

销量创新高

11月销售3.45万辆 新轩逸成为“双冠王”

中级家轿市场在年末迎来了销售热潮。最新数据显示,11月东风日产新轩逸取得3.45万辆的销售成绩,继今年突破百万销量大关之后,再度创造了上市八年以来的单月销量新高。新轩逸这一销售佳绩,还超过了竞争对手,勇夺轿车市场桂冠,成为当之无愧的“双冠王”。



(资料图片)

销量创新高 新轩逸成为纪录打破者

10月销量达到3.1万辆,新轩逸在打破去年同期销量纪录之后,并没有停步,11月又取得3.45万辆的销售成绩,成为11月唯一一款销量超过3万辆的轿车,创造出东风日产轩逸车型上市8年以来的最高月销量纪录,其火热势头引人注目。

不仅如此,连续两个月销量超过3万辆,并摘得中级家轿市场甚至轿车市场销量冠军的头衔,让新轩逸“家轿首选”的称号名副其实,而其月均超2.4万辆的销售量让不少车型难以企及。

值得一提的是,去年此时,新轩逸就成为中级家轿市场首款单月销量破3万辆的车型,也取得中级车市中的销售四连冠。不难看出,新轩逸夺取“双冠王”称号,靠的不是一朝一夕的努力。它犹如一个世界级长跑运动员,在长达一年的时间里表现始终稳健,并在冲刺阶段不断发力。

引领轿车家用化潮流 新轩逸展现冠军价值

新轩逸始终以“家用”为目标进行产品设计,在空间、内饰、座椅、配置等多个方面精雕细刻,将家用化最核心的诉求——舒适性演绎到极致。

其2700毫米超长轴距、1760毫米超宽车身、680毫米超宽后排膝部空间,为乘客带来了绝佳享受。新轩逸带动中级家轿市场集体升级,满足了消费者对于舒适度的苛刻要求。

新轩逸在内饰上采用高档材质与工艺,它采用三维超静音工程,拥有Multi-Layer仿生学座椅、双区独立自动空调、后排空调出风口等,能满足车上每一个乘客的需求。

新轩逸的“家用化”和“款待”理念不只体现在舒适性的提升上,还体现在外形、动力、节能、科技配置等方面的全方位提升上,它能无微不至地“款待”每一个乘客。

它以“越级力量”为设计理念的外观既尊贵又时尚,适合消费者出席各种场合,满足其不同家庭

成员的差异化需求。全新智能XTRONIC CVT无级变速器,不仅提供高效的动力,而且带来百公里6.2升的超低油耗,既满足男人的驾驶欲望,又体谅女人勤俭持家的苦心,逐渐成为中级家轿甚至更高级别车型的标配。一键启动、I-KEY智能遥控钥匙等领先同级车型的豪华科技装备,为消费者提供了便利。

在产品上为家而生,从实用性的角度赢得用户信赖,以“款待自己,更款待家人”的情感价值打动消费者,新轩逸以超越同级车型的优势,完美诠释了“款待”的含义,体现其市场领导者的价值,引领中级家轿市场的发展趋势。

东风日产洛阳区域的两家专营店现已推出“岁末狂欢”促销活动。年底是购车旺季,相信新轩逸会成为众多消费者不错的选择。

有兴趣的朋友可以拨打洛阳威丰专营店热线(65250000)或洛阳威盛专营店热线(68600000)咨询。

图说车市



12月11日、12日,“三十而立——上海大众30周年区域媒体深聚会华中站活动”在郑州市举办。50家媒体的代表齐聚郑州,与上海大众总部负责人及大众和斯柯达品牌区域负责人一起回顾了上海大众30年的辉煌历程。

在两天的时间里,上海大众公关与传播部的工作人员不仅为大家介绍了上海大众质量管理体系及“质量领先”的品质精神,还精心组织了上海大众汽车“安全驾驶培训营”及VW品牌进口车试驾活动。

全方位的亲身体验,使媒体朋友对上海大众汽车(包括大众及斯柯达双品牌,覆盖A0级、A级、B级以及SUV、MPV)的20余款车型有了深入的认识
竹园 摄

12月14日,河南、山西两省“奔跑吧,V团!东南汽车V系团购会”在洛阳东山宾馆隆重举行。东南汽车厂商代表来到活动现场,让两省的消费者享受到了先降价、后抽奖的大幅优惠。现场购车气氛热烈,当天成交量达120辆
林紫 摄



洛阳键通东本4S店在12月13日举办了新思铂睿上市发布会。活动现场不仅有精彩的表演,还有限时特惠抢购活动,优惠力度很大。据悉,活动当天,洛阳键通东本4S店收获订单30多个,更抽出多个大奖
辛宇 摄