了宽敞舒适的驾乘感受。

省钱省心 为消费者分忧减压

新生代骊威搭载全新智能XTRONIC CVT无级变速器,结合同级独有的DIS双喷射系统及制动能量回收系统,输出平顺动力的同时,带来同级最低6.1L/百公里油耗。日产优化改良的全新智能XTRONIC CVT无级变速器,应用全球先进变速技术,实

现全球最高7.3:1的变速比与1000多种变速模式;并配备ASC逻辑控制系统,实现高度智能化,节油效率比传统的AT变速器提高了15%,带来绝佳燃油经济性的同时获得平顺自如,乐趣无穷的驾驶感受。

同时,新生代骊威在同级车中首次使用DIS双喷射系统,不仅提高燃油效率,降低用车成本,而且还减少了发动机积碳,延长发动机使用寿命。值得一提的是,新生代骊威在同级别车型中率先搭载能量回收系统,在有效降低污染的同时,提高能源利用的效率。在这些先进技术的综合应用下,新生代骊威百公里综合工况仅为6.1L。(天骐)

突破。

目前来看,已经有车企洞察到这种趋势,并率先给出了最实际的行动。

早在今年年初,东风日产就在新生代天籁上市时打响了“第一枪”,他们除了为消费者带来“彪悍”的产品与价格,还推出了同级首创的“天籁行动”服务。正是凭借产品、价格、服务的组合攻势,新世代天籁在中高级车市场的表现不断走强,还赢得了“天籁价值”的口碑。

而刚刚过去的广州车展上,东风日产又打响了自己的“第二枪”:新世代天籁·公爵上市,价格仅为25.18万—29.98万元,“公爵礼遇”服务同步推出。

连续两次推出创新性的服务

模式,再加上出众的产品和价格,看来东风日产誓要将“价值战”进行到底。

新世代天籁已上市多时,从市场反馈来看,其“天籁价值”已逐渐被消费者所认可,销量表现也已步入正轨。而作为东风日产天籁品牌的高端车型,新世代天籁·公爵的价值,是否又能够让广大消费者满意?

作为目前中高级车市唯一的长轴距车型,新世代天籁·公爵2900mm的轴距,远超同级对手,甚至比宝马3系的普通轴距版都长。而且,BOSE的13扬声器、3屏独立显示高级视听娱乐系统、航空头等舱式乘坐系统等,也是同级别最先进的,更是同等价格区间的豪华车如宝马3系、奔驰C系列无法提供的。

如果将产品层面的领先优势进行换算,这些可以为消费者带来超过3万元的额外价值。

而新世代天籁·公爵的创新服务模式“公爵礼遇”,可謂是“天籁行动”的加强进化版。“公爵礼遇”服务主要包括“尊贵服务”和“智能装备升级”两大服务政策。其中,“尊贵服务”包括了“4年/10万公里0费用保养维修服务”和免费享受首年“60天出险代步服务”。

特别值得一提的是“4年/10万公里0费用保养维修服务”,“保修”无需多言,“0费用保养”才是重点,这一服务甚至可以与豪华品牌中公认服务最出众的雷克萨斯媲美。再加上免费享受“智能装备升级”,新世代天籁·公爵在服务层面又可以为消费者带来超过2.5万元



的价值。“公爵礼遇”看似简单,但厂商背后的付出之巨大,足以看出东风日产的决心。

大家都知道,中国人最喜欢热闹,虽然现在在用价值搭起的戏台上,中高级车市场只有东风日产的天籁品牌在唱“独角戏”,但或许在不久的将来,当其他厂商看到东风日产尝到甜头后,这个戏台会变得更好看。(晓月)

合资SUV“探花”之争

逍客或上演终场“绝杀”

10月,同比增长超过70%的中国SUV市场,令人侧目。东风日产旗下的逍客凭借13982辆的火爆表现,重返TOP3阵营,不止于此,销售曲线上扬的逍客还有望在2013年底继续冲高,实现对“探花”之争的终场绝杀。

SUV车市10月数据出炉

逍客重返TOP3阵营

近日,车市“银十”的销量数据相继披露。与往年不同的是,9月的高销量并没有透支消费者的购买力。其中,一向表现火爆的SUV市场“人缘”依旧,呈现出迅猛的增长态势。据中汽协数据显示,SUV市场在9月同比劲增65.3%的基础上,10月同比增长攀升至73.1%,为红火的“金九银十”锦上添花。最大的变数来自于“探花”位置的易主,这要归功于逍客的强势表现。进入“金九银十”以来,逍客始终保持着较高涨幅。在9月热销12668辆的基础上,逍客10月环比大幅上涨10.37%,以13982辆的好成绩创下年内新高。在时隔一年之后,逍客再次摘取“探花”之位,颇为意气风发。一场对合资SUV车型“探花”位置的争夺战,正在众多车型之间展开,老将新兵均实力斐然,这让“探花”之位的最终归属显得扑朔迷离。

2013年“探花”之争

逍客加速或终场绝杀

与冠军的稳若磐石不同,“探花”位置一直存在变数,成为SUV市场最具悬念的一大看点。在“探花”位置上,RAV4、逍客、IX35曾相继称雄。其中,中期改款后的新逍客自2011年上市以来,一路走俏热销,并在2011年6月跨入“万辆俱乐部”行列,荣膺城市SUV市场月度销量冠军,一度将合资SUV市场长久以来双雄对决的局面变成了三强争霸格局。随后,逍客在2011—2012年间连续盘踞三甲,是当时最无悬念的“探花”人选。进入2013年下半年,逍客的销量快速攀升,8月历史销量破40万,“金九银十”更再接再厉,两个月揽下26650辆的上佳战绩,一举夺下“探花”锦标,实现逆袭。逍客胜在势头强劲,销售曲线持续上扬,很有可能在年底继续领跑,在“探



花”之争中上演激动人心的终场绝杀。

逍客的“底牌”

“殿试”题名有备而来

作为日产欧洲设计中心推出的首款车型,逍客将轿车、SUV、跑车、旅行车及掀背车设计理念巧妙融合,开启了席卷全球的Crossover风潮,并以“跨界”的概念抢滩中国市场,成为国内首款跨界车。不仅外观时尚优雅,内装精致豪华,逍客还为驾乘者带来SUV般的操控享受,轿车般的舒适乘坐,在审美及功能层面全面满足了目标人群的需求,备受认可。

除了独到的理念定位,远超同级的智能化配置是逍客另一大“底牌”。同级车中首次配备的AVM全景式监控影像系统、CARWINGS智行+智能全方位行车服务系统,以及通览全景天窗、无钥匙启动/进入、倒车视频影像、定速巡航、多功能方向盘等等,一系列先进的智能配置刷新了20万级别城市SUV的价值标准,成为该市场最具性价比的标杆车型,为“殿试”成功再添砝码。

不仅人性化的智能科技配置让人印象深刻,卓越的驾乘感受也为逍客斩获更多支持。逍客搭载了MR20DE全球战略引擎,匹配雷诺-日产联盟研发的新一代XTRONIC CVT智能无级变速器,并突破性地采用6速手动模式,加之Eco Drive节能驾驶助手的辅助,再配合全模式四驱系统和四轮全独立高性能底盘,逍客轻松实现了驾驶乐趣、舒适体验和燃油经济性的完美平衡,让一众“考官”无可挑剔。(蓝心)

双月4.8万台销量

新轩逸加冕“双冠王”

时势造英雄,英雄造时势。“金九银十”期间,东风日产新轩逸以双月近4.8万台的销量业绩,蝉联中级车市冠军。在传统销售旺季,新轩逸以“爆发式”的优异表现引领中级车市的前进方向。同时,新轩逸的强势崛起也宣告了中级车市正式进入“轩逸时代”。

豪取双冠

新轩逸从量变引发质变

数据显示,新轩逸取得9月近2.3万台、10月近2.5万台的销量业绩,连续在中级车市摘得桂冠,远超劲敌新速腾,成为中级车市名副其实的王牌车型。同时,新轩逸在交车上的表现也十分出色,双月交车数量近5万台,完美践行东风日产所倡导的“零库存”理念,新轩逸“夺金”可谓“含金量”十足。

更重要的是,放眼整体乘用车市场,新轩逸依然堪称常胜将军。从榜单中不难发现,国内乘用车市TOP10是月均两万台车型的天下。新轩逸不仅以稳健的销量成绩成功跻身TOP10,更成为该行列中唯一一款日系车,堪称“日系第一车”。可以说,新轩逸将日系车的优势发挥到了极致。“高舒适性”、“高燃油经济性”和“高品质”是日系车征战市场的“三高”卖点,也是新轩逸的核心竞争力所在。

史上最

新轩逸引领时代之变

为了满足消费者对精彩汽车生活的需求,新轩逸定位于“越级款待的旗舰家轿”,从整车设计到细节处理,无一不考虑对“舒适”的极致展现,这也是新轩逸对中级车的全新主张。注重感受和体验,让消费者从汽车使用者变成享受者,新轩逸引领着中级车研发、生产和使用的全方位理念革新。

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”。同时,借鉴全新天籁的成功经验和研发模式,在技术测试等层面也投入大量的资源,此种重视程度和投入规模在中级车领域少之又少。

越级实力

“高富帅”问鼎中级车市

新轩逸是突破传统中级车价值界限的巅峰之作。它是以十大产品亮点打造出的具有“高、富、帅”越级产品力的“史上最强大中级车”。

“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。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。

“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。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”(Upward Force)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设计,兼具尊贵与时尚。

可以说,新轩逸是突破传统中级车价值界限的巅峰之作。有专家分析:“新轩逸满足了‘后轿车时代’人们对中级车的最高要求。在‘舒适’成为中级车发展主线的时代,新轩逸对‘舒适’理念的坚持及其实现‘舒适’的巅峰实力,无疑使之承担起时代变革者和引领者的角色。”

(沐枫)