



家——满溢着太多情愫的词汇，它既是亲情的源泉，也是爱情的港湾。用尽世上再多美丽的辞藻，也无法修饰爱家的情怀。



让爱不再沉默

“爱家轩言 心动逸刻”爱家梦想感言火热征集中

日前，东风日产新一代轩逸“爱家轩言 心动逸刻”爱家梦想感言征集活动正在火热进行中。截至目前，活动已获得全国各地超过10万名网友的积极参与，让万千家庭的爱不再沉默。

爱传万家，线上踊跃互动

7月19日至今，已有10万名网友通过官网或微博以#爱家轩言 心动逸刻#发表自己对家人的“爱家轩言”及“心动逸刻”家庭梦想。这数万条爱家宣言，言语或华丽，或朴实，形式有诗词歌赋倾诉衷肠，也有短短一句胜过千言。尽管每条宣言的风格各异，但字里行间饱含的爱却都一样情真意切。

爱情是人间恒久的话题。古往今来，无数脍炙人口、感人肺腑的爱情诗篇世代相传、家喻户晓，“死生契阔，与子相悦；执子之手，与子偕老”。但发生在身边的故事始才是最真实的情愫、最真挚的表达。其中，一位即将步入婚姻殿堂的网友，在“爱家轩言 心动逸刻”平台向爱人表达了自己对婚姻的承诺以及对家庭生活的期盼：“亲爱的，不知道是上辈子怎样的缘分，让我今生有幸与你相识、相爱，我承诺我将尽全力爱你、呵护你，让我们去马尔代夫结婚吧”。

有时，最真的爱往往最难说出口，因

此“爱家轩言 心动逸刻”活动，也给了万千网友在世人面前向爱人表白的机会。一位网友说：“你我相识已5年，多少次难得的机会我都没有勇气将我心底的话对你表明。今天，我愿借家轿王轩逸的机会，让全世界见证我对你的爱。在奔向未来的日子，我希望陪伴你身边的人是我。”

家，为每个人遮风挡雨；家，同样需要每个人默默付出。一位已经成家的网友，借“爱家轩言 心动逸刻”的平台，讲述了爱人长久以来对自己的包容，也表达了自己对家的感恩：“老婆大人，一直以来你辛苦了。为了这个家你付出的太多。也谢谢你包容我的坏脾气。你的好我默默记在心里，虽然我不完美，但是我的爱只属于你。让我们一起为我们的家而努力，只愿和你到白头。”

据悉，本次活动中7月19日至8月23日为“爱家轩言之有你有爱”主题征

集票选阶段，8月24日至9月30日为“爱家轩言之有你有爱”主题征集票选阶段。票选过程中，网友均可登录东风日产官网或微博，发表爱家宣言，只要内容健康温馨，贴近生活，遵守评选规则，大声说出您的爱，说出您或者孩子的“爱家轩言 心动逸刻”，您就有机会获得以下奖励：

1. 获得全家伦敦看日出或者同游马尔代夫机会。
2. 赢取IPAD、SONY 摄像机各类数码产品、新一代轩逸车模等。
3. 您的圆梦故事将由明星导演拍成《爱家》系列微电影。
4. 您的宣言将通过媒体平台进行展示，接受亲人、大众的祝福。

此外，东风日产还将选取优秀“爱家轩言”，通过媒体平台、微电影等多种形式展现网友的爱家情怀，并最终评出前十名优秀“爱家轩言”获胜者，帮助他们实现家庭梦想。

为家而生，越级款待家人

此次东风日产借新一代轩逸上市发布之机，同时宣布“爱家轩言 心动逸刻”爱家梦想感言征集活动正式启动，既从产品层面以越级产品力超越并满足了消费者的所有家庭用车需求，又以情感营销助推“越级款待”情感主张深入人心，实现了双炮齐放、遍地开花的效果。

作为我国第一款定位于家庭轿车的车型，轩逸自上市之初便受到了消费者的普遍好评。轩逸上市六年来，品质不断跃升，不仅全面满足了主流消费者多重用车需求，更实现了累计销售突破50万辆的佳绩，书写了中国A+级市场价值进化的华彩篇章。

而新一代轩逸更是一款真正为家庭消费者用车需求打造的旗舰家轿，以“越级款待”为情感诉求，超越了消费者全家对高品质汽车生活的全方位需求，为广大消费者提供了更加精彩的人·车·生活。

据日产汽车公司商品规划总部商品规划室首席产品专家小沟彻介绍，新一代轩逸是中日团队共同参与设计与研发的。在商品规划时，东风日产就将新一代轩逸的目标客户定位为精英中产阶级，并对他们进行了家访，发现这一目标

群体非常注重面子及工作与家庭的平衡，在用车上，他们追求“领先半步”，并十分重视车辆的舒适性。

为了满足精英中产阶级对“越级”和“面子”的深层次需求，日产汽车借鉴“2011年度中高级车冠军——天籁”的成功经验，在新一代轩逸研发上投入天籁级别的资源，并采用媲美天籁的产品技术，打造出全面超越同级、超越消费者期待的旗舰家轿。

据悉，在新一代轩逸研发过程中，日产汽车组建了著名的“梦之队”开发团队。其中，统领新一代轩逸整体研发的齐藤雄之，曾主持多款日产全球战略车型的研发工作，在中国市场成绩卓越的新一代天籁外观设计就是他的得意之作。担任新“梦之队”CPS要职的小沟彻曾获得众多设计奖项，对中国消费者的需求理解深刻。

史上最强，超越同级价值

彰显成功，款待家人是每位精英中产阶层心底的期盼。为满足目标人群的这一心理需求，新一代轩逸以“越级款待”为情感诉求，携四大领先优势，为家而生。突破国内中级车传统设计理念，新一代轩逸开创性地采用前后豪华晶钻LED灯，并汲取中高级车设计元素，以“越级力量”为设计理念，打造出超越消费者期待、媲美豪华车的尊尚外观。

设计一款汽车就像是做一道日本料理一样，要有前味、中味及余味。新一代轩逸在设计中借鉴了日产Eillure概念车的元素。同时，车身侧面一条波浪形的腰线十分醒目，匀称流畅的车顶线条从A柱缓缓滑向C柱，上扬的后三角窗设计与天籁如出一辙，宽幅倒梯形镀铬格栅、“X”形前脸，使新一代轩逸看上去更加动感时尚。

新一代轩逸继承并发扬了轩逸以往的大空间优势，并以绝对领先的680mm行政级后排空间，760mm超宽车身宽度与2700mm超长轴距，超越奔驰S级，为精英中产阶层提供媲美中高级车的宽敞、舒适专属空间。

考虑到家庭用车对经济性及节能环保的要求，新一代轩逸采用了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，同时配备Eco Drive节能驾驶助手，实现领先同级的1.6L CVT 6.2L/百公里同级最低油耗，为精英中产阶层款待家人带来无微不至的关怀。

得益于日产高级车尊享的三维超静音工程技术，新一代轩逸能够为客户提供媲美中高级车的专属私密空间，让客户尽享宁静。同时，新一代轩逸采用的全新智能XTRONIC CVT无级变速器改变了车辆的变速线，并通过高齿轮运作变速器，使发动机转速达到1000-1500转时仍能正常行驶，这一点使油耗和静谧性获得了最佳平衡。

新一代轩逸以绝对领先的980Mpa核潜艇级超强钢，打造出的UHSS超高刚性车身与多通道式Zone Body区域车身结构配合，让家人在享受汽车生活带来的便捷时，为他们提供最为可靠、周密的全方位安全保障。

业内人士称，“爱家轩言 心动逸刻”爱家梦想感言征集活动之所以受到网友的广泛支持，还得益于东风日产对目标人群消费心理的精准把握。东风日产深知，新一代轩逸的目标人群平时忙于事业，少有时间陪伴家人，他们希望通过汽车为家人带来“越级款待”的生活，表达对家人的爱。该活动与车型上市同时启动，完美融合车型定位、产品、营销双炮齐放，树立了该细分市场的营销典范。

