

新世代天籁制定“透明价格” 动了谁的奶酪？

最近车市有什么话题？除了热闹非凡的上海车展，日系车的市场前景和反攻态势无疑是众人关注的另一热点。

中高级车市作为德日之争的主战场，更不乏话题和看点。2012年，由于新帕萨特和新迈腾的强势冲击、特殊事件的影响，以及日系几款主流车型均已进入生命末期，德系一度主导市场发展。



而进入2013年，多款日系中高级车正相继实现技术全面升级、产品全新换代：已经上市的新世代天籁、即将上市的新一代雅阁以及新马自达——一切似乎都预示着，日系再度统治市场的时刻正步步逼近。

就笔者看来，这股日系反攻的大潮中，率先上市的东风日产新世代天籁，可谓拔得头筹，抢在最好的时机给市场带来了一场强震。

为何这么说？首先，最具震撼力的，当属其“一步到位”的定价策略。

关于新车上市，车市中有一个众人习以为常的定价策略，叫“撇脂定价法”：一开始定下较高价格，成功将新车卖给一开始就喜欢这款产品的客户；一段时间之后，再针对第二梯度的客户，定出低一点的价格以促成交易。如此随着时间的推移，企业通过逐步降低价格，吸引更多客户来实现利润最大化。

然而，这种做法会在一定程度上，对先购车的车主造成感情上的伤害，不利于品牌忠诚度和信赖感的经营。相较之下，新天籁采取“一步到位”的定价策略，短期内账面上的利润似乎有所损失，但其消除了先后购车的价格落差，在车主之间实现了更强烈的公平感——这对于“紧抓”消费者的心，为品牌赢得信赖有极大的帮助。

可以说，“明码实价”是新天籁成功抢占市场及虏获消费者芳心的第一步。假如再把技术和服务列入考虑，笔者认为，新天籁的定

价更可被称作“透明价格”——因为其价格背后所包含的用车价值，都看得见、摸得着。

产品方面，笔者从参与过试驾活动的朋友中了解到，梯形控制臂独立后悬挂和四轮精准循迹系统所带来的驾控感十分出色；而ITS预警式整体安全系统和AVM全景式监控影像系统打造的“无盲区”，也大大方便了日常倒车等动作，安全系数提升不少；至于舒适性能和节能性能的提升，更是为他们带来了不少惊喜。

而在服务上，东风日产推出了针对新天籁车主的“天籁行动”，包括了“7天包换”、“60天免费出险代步”和“3年CARWINGS智行+免费享”三大服务承诺。

这些服务需要在一段时间的使用中，才能被消费者感知和体验，而不是企业受益驱使，用于迅速促成交易的举措。东风日产副总经理任勇说得好：新世代天籁为客户带来的体验是慢热型的，而慢热是可以更持久的：从各项具体产品力表现到创新服务的体验，消费者的感受一直在延续，他们能够在新世代天籁身上不断发现新的价值。

初见“一步到位”的定价策略，笔者感觉东风日产似乎对中高级车市冠军这块美味的“奶酪”志在必得；但深究之后发现，其制定“透明价格”的“意图”并不是这么简单——新天籁“透明价格”所瞄准的，或许是消费者长久的信赖感以及品牌忠诚度这块更大的“奶酪”。

