

新世代天籁领衔 东风日产破行业“春寒”

开年以来不仅气温春寒料峭,车市也照例进入淡季。然而,随着东风日产新世代天籁于3月18日的震撼上市,东风日产在3月取得了良好的成绩,双品牌共取得61,321台的销量,率先破除行业“春寒”。

东风日产乘用车公司副总经理任勇表示:“随着新世代天籁的全新上市,东风日产全面打开了2013年发展新格局。在接下来的时间里,东风日产将始终以‘客户至上’理念为一切工作的出发点,坚持为消费者打造精彩的‘人•车•生活’”。

销量稳定 第一季度市占率目标完成

在刚刚过去的3月,东风日产双品牌销量稳定,全面破除“春寒”带来的不利影响:在新轩逸和SUNNY阳光的强势带领下,NISSAN品牌共取得54,365台的销量,第一季度的市占率目标圆满完成,经销商的库存也全面下降;而启辰品牌的表现也不遑多让,6,956台的3月销量,也让启辰品牌累计销量突破6万,成为中国合资自主品牌耀眼的明星。

具体来说,东风日产在中级车市场上的巨大成功,为东风日产抢夺更大的市场份额。新轩逸和SUNNY阳光销量双双破万,分别以19,637台和10,255台的销量,在万辆俱乐部牢牢地占据了一席之地;新THIDA也斩获了8,192台销量。三强联合,以“铁三角”之势,帮助东风日产成为中级车市场上最大赢家。

在SUV市场上,新逍客的表现也不遑多让。凭借出众产品力优势和品牌定位,新逍客3月销量达9,559台,以15.3%的同比增长率,成功在SUV市场第一军团站稳脚跟。

启辰品牌方面的表现也十分抢眼。启辰D50和R50分别取得了3,950台和3,006台的良好成绩,某些地区甚至出现供不应求的情况。更让人欣喜的是,自2012年4月底首款新车上市,至今尚不足一年,启辰品牌累计销量已突破6万台,继续书写着中国全新品牌销

售速度。

“虽然东风日产3月份的销量与1月相比还不够理想,但是我们在面临天籁和骊威两款重磅车型换代清库的情况下完成的。随着新世代天籁、2013款启辰和新生代骊威的相继上市,东风日产双品牌在接下来的三个季度,必将取得更好的成绩。”东风日产市场销售总部副副部长杨嵩如是说道。

新世代天籁上市 产品矩阵羽翼更丰

3月18日,新世代天籁在浙江湖州隆重上市。凭借着四大领先优势和17.78万元~24.48万元的官方指导价格,新世代天籁全面超出市场与消费者的期待。

更值得一提的是,伴随着新世代天籁的震撼上市,国内首个针对新车上市的创新服务模式“天籁行动”也正式启动,包括“7天包换”、“60天免费出险代步”、“3年CARWINGS智行+免费享”三大服务内容,为新世代天籁车主构建专属的诚意服务,也彰显了东风日产强大的企业实力。

业内人士表示,拼产品、拼价格已然落伍,谁能有“底气”为实现消费者价值而战,谁也就有了笑傲车市的“底气”。新世代天籁在产品力和价格方面都极具竞争力,其推出的创新服务模式“天籁行动”更是首开行业先河,引领中高级车市场从“拼产品”到“拼服务”的转变,全面刷新了市场的价值新标准。在微增长的大背景下,东风日产借着新世代天籁的上市,又在“价值战”中打了漂亮的一战。

其实,这早已不是东风日产对价值最大化的第一次尝试。不管是去年钓鱼岛事件之后的“安全保障承诺”,还是广州车展上趁热打铁出台的“品质无忧承诺”,再到今时今日的“天籁行动”,东风日产延续着“想客户之所想,做行业之未做”的开拓之路。而其中所折射出的,正是东风日产践行“客户至上”的品牌核心内涵的不懈



努力。

对此,任勇表示:“新世代天籁的上市,让东风日产拥有了更为强大和完整的产品矩阵,也使东风日产发展的羽翼更为丰满。目前来说,终端对新世代天籁的反应热烈。在未来,东风日产会在新世代天籁的领衔之下,以更为丰富的服务,为实现超过400万消费者的价值而战。”

