

引领价值升级 体验越级款待

新轩逸定义中级家轿法则

中级家用轿车市场向来是销量最大的细分市场,也是各大厂商重兵屯集、志在必得之地——今年上半年销量前10的乘用车中,过半的车型都来自该细分市场。面对如此情况,如何选购一辆各方面都让人满意的家用轿车,消费者不免会有一些“幸福的烦恼”。

在云集了近百款车型的中级家轿市场里,东风日产新轩逸无疑是一个优先选择。多年来,轩逸凭借着全面均衡的产品力和“越级款待”的价值体验,定义了中级家轿法则,成为不少品牌争先效仿的榜样。赏车请到泰安嘉信店。

产品法则:全面均衡,产品力“一个都不能少”

新明锐、新卡罗拉、雷凌……近期中级家轿市场新车频出,有的诉求动力操控、有的偏重空间舒适、有的则靠配置性价比制胜,再加上已有的热门车型,让准备买车的消费者陷入了“选择恐惧症”。

作为首款明确定位于家轿的车型,轩逸以“全面均衡”的产品实力为产品策略——空间、动力、外型、安全“一个都不能少”,最大程度满足家庭用户的全部需求,这也从产品上定义了中级家轿的法则。

以空间为例,06年轩逸上市,轴距“一步到位”达到2700mm,并因此迅速成为当时广受消费者喜爱的高档家轿代表车型。看到了轩逸的成功,新一代的Elantra朗动、卡罗拉、雷凌纷纷将轴距提升到了2700mm。新轩逸则在轴距的基础上,对车内空间进一步优化。680mm后排腿部空间,1760mm超宽车身宽度,营造出宽适的内部环境;Multi-Layer

仿生学座椅,以及第三代Modern Living内饰设计,让舒适性和车内质感再次升级。由此可见,尽管对手在数据上已经迎头赶上,但是在空间利用率、实际乘坐品质上,它们与新轩逸仍有着不小的差距。

在动力系统方面,新轩逸采用了双C-VTC连续可变气门正时智能控制系统+DIS双燃油喷射系统+XTRONIC CVT无级变速器的动力组合,提速迅捷平稳,舒适性和燃油经济性领先AT和MT变速器,1.6L车型综合工况油耗仅为6.2L/100km,为广大家庭用户节约了不少油费开支。

受此影响,近年来新上市的家轿纷纷改用更先进的CVT无级变速器。尽管对手也采用了CVT技术,但是它们与日产CVT在技术先进性和成熟度上仍有差距。早在1987年日产就推出了第一代CVT变速器,27年来日产的CVT技术不断革新,如今已经成为全球公认的CVT技术领导者。新轩逸搭载的正是经过不断改良的日产第七代XTRONIC CVT无级变速器。

不仅如此,在外观设计上,新轩逸采用“越级力量”(Upward Force)的设计理念,整车比例协调,线条圆润流畅。尤其是前脸大面积的镀铬格栅和车尾红白两色搭配的尾灯,很好地营造出时尚、尊贵的视觉感受。同时,安全性方面新轩逸也做到了最为细致周密的全方位考虑,它采用业界领先的980Mpa核潜艇级超钢,并配合多通道式Zone Body区域车身结构,为出行保驾护航。

综合而言,纵观中级家轿市场,新轩逸在产品力上不仅做到了“先人一步”,还坚持革新,延



续了自身优势,而更加均衡的产品力也定义了中级家轿的产品法则,成为家轿消费者的首选。

价值法则:价值进化,让“越级”深入人心

8年累计销售100万辆,数字印证了轩逸的成功,而成功的背后,一方面源自其全面均衡的产品力,没有短板和弱点让虎视眈眈的对手们无懈可击。另一方面,新轩逸在产品上的全面越级,最终是为消费者带来更多的“越级款待”。它也凭借着“越级款待”的情感诉求和不断的价值进化,定义了中级家轿的价值法则,赢得了百万忠实拥趸。

众所周知,在中级家轿市场

里,“舒适”不仅是新轩逸的标签,也是它一直倡导的用车理念。该理念的提出,是基于对中国消费市场的深入调研与分析。在研发初期东风日产发现,中国消费者的家庭构成决定了其对“舒适”的迫切需求。在购车时,他们不仅考虑自己的感受,同时也非常重视孩子、老人的感受,这使得他们对于舒适性有着较高的要求。

轩逸从8年前2700mm的超大轴距到2009年“大气之极”、“宽适之极”、“顺畅之极”和“节能之极”的家轿四极,从旗帜鲜明地打出“家用”定位到2012年推出“越级款待”的新轩逸。每一次升

级换代,轩逸都为家庭用户量身打造,真正满足了家轿消费者“款待自己,款待家人”的情感诉求。

同时,据东风日产的研发工程师介绍,为打造这款突破传统中级车价值界限的全新车型,日产汽车以中高级车市领军车型——新世代天籁为参考,借鉴了其成功经验 and 研发模式,在研发和生产等阶段投入了大量“天籁级别”的资源和技术,此种重视程度和投入规模在中级家轿领域少之又少。

包括UHSS超高刚性车身、Anti-Shock高稳定悬挂、三维超静音工程技术、豪华晶钻LED灯在内,新轩逸的多项配置和技术均采用中高级车甚至高级车的研发标准。而且其在油耗上实现的最低6.2L/百公里,以及直逼紧凑型车的定价,也可谓向下“越级”,在中级家轿市场中起到了价值引领的作用。

在新轩逸的影响下,消费者习惯从关注车辆的功能性一步步升级为注重价值和品质。在这个过程中,新轩逸价值标杆的形象也日益印刻在消费者的心中,成就了“一直被模仿,从未被超越”的行业传奇。

全面均衡的产品力让新轩逸“无可挑剔”,而不断进化的价值标准总能让他“屹立潮头”。它从产品和价值两个方面定义了中级家轿法则,成为众人学习的榜样。虽然很多后来者都在学习新轩逸,但是真正得其精髓者寥寥,即便是新品辈出的今天,新轩逸仍是家轿首选。要相信群众的眼睛的是雪亮的,半年销售14.52万辆、历史销量破百万就是最好的明证。



级别	5+级	5级	4级	3级	2级	1级
得分	≥60	≥52且<60	≥44且<52	≥36且<44	≥28且<36	<28分



五星上将 傲立同级

海马S5 C-NCAP碰撞 55.5分



海马M3 C-NCAP碰撞 55.8分



金秋总动员惠享7000元 昌河铃木掀钜惠风暴



9-10月份,迎来收获季节的昌河铃木再掀钜惠风暴,惊喜连连的“金秋钜惠总动员,惠享7000元”系列促销活动持续上演。据了解,9-10月份,昌河铃木全系车型继续保持惊人的让利幅度:北斗星最低2.99万元,北斗星创业板ES钜惠4000元,仅售3.28万元,其它北斗星最高送4000元油费!利亚纳A6最高钜惠7000元,最低价4.99万元,利亚纳自动挡最高钜惠7000元。

除了车辆本身大幅让利之外,昌河铃木还想客户之所想,其旗下的指定车型还可参加“低首付、0利率、0担保”活动,实惠的金融政策助力普通消费者早日圆梦有车生活。

与以往促销活动不同,9-10月份,昌河铃木推出了充满诚意、别处心裁的“5节相惠”集客促销活动,五节是指9-10月份的中秋节、教师节、国庆节、重阳节、感恩节5大重要节日,昌河铃木针对这5大节日分别推出了“中秋购车,礼遇升级”、“教师节浓情回馈”、“双节(国庆+重阳)相惠礼上礼”、“感恩节购车赢感恩大礼”等促销活动,让进店购车的客户全程被节日的温馨气氛所包围。

本次活动昌河铃木旗下北斗星系列、利亚纳系列、派喜纷纷钜惠消夏,超强产品实力结合大幅优惠力度,为广大消费者带来一场超值钜惠总动员,满足了用户对跨界小车、家庭用车和个性时尚的不同用

车需求。在性格迥异的产品定位里,每个车型又都带有昌河铃木共同的品质基因,大空间、低油耗、高安全等优秀标签折射出铃木微车之王的制造实力。

在昌河铃木参与促销让利的全系产品中,利亚纳A6无疑使最为闪耀的明星车型。主打家用的利亚纳A6,是一款宜商宜家的全能型小轿车。除了舒适的空间和经济的油耗之外,越级而立的配置绝对是一大亮点,很多中高级车才有的配置利亚纳A6都有装配,为消费者带来越级的驾驶乐趣。而对于追求炫酷时尚的年轻消费者,基于竞速运动底盘技术开发的派喜则是满足个性需求的不二之选。家喻户晓的北斗星X5作为国民经典车型的跨界款,大空间和节油性已经深入人心。长宽高为3664mm*1610mm*1722mm,这样的数据已经可以和主流城市SUV媲美,而且其节油品质也是有目共睹,沙漠节油挑战赛和北国万里行就是最有力的证明。北斗星X5集“轿车、SUV、MPV、CDV、商用车”的优点于一身,完美呈现了“宜家、亦商、逸生活”的魅力品质,满足中国用户在家庭、工作、生活中的多重需求,将为中国用户带来不同以往的用车感受;北斗星X5将秉承不断超越、开拓进取的精神,用卓越的品质继续证明自己的实力,成为大家工作的得力助手,家庭中不可或缺的一员。



扫一扫更优惠,海马汽车泰安昌达店公众平台(凭关注到店送精美礼品)

海马汽车泰安昌达销售服务店
地址:泰安市泰山国际汽车城(泰东路)北侧
销售热线:0538-8572888