

四“舒”五“经”成风潮 新一代轩逸诠释家轿新标准

2012年被称为“中级车元年”，中级车市欣欣向荣，明星车型不断涌现。就在这股中级车浪潮稍稍退去后，以“舒心”为核心，以五大利益点为准则的中级车四“舒”五“经”浮出水面。

作为今年中级车市最耀眼的明星，东风日产新一代轩逸无疑成为这股风潮的创领者。上市近半年来，新一代轩逸实现了销量、口碑和奖项的多重丰收。今天，就让我们来细细品读新一代轩逸的四“舒”五“经”吧。

四份“舒心” 打造高品质汽车生活

新一代轩逸是一款为家庭用车消费者精心打造的“越级款待的旗舰家轿”。它从开发理念到产品设计及每个零部件，都充分考虑到家庭用车需求，力求为消费者打造舒心、舒享的高品质汽车生活。

1个舒心空间——新一代轩逸是同级中空间最大的，它拥有1760mm超宽车身，2700mm超长轴距和行政级680mm后排超宽膝部空间。同时，它延续了日产车一贯的优秀空间设计，在2700mm的轴距中营造出超越同轴距车型的空间感。司机位头部空间有一拳多，前座左右距也较大，转弯过程中就算身体倾侧也不会撞到门板以及排挡位，设计比较人性化。另外，新一代轩逸还拥有510L超大后备厢空间，能够全面满足家庭消费者购物、出游需求。

新一代轩逸与新速腾、卡罗拉空间参数对比

空间对比	新一代轩逸	新速腾	卡罗拉
轴距(mm)	2700	2651	2700
后排膝部空间(mm)	680	595	565
后备厢空间(L)	510	510	450

2大舒心设计——新一代轩逸以“越级力量”为外观设计理念，打造出开创格局，引领潮流的外观造型兼具尊贵与时尚。上下梯形格栅两侧线条沿发动机盖向上伸展，勾勒出展翼之势，笔直犀利的腰线在前翼子板处划出流畅动态弧线，先抑后扬，一直贯穿至尾灯处，演绎出动感与豪迈。尾部给人最直接的感觉就是颇具层次感，再配合红白相

间的尾灯结构及宽大的镀铬装饰条，使得它的整体运动感有了明显提高。另外，它还是国内唯一在中级车上采用前后豪华晶钻LED灯的车型。

代表日产高级车内饰设计方向的第三代Modern Living设计理念，带来媲美中高级车的内饰感受和舒展自在的整体室内空间。如冷光字体配合镀铬装饰的仪表盘、以木纹边框和银灰材质营造的“层次感”中控台、媲美天籁的纳米技术内饰材质等，都带来耳目一新的感官体验。上深下浅的内饰整体颜色处理及车门板处所采用的木饰板设计，延续了轩逸传统的居家风格。

3位舒心驾控——全新1.8升发动机(MR48DE)，采用全铝缸体和纳米级低摩擦技术及双C-VTC连续可变气门正时智能控制系统，使得最大功率达到137马力(102kW)/6000rpm，峰值扭矩为174N·m/3600rpm，在适合城市道路行驶的基础上，提供了卓越的动力输出。

与全新发动机相匹配的CVT无级变速器是日产的一个“王牌技术”。全新智能XTRONIC CVT无级变速器不仅重量更轻，而且体积也更小巧。在动力传输方面，加入了一套新的行星齿轮组设计，这套齿轮组可以实现两个档位的切换，再配合之前的CVT变速机构，新的CVT变速比范围进一步增大，实现全球最高的变速比7.3:1，节油效率比传统的AT变速器提高15%，燃油经济性和驾驶感受获得兼顾。

新一代轩逸搭载的Anti-shock高稳定悬挂，采用全新改良的高性能抗震部件和超高刚性稳定连杆。带非等距弹簧的全新脉冲式减震器大幅降低震动，令行车更为平顺。超高刚性稳定连杆还进一步提升了转向时的车身抗侧倾性，提高了弯道行车的稳定性。

4维舒心配置——Multi-Layer仿生学座椅兼备美学性与功能性，采用与天籁一致的三重舒适结构，大幅提升了贴身性与包裹感，塑造出高级沙发般的乘坐舒适感。

另外，新一代轩逸的后排座椅增加了中

央头枕，安全带也从之前的两点式改为三点式，实现舒适和安全的双重保障。

日产高级车尊享的三维超静音工程技术能够为客户提供媲美中高级车的专属私密空间，不论是发动机噪音还是路面噪音都能被过滤得非常彻底。关闭车门，即刻体验图书馆级的静音感受。

全新双区独立控制自动空调，增加了后排出风口，让车中每位乘客都能享受到清凉，温度均衡持续，乘坐舒适惬意。

一键式启动、I-KEY智能遥控钥匙和自动天窗等，在提供便捷乘车的同时，也带来了绝佳的乘坐舒适性。I-KEY智能遥控钥匙提供了极大的便利性，只需轻触门把手即可上锁、解锁，轻松实用。一键式启动系统，轻轻按下一键启动按钮，车辆立即启动。

五个“经本” 畅享“省钱省心”移动体验

不当家不知柴米贵。对于家庭消费者而言，一款车在提升生活品质后，如果能为消费者节省开支，让他们用车省心、放心，就再好不过了。新一代轩逸身处地为消费者着想，倾力打造五个用车“经”，为家庭消费者提供了省钱又省心的用车体验。

安全经——绝对领先的980Mpa核潜艇级超钢钢，打造出UHSS超高刚性车身，并配合多通道式Zone Body区域车身结构和“ABS+EBD+BA”三位一体智能刹车辅助系统，提供放心周密的安全保障，让驾乘更加安心。

健康经——Multi-Layer仿生学座椅反弹力低，吸震性能大幅提升，衬垫硬度与形状完全贴合人体，为客户带来健康、舒适的乘坐感受。

三维超静音工程技术将各种噪音都过滤得非常彻底，为客户提供安静的乘坐空间，有效地隔绝了噪音污染。

操控经——新一代轩逸的直线加速平稳畅顺，提档加速过程中没有任何错顿感，档位变换之间动力随传随到。新一代轩逸具有灵活的操控性，指向相当清晰，过弯反应也很灵敏。

在过波浪地带的时候，由于避震设计较

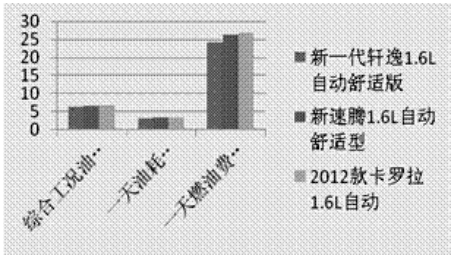


好以及有先进的电子稳定系统，方向盘就算在这种环境下也不会做出大动作的转向，驾驶者就算放开方向盘，车子也会准确前行。

另外，新一代轩逸的过弯表现较上一代有很大提升，稳定顺畅，且舒适感极强。

节油经——新一代轩逸采用由新一代发动机与全新智能XTRONIC CVT无级变速器组成的Pure Drive纯净动力系统，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。同时，新一代轩逸还采用了Eco Drive节能驾驶助手，通过油门幅度显示器、动力总成控制和换挡指示器等控制油耗。

以92号汽油为例，目前价格为每升7.81元，按照每天行驶50公里计算，可算出三款车型每天及每年的燃油费用，详见下图。



新一代轩逸1.8L保养周期及费用									
	机油机滤	空滤	空调滤芯	汽滤	变速箱油	助力油	刹车油	火花塞	费用
0.1万公里	●	○	○	○	○	○	○	○	免费
0.5万公里	●	○	○	○	○	○	○	○	免费
1.0万公里	●	○	○	○	○	○	○	○	281
1.5万公里	●	○	○	○	○	○	○	○	281
2.0万公里	●	●	●	○	○	○	○	○	511
2.5万公里	●	○	○	○	○	○	○	○	281
3.0万公里	●	○	○	○	○	○	○	○	281
3.5万公里	●	○	○	○	○	○	○	○	281
4.0万公里	●	●	●	○	○	●	○	○	764

两年9次常规保养费用总额：3880（单位：元）
注：●为必须更换，○为检查

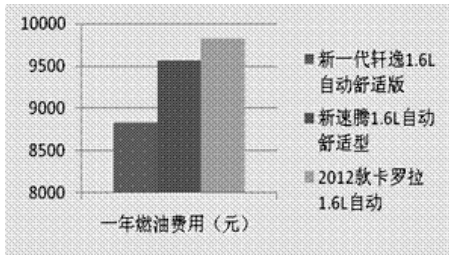
（数据来源：腾讯汽车）

如图所示，新一代轩逸1.6L自动舒适版每年的燃油费用为8833元，新速腾1.6L自动舒适型每年的燃油费用为9563元，2012款卡罗拉1.6L自动版每年的燃油费用为9818.5元。

保养经——新一代轩逸保修期为3年/10万公里，新车1个月/1000公里进行首次保养，首保免费。总体来说，新一代轩逸在维修保养方面比较省心、费用合理、项目明确、收费透明、服务贴心，许多车主表示非常满意。

如图所示，新一代轩逸1.8L两年常规保养费用总额为2680元，新速腾1.4T两年常规保养费用总额为6293元，新一代轩逸每年的常规保养费用平均比新速腾节省1806.5元，数目十分可观。

（张 雯）



新速腾1.4T保养周期及费用									
大众新速腾保养周期及费用									
	机油机滤	空滤	空调滤芯	汽滤	变速箱油	火花塞	总费用		
0.15万公里	●	○	○	○	○	○	免费		
1.5万公里	●	○	○	○	○	○	425		
2.25万公里	●	●	●	○	○	●	1625		
3.0万公里	●	○	○	●	○	○	1280		
3.15万公里	●	●	○	○	○	○	785		
4.5万公里	●	○	●	○	○	●	2178		

2年6次常规保养费用总额：6293（单位：元）
注：●为必须更换，○为检查

（数据来源：腾讯汽车）

全新换代在即 天籁传奇继续上演



一个新格局的开创者

2008年，注定是不平凡的一年。美国次贷危机引发的经济大萧条，使得以金融为“血液”的汽车产业全军“感冒”——中国汽车市场自然也不可幸免。连续多年高速增长的中国车市，在彼时内外因素的共同影响下，首轮大规模汽车产业洗牌提前拉开帷幕。

此时，中国整体车市发展面临一个临界点，作为国内车市重要“驱动力”的中高级车市也面临一个临界点。回顾2008年之前叱咤国内中高级车市场的两大世界汽车巨头：本田通过雅阁的“全球同步”，逐渐在中国市场扎根、崛起；大众则凭借帕萨特及迈腾，让中国消费者开始体验到源于德国“纯正血统”的技术。

但随着中国车市巨变的到来及消费者汽车消费观念的日趋成熟，“全球同步”与“纯正血统”难以再满足中高级车消费者的需求。中高级车消费者开始审视自身，将车辆视为自我价值观和生活方式的体现。对各汽车厂家而言，针对中国市场打造一款属于中国消费者的车型，成为必需与必要的选择。

在这种形势下，2008年，东风日产率先以中国市场和中国消费者为出发点，洞悉国

内中高级车消费者对于“舒适”的需求，倾日产全球之力打造新一代天籁，从操控到乘坐感受都追求极致舒适，从根本上迎合中国消费者的真实需求。

“应中国而生”的天籁，从此在中高级车市场一路狂飙，销量和品牌力迅速提升。天籁在获得市场和消费者广泛认可与尊重的同时，还吹响了一个新时代的号角——只有真正立足于本土，以中国消费者的需求为导向的车型，才能在中国市场获得持久的成功。

“东风日产速度”的发动机

作为东风日产的旗舰车型，自2008年上市以来，天籁就以强劲的实力和完美的销量表现，驱动东风日产全车系乃至整个企业蓬勃向上，助力东风日产成就行业瞩目的“东风日产速度”。

凭借准确的市场定位、出众的产品实力，天籁在上市当年就以54%的增长率超过既定目标。此后，天籁更实现了销量的3级跳跃：从2009年的10.9万辆，到2010年的14万辆，再到2011年的15.6万辆。截至目前，天籁在中国累计销量已达707811台，长期稳居中高级车市场销量三甲。值得一提的是，2011年，天籁更实现了“零库存”奇迹——不仅厂家库存为零，全国各专营店

库存也为零。

天籁销量的持续走高，不仅使其由一款初始不为人熟知的车型，成为中高级车市场的引领者；更助力东风日产的品牌形象大幅提升。在销量不断攀升的同时，东风日产更针对天籁开展了创新的“凸透镜”营销模式，从传播、整合、销售、实践和执行等层面进行“聚焦”，为天籁的成功打下坚实的基础。

5年来，东风日产始终将“舒适”作为天籁的差异化形象和核心优势，传播和营销始终围绕“舒适”展开，成功塑造了天籁中高级车“舒适之王”的口碑。

为不断深化天籁的品牌形象，东风日产还专门成立了一个跨职能团队——天籁CFT，从效率、质量、深度、精细度4方面提升天籁营销的策划力和执行力。同时，东风日产还聚焦于实践和执行，先后成立了天籁图书馆、实施天籁全景图、展开“1+8”行动计划等，不断提升团队的学习能力，贯彻最有效的执行力，为天籁的成功夯实基础、创造契机。

有赖于持之以恒的聚焦和强大的体系竞争优势，天籁俨然已成为东风日产开拓市场、树立强势品牌形象的强力“发动机”，在产品形象不断深入人心的同时，更大提升了消费者对东风日产品牌的认知度。

“舒适”潮流的引领者

在中国汽车市场上，一款车型能够引领一个新潮流的出现十分罕见，因为这不仅需要企业在产品投入市场之后的精耕细作，更需要产品有远超同侪的实力。作为中国车市中罕有的实现“惊天大逆转”的车型，天籁以其强劲的产品实力引领了中高级车市场的“舒适”潮流。

2008年之前的中高级车市场，主流车型大



都以操控、科技作为比拼资本，旨在以“纯粹性”产品力吸引消费者，却彻底忽略了消费者的感性需求。事实上，随着生活品质的提高及对驾驶感受更深一层的理解，众多消费者已非常注重车型所能带来的舒适体验。

而天籁在2008年上市之初，便率先洞察到中高级车市场对于“舒适”的需求，凭借VQ发动机+CVT无级变速器“铂金动力组合”、三维超静音工程、三重减震系统、BOSE音响及全景天窗等配置，全面融合日系车的舒适精致和欧系车的强劲操控，深度满足了消费者内心深处的真实需求。

凭借对消费者需求的准确把握和不断升级的产品力，天籁成功晋升中高级车市场的新领袖，而其开创的“舒适”潮流也引发了众多车型的争相效仿。时至今日，追随者众多，许多车型标榜舒适性，但他们难以望其项背，无法撼动天籁的地位；天籁以其出众的市场表现和备受认可的产品口碑，始终傲立潮头，不断创造中高级车市场的各种奇迹。

时代在发展，消费者的需求也日新月异，唯有不断创新才能始终保持生命力，为消费者创造更加精彩的移动汽车生活。作为“应中国而生”格局和“舒适”潮流的开创者，“东风日产速度”的发动机——天籁，全新换代之后必将引领中高级车市场继续向前，并在时代大潮中成就更辉煌的未来。（王 静）