

全新天籁冠军版倾情登场 启辰概念车闪耀武汉车展 东风日产携全车系精彩亮相

天籁冠军版、 启辰首款概念车倾情登场

据悉,全新天籁“冠军版”在原有天籁基础上增加“3G多媒体导航系统”、蕾丝座椅套、雨眉、LED迎宾踏板和VIP标,并延保到4年10万公里,再次体现了东风日产对产品与用户一路随行的呵护。

搭载“3G多媒体导航系统”,拥有微软和英特尔联合打造的嵌入式WINDOWS操作系统、3D+3G高性能双导航系统、320G多媒体娱乐中心,更有场景高保真倒车影像系统、蓝牙电话免提系统及7寸WVGA数字触摸屏,让消费者在体验全新天籁冠军版安全、便捷行车的同时,感受更全面的娱乐功能和品牌价值。

东风日产相关负责人表示,“4年10万公里的延保服务是东风日产的升级服务,相比于同级车型的2年5万公里的延保力度,东风日产的此次延保显得更加给力和超值。4年10万公里延保的服务理念在同级车型和厂商中也是一次全新的尝试,这也充分说明了东风日产的实力和为消费者提供更优质服务的决心。”

在本届车展上,东风日产全新品牌启辰首款概念车整车造型在武汉地区亮相。概念车前脸整体以启辰标志为中心,富有张力的两组造型线,自格栅两侧沿着前大灯有力延展,动感的曲线与前大灯浑然一体,如同极尽展开的双翼,蕴藏着一股蓄势待发的上升力量。前格栅下沿,一条独特的性格线,随饱满的曲面向两旁延伸上扬,进取气度不彰自显。

启辰概念车所展现的“羿”的设计理念,将贯穿启辰品牌所有车型。首款概念车整车造型,不仅完美体现了该理念的神韵和精髓,更承载了启辰品牌的三大造车理念。

在驾乘感受方面,启辰将依托领先的技术平台,在提供高效动力和便捷操控的同时,以人性化设计,为消费者带来舒适的驾乘感受;在外观设计方面,启辰力求与时俱进,以主流时尚设计赢得消费者最广泛的认同。

根据渠道及网络建设规划,预计到2012年首款量产车型发售时,启辰将会有100家以上专营店开业。同时,启辰将携手NISSAN专营店,提供双品牌网络的服务支持,让客户可以享受到成熟品牌服务网络一样的便利服务。届时,启辰的实际服务网络将覆盖全国31个省、市、自治区,延伸到的地级市达274个。



10月26日,第十二届中国(湖北·武汉)国际汽车工业展览会在武汉国际博览中心盛大开幕,在武汉地区广受好评的东风日产携旗下全车型登陆本次车展。除了备受瞩目的全新天籁、新逍客、第十代SUNNY阳光、新一代TIIDA、轩逸、奇骏、玛驰、新骊威家族外,全新天籁冠军版在武汉地区上市销售,2.5L冠军版售价为24.98万元。同时,东风日产启辰首款概念车整车造型也亮相武汉车展。

全系发力 东风日产绽放武汉车市

作为旗舰车型,全新天籁的市场表现在整体下行的中高级车市中可谓一枝独秀——9月天籁以15193台的销量再次获得中高级车市场当月销量冠军,同时以111685台的成绩力夺前三季度中高级车市累计销量冠军。今年以来,天籁凭借自身主流地位、产品口碑和快速的产能恢复,4月销售达9749台、5月12036台,6月13175台,不仅保持了持续稳定的增长,5月、6月更连续斩获中高级车市销量桂冠,上半年天籁实现累计销量73026台,荣膺区域半年销量冠军。可以说,天籁创造了2011年中高级车市的“天籁奇迹”。

除了旗舰车型表现抢眼,东风日产在各个细分市场更是全面发力。6月,第十代SUNNY阳光以15962台的成绩再创新高,上市以来累计销量已达73159台,雄踞细分市场前列,王者之势已然展现;“智尚全能”新逍客携手奇骏,1-6月累计销量达63285台,高调跻身城市SUV市场主流阵营,新逍客在6月更以11025台的销量一举突围,豪揽SUV市场冠军宝座;“全尺寸旗舰家轿”轩逸不仅延续了其一贯坚挺、稳健的销量势头,更以上半年累计销售64735台的优异表现强势引领中级车市的稳定发展。

随着东风日产产品实力的不断升级,以及启辰品牌的稳步发展,东风日产体系竞争力得到了进一步提升,“技术日产”的市场竞争力也日趋凸显,同时更将进一步推动东风日产市场业绩和品牌形象的提升,其完成全年销售任务、提前迈入年产销“百万俱乐部”指日可待。

