



## 新轩逸领衔“80后”的“中级”之选

作为一个4岁孩子的妈妈,车主刘女士最有发言权。“因为有孩子,舒适性是我首要考虑的。每天接送宝宝去幼儿园都需要耗费很多时间,特别是交通拥堵的时候,对于孩子来说,车就成了一个流动的家,此时,车的舒适性更显重要。当然,在保证舒适性的基础上,外形时尚、帅气,节油性优秀,这样的车型最好不过了。”既要马儿跑的快,又要马儿少吃草,“80后”车主对座驾的要求更为严格。

即便如此,“80后”需求的极大诱惑力还是促使制造商们千方百计地想要满足他们,经过详细调研,多番推敲,适合家用、以舒适为重点诉求的座驾不断涌现,东风日产新一代轩逸便是其中的典型代表。

新一代轩逸定位于“越级款待的旗舰家轿”,它从空间、配置和驾乘感受等各方面都力求舒适,堪称“舒适之王”。新一代轩逸拥有全面领先同级的2700mm超长轴距以及680mm的行政级后排超宽膝部空间,为客户提供可媲美奔驰S级等中高级车的舒适感受。而座椅方面,新轩逸则采用Multi-Layer仿生学设计,具备与天籁一致的三重舒适结构,大幅度提升包裹感,完全贴合人体,具备了极为舒适的乘坐效果。

当然,舒适性不仅仅是身体感受,车内空间的安静度也是衡量因素之一。即便空间宽敞、座椅出众,没有一个安静的环境也毫无舒适可言。在这方面,新轩逸可谓做足了工夫,采用三维超静音工程,在任何路况之下,均能让车内保持可媲美中高级车的超群静谧性。关上车门,仿佛置身图书馆,安适如斯。

另一款比较有代表性的车型是新速腾,速腾素以运动、操控见长,在意识到“80后”的需求后,进行全面转型,虽然上市后的新速腾备受“减配”困扰,但其更贴合家用的诉求还是为其赢得不少消费者。新速腾在车身尺寸上作了很大改进,车身长度增加了100mm,轴距增加了73mm,达到了2651mm,堪称同级车中的典范,但与新一代轩逸相比还是稍显不足。

除了对舒适性的极致追求,个性的外观和靓丽的内饰也是他们的必然要求之一。在外观方面,“史上最强中级车”新一代轩逸表现上佳,以“越级力量”为设计理念,打造出超越消费者期待、媲美豪华车的帅气外

观。新一代轩逸精炼的前格栅呈梯形向两侧延伸,勾勒出展翼之势,配以造型时尚的豪华晶钻LED前大灯,整体形成了“X”型,大气时尚。进气格栅两侧的线条沿着发动机盖继续伸展,滑向车身两侧,顺势与贯穿头尾的飘逸腰线融为一体,不仅拉长了视线,使新一代轩逸看起来更为修长,也使腰线更具节奏感,让人倍感惊艳。层次丰富、饱满立体的车尾则有几分天籁的影子,顿时增添了几分尊贵豪华感。

而在内饰上,则采用第三代Modern Living设计理念,代表了日产高级车内饰的设计方向,采用“软”性包覆材质、“细”接缝处理、“顺”阻尼开关等高档材质与工艺,质感格外突出,为消费者营造出一个像家一样舒适、惬意而又品味十足的车内空间。

当然,除了外观和内饰,燃油经济性也是“80后”用户必然会考虑的条件。新一代轩逸搭载了Pure Drive纯净动力系统,采用全球最宽7.3:1变速比的XTRONIC CVT无级变速器和同级唯一DSC燃油双喷射系统,并

通过Eco Drive节能驾驶助手,将百公里油耗控制在同级最低的6.2L。这样的燃油经济性对消费者来说,绝对是值得享受的利好。

既然“80后”在购车时会如此注重孩子的利益点,那么安全性也是他们必定会关注的。制动系统、安全气囊等一般的主动安全配置上,新轩逸也是同级高标准的存在,然而它更突出的是采用的980Mpa核潜艇级超强钢打造的UHSS超高刚性车身,配合多通道式Zone Body区域车身结构,为客户提供了放心周密的安全保障。

作为强势崛起的新生代消费群体,初为人父母的“80后”对中级车“家用”的要求更为苛刻,外观个性、内饰豪华、空间舒适才有可能入其法眼。对他们来说,“家用”的概念也不仅仅是“家庭使用”,而是上升到缔造时尚生活、享受尊崇待遇上来。业内人士指出:“‘中级车’只有在原本‘家用’、‘舒适’的基础上注入更多具有视觉冲击力的时尚元素,才能有更大的生存空间。”如此看来,中级车的未来发展趋势一目了然。(张伟)



人说岁月如刀,曾经放荡不羁、年少轻狂,沉浸在追求自我的“80后”也渐渐成为上有老、下有小的顶梁柱了。“80后”青春犹在,更多了责任和义务,特别是在从为人子女到为人父母的角色转换后,购车选车这么大事,必然也要考虑孩子的因素,因此他们对中级车的选购有了更高的要求:不失帅气个性的外观,又要有家一般的温暖感受。受其影响,备受“80后”主流消费人群欢迎的中级车也必须随市场需求而革新了。

如今,有了孩子的“80后”,其选车标准更加理性了,不是几句广告词就能打动的。专家提示:“随着‘80后’年纪的增长和生活阅历的丰富,他们的消费观念也逐渐变得更为成熟。尤其为人父母后,他们在原有注重个性化消费的基础上,开始更多地关注到孩子的利益点。体现在购车上,更偏家用的中级车会成为他们的第一选择。”

**“中级”之选,家用派引领潮流**

“80后”主流消费群是中级汽车市场最大的目标客户群,而中级车市场是国内拥有最大消费群体、车型最多,且最富于变化的汽车细分市场,所以“80后”对中级车市场的影响力非常巨大。“80后”既保守又张扬,既追求现实生活,又追求自我价值,同时也关注生活品质,对他们来说,“家用”不是简单的“家庭使用”,而是让家庭生活变得更时尚、舒适,还要担负起照顾家人的责任。所以,一款车必须内外兼修才可能成为他们的“菜”。

家有所依,“80后”购车选择日趋理性。正所谓“三十而立”,随着“80后”经济实力的大幅度提升,他们对社会消费结构和价值取向的影响也越来越大,必然成为主导市场的消费群体。而他们经历了市场经济、全球化、互联网等社会进程的“洗礼”,在消费观念、消费行为上呈现出与其父辈迥然不同的特征,极为超前,极具时代特色,在选车购车方面亦是如此。

随着“80后”日渐成为中国汽车市场的主力消费人群,他们对车市的影响不容小觑,车企也越来越重视对“80后”消费心理的触动,于是,“取悦80后”成为近年来众多车企营销的主题,无论是昂科拉的“年轻,就要SUV”,还是标致3008的“活,该快乐”,无一不企图敲开追求个性、崇尚自由的“80后”的心扉。

厂商的响亮口号自然迎合了很多人的消费心理,也获取了部分芳心,但这种方式并

## 东风日产全新一代天籁·公爵将于广州车展亮相

任勇:中高级车市正式进入“L”时代

近日,东风日产宣布:全新一代天籁·公爵将于广州国际车展正式亮相。

对此,东风日产乘用车公司副总经理任勇表示:“全新一代天籁·公爵集超长轴距(2900mm)和豪华驾乘享受于一体,是中高级车市场上独一无二的豪华车型。因为产品的加长,全新一代天籁·公爵将会为消费者带来更为尊贵的豪华体验。我们相信,全新一代天籁·公爵的推出,将改变中高级车市现在盛行的‘两代同堂’局面,转而成为‘两强同堂’,中高级车市的‘L’(Long、Luxury=加长、豪华)时代由全新一代天籁·公爵正式开启。”

近年来,中国汽车市场上的“两代同堂”局面颇为风行,新旧车型基本以高低价格搭配的方式征战市场。新世代天籁与全新一代天籁·公爵的组合,则有望改变这种格局。

一直以来,天籁的舒适性有口皆碑。以舒适为基础,新世代天籁和全新一代天籁·公爵针对不同消费人群带来不同的价值选择——新世代天籁以出众的操控性满足消费者对时尚动感的需求;而全新一代天籁·公爵将以加长车身和豪华配置满足消费者对尊贵享受的需求,为消费者带来同级最为

出众的豪华体验。可以说,两款车型以“价值原则”实现了创新并行,可谓是实实在在的“两强同堂”。

东风日产乘用车公司市场销售总部副部长杨嵩则称:“通过加长产品和丰富豪华配置赢得市场认可,豪华车市场已有成功先例。现在,豪华车市场的‘L’风刮到中高级车市。我们坚信,全新一代天籁·公爵将在中高级车市大有作为。”

一直以来,公爵作为天籁的高端车型,继承了NISSAN品牌高级轿车的尊贵血统和豪华配置风格。值得一提的是,得益于全面豪华的产品实力,公爵更成为见证中日友好关系的使者。

早在1972年,时任日本首相的田中角荣便赠予邓小平一辆公爵,该辆公爵于1973年首次运到中国;1978年,邓小平参观日产汽车工厂之后,更称赞日产其“知道了什么叫现代化”;2008年公爵国产化以来,凭借一系列远超同侪的技术配置,其一举奠定了中国中高级车市场上的豪华标杆地位。

即将于广州国际车展亮相的全新一代天籁·公爵,不仅在豪华配置上大幅进化,更将以同级别首款加长车型的身份,继续引领

中高级车市的潮流。

作为2013年底最重磅的中高级车,

全新一代天籁·公爵将给市场带来新的震撼。

中高级车市“L”时代的大幕,也将正式由全新一代天籁·公爵拉开。



### 附录:公爵历代车型简介

1960年 第一代公爵

作为当时日本第一款采用电动座椅的轿车,第一代公爵采用Monocoque车体结构和OHV发动机,并于后期推出搭载2.8L超大发动机的特别版。凭借四灯式的前灯造型、向前倾斜的A柱以及曲线式的挡风玻璃等,第一代公爵赢得了个人车主及企业客户的好评,对促进日本高级车市场的形成意义深远。

1965年 第二代公爵

第二代公爵采用了流畅曲线设计,并首次搭载L型SOHC6内燃式发动机,成为当时的经典名车。

1971年 第三代公爵

第三代公爵于1972年增加了硬顶四门配置车型,开启了硬顶四门配置的先河,引领了汽车行业的潮流。

1975年 第四代公爵

第四代公爵配备了带NAPS电脑的发动机,开创了智能操控之先河。值得一提的是,第四代公爵于1977年搭载了一款使用新型号的L28E型2.8L直列六缸发动机,由

Bosch提供的电喷系统取代了化油器系统,第四代公爵因此成为了第一批使用电喷发动机的日本车之一。

1979年 第五代公爵

第五代公爵开始搭载兼具动力性与节油性的涡轮增压发动机。此外,第五代公爵也是日本车当中首个配备自行研发电子燃油喷射系统车型之一。

1983年 第六代公爵

第六代公爵首次搭载新开发的V型6缸OHC·VG型发动机,这款发动机不仅提升了动力而且减轻了重量,对驾驶质量的提升起到很大作用。此外,第六代公爵还首次使用雨滴感应式自动雨刷器。

1987年 第七代公爵

第七代公爵首次采用5AT自动变速器,这在全球的中高级车中是首例。此外,第七代公爵还采用了众多先进配置,如四轮独立悬架、电子控制空气悬挂、真皮电动座椅、CD音响等。

1991年 第八代公爵

第八代公爵从诞生之时就重点瞄准私人用车客户。在技术层面,第八代公爵采用

了后多连杆悬挂系统、SRS安全气囊、GPS导航系统等现代标准配备。四轮驱动SUPER HICAS的使用也是一个划时代的创新。

1995年 第九代公爵

第九代公爵正式批量配备VQ系列发动机。VQ系列发动机的采用不仅提升了动力性,而且实现了低油耗和轻量化。值得一提的是,VQ系列发动机曾连续14年获得美国权威汽车杂志《Wards AutoWorld》评选的“世界十佳发动机”称号。

1999年 第十代公爵

第十代公爵搭载了采用NEO-Di缸内直喷技术的VQ系列发动机。同时,因为采用了LL级平台,第十代公爵的安全性、静谧性和舒适性又有大幅度提升。

2008年 国产第一代公爵

2008年,东风日产正式对公爵进行国产。凭借全球领先的VQ发动机+CVT无级变速器“铂金动力组合”、980Mpa超强钢车身、超大型全景天窗、BOSE5.1声道环绕音响系统等耀眼配置,公爵一举奠定了中国中高级车市场上的豪华标杆地位。(杜威)

