

汽车周刊

荣威 550 插电式混动轿车上市 B10

本田紧凑 SUV 概念车明年国产 B11

全新天籁公爵和进口途乐上市 B14

本报事业发展部主编 | 总第 518 期 | 2013 年 12 月 4 日 星期三 责任编辑:张云 视觉设计:竹建英

从广州车展看市场新趋势

2013 年广州国际车展刚刚落幕,作为年末的最后一场汽车盛会,车企在纷纷亮剑、积极部署战略的同时,也让我们看到了车市发展的新趋势。

豪华品牌亲民化

尽管今年豪车市场的增速大大放缓,但豪华品牌并没有收缩在华扩张步伐。奥迪、宝马、奔驰、凯迪拉克、布加迪、保时捷、玛莎拉蒂等诸多高端品牌在这次广州车展都有多款重磅车型推出,展现出植根中国的决心。今年凯迪拉克、英菲尼迪、讴歌、沃尔沃等豪华品牌纷纷宣布新车国产事宜。一直不提国产的雷克萨斯,近期也有传言称其“在积极考虑实现国产化”。随着竞争的不断加剧,注重研发和引入迎合中国市场需求的产品,为中国消费者带来符合国际一流水准的品牌体验,成为豪华品牌不约而同的选择。

与此同时,本届广州车展上,豪华车品牌释放了这样一个信号——为了争取更多市场份额,豪华品牌不断放低姿态、压低价格门槛,抢占中端市场。不少豪华品牌都在车展上发布其产品序列中价格较低的亲民化新车型。如作为凯迪拉克旗下最小的豪华轿车,新上市的进口 ATS,起步售价仅 30 万元出头。奥迪也展出了即将上市的国产 A3,意欲在 A 级豪华车细分市场大展拳脚。这些入门级的车型,让豪华品牌车型不再遥不可

及。迎合了中国消费者的需求,预计这种趋势在今后的研发中将会发挥更大的影响力。

合资品牌本土化

合资品牌不仅具备国际汽车巨头的品牌影响力,先进的设计实力和雄厚的制造水平,还拥有国产车较低的成本和价格优势。随着中国汽车市场的成熟,自主品牌与进口豪车的夹击,让合资品牌对国内消费者的汽车消费习惯和走势越发注重。加强产品的本土化,精准把握中国消费者需求,成为大多合资企业的主流策略。

本田在广州车展重磅推出了专门为中国消费者所设计全新 Concept V 概念车,并将在广汽本田和东风本田分别国产。此外,中国消费者对“涡轮”的钟爱,也促使更多合资品牌选择走上了“T 台”:长安福特除了在翼虎和翼搏上搭载涡轮增压动力,这次又推出了配备 1.0T 引擎的新嘉年华。“讨好”国内消费者,进一步赢得中国消费者的心,将成为合资品牌未来的大趋势。

自主品牌高端化

长期以来,自主品牌汽车由于溢价能力低,价格一直上不去,比同级别的合资品牌汽车低出一大截。而本届广州车展发布的几款自主品牌新车,开始突破自主品牌价格的天花板,向以往难以企及的价格区间发起冲击,力图摆脱人们印

象中的自主品牌低质低价形象。

此次上市的哈弗 H8 是哈弗品牌第一款进入中高端市场的越级豪华 SUV,在平台、动力、设计以及配置、服务等方面实现“全面越级”,也是自主品牌中首款售价超 20 万元以上的 SUV 产品。另一自主品牌观致按照国际造车流程精心打造的观致 3 轿车让人眼前一亮。观致 3 系列产品最低价格 11.99 万元,最高 16.79 万元。这一价格区间,已经和国内畅销的许多合资品牌轿车不相上下,并且突破了自主品牌最低价格不高于 10 万元的天花板。

另外,本届车展比亚迪携旗下新车秦、S7 等众多车型及 TID 黄金动力总成、DM II 代动力系统、双向逆变充放电、智能手表钥匙、遥控驾驶五大技术亮相。奇瑞、吉利、长城、长安等各大企业也展现了各自最齐全的产品队列及最新自主研发的核心技术或部件,价格更是不断上探。

混动技术普及化

在本届广州车展上,混动车型的展出数量远远大于往年,各大车企纷纷布局混动领域,抢食这一新兴市场战略更是一目了然。随着今年《关于继续开展新能源汽车推广应用工作的通知》的发布,混动这一细分市场的争夺战将进入一个新的高潮,嗅觉灵敏的外资车企自然不会放弃这一商机,而国产自主品牌车的脚步显然也不落后。

大众汽车集团(中国)总裁兼 CEO 海兹曼曾宣布,大众汽车未来将在中国市场投放多款插电式混合动力车型,这次大众就带来了柴油插电式混合动力力量产车型 XL1。而在中国已经经营混动车型有着 15 年之久,已经在常熟建立专门针对中国车市的混动研究机构的丰田汽车,此行带来多款环保车型,包括一汽丰田、广汽丰田各自研发的自主品牌 EV 电动概念车、FT-EV III 概念车、NS4 外插电式混合动力运动型概念车、云动双擎 II 概念车以及市销混合动力车型普锐斯、凯美瑞·尊瑞等。

除了丰田在混动领域的咄咄气势之外,本田、福特、通用等也都相继公布了在中国投放混动车型的计划及时间表。宝马、奥迪、奔驰也在广州车展上纷纷展示了自己旗下的混动车型和上市计划。国产自主阵营方面,比亚迪旗下即将上市的秦将是与外资混动车型一决高下的国产精品车型,订单已经超过了 2000 辆。长安汽车也展出了逸动轿车的混合动力版,在基础车型上增加了 ISG 电机系统、制动能量回收系统、动力电池系统、混合动力控制系统。

随着国内消费者对混动车型认识的加深,肯定会有更多的消费者将购车目光放在混动车型上,当然混动车型畅销最好的突破还是在价格,只要价格合理,消费者都能算出一笔账,客观的燃油经济性必将吸引消费者的青睐。 雍君

11 月轿车关注度

排名	车型	关注度
1	福克斯	20529
2	速腾	13182
3	科鲁兹	11103
4	迈腾	10658
5	高尔夫	10628
6	朗逸	10438
7	宝来	9994
8	凯越	9055
9	帕萨特	8935
10	英朗	8732

11 月 SUV 关注度

排名	车型	关注度
1	途观	9628
2	哈弗 H6	7991
3	翼虎	6845
4	逍客	6510
5	本田 CR-V	6209
6	比亚迪 S6	5288
7	昂科拉	5282
8	汉兰达	4734
9	瑞虎	4685
10	丰田 RAV4	4643

11 月 MPV 关注度

排名	车型	关注度
1	途安	3787
2	别克 GL8	2966
3	逸致	1905
4	奥德赛	1842
5	和悦 RS	1188

11 月乘用车美誉度

排名	车型	美誉率
1	新爱丽舍	8.34%
2	新桑塔纳	8.20%
3	风神 A60	7.85%
4	荣威 550	7.34%
5	奥迪 A4L	6.75%
6	雪铁龙 C4L	5.84%
7	斯柯达昕锐	5.82%
8	标致 408	5.80%
9	迈锐宝	5.61%
10	锐志	5.33%

11 月乘用车抱怨度

排名	车型	抱怨率
1	起亚 K3	10.00%
2	骊威	9.93%
3	锋范	9.91%
4	全球鹰 GX7	9.89%
5	思域	9.88%
6	瑞虎	9.83%
7	菲翔	9.81%
8	君越	9.73%
9	卡罗拉	9.72%
10	瑞纳	9.72%

11 月乘用车潜客指数

排名	车型	潜客指数
1	福克斯	939
2	君越	725
3	科鲁兹	691
4	速腾	618
5	朗逸	579
6	迈腾	529
7	宝来	480
8	蒙迪欧	464
9	迈锐宝	459
10	比亚迪 S6	458

注:关注度指数为监测范围内涉及车型的信息总量,美誉度和抱怨率是在有倾向性信息所占的比例。潜客排名指数不代表具体潜客数量,仅代表意向性信息供参考。

11 月份乘用车互联网关注度报告

上海网慧信息科技发布的 11 月轿车互联网关注度的前 10 名依然全部被欧美系轿车占据,其中大众品牌达到 6 款,显示了目前德系轿车,尤其是大众系在中国市场难以撼动的地位。

11 月轿车关注度最高的依然是长安福特福克斯,而新老福克斯车型 10 月份销量达到 39710 辆,作为轿车销量排名的老大,得到最高关注度可谓众望所归。在紧凑型家轿中,福克斯的影响力和竞争力还是首屈一指的。

速腾的关注度排名第二,不过销量在 10 月份轿车销量榜上刚挤进前十,21000 余辆的销量和销量榜老二的朗逸 3 万辆出头的成绩相比还是差了不少。10 月份关注度排在第三的朗逸,上月的关注度有所降低,此次排名第六,而科鲁兹和迈腾的关注度有所提升。上海大众上个月密集推出了朗境、朗行运动版等一些朗逸家族的变形新车,吸引了不少眼球,虽然朗逸的关注度下降,但是整个家族的市场竞争力不减反增。帕萨特此次关注度进入前十,没有让同为中高级车的“兄弟”迈腾独美,在 10 月销量榜上帕萨特以 19071 的成绩稍稍压过迈腾的 17450 辆,两者分列第 12、13 位。

雪佛兰科鲁兹的关注度此次

上升到第三,年轻和运动的定位让不少年轻人成为其拥趸,上月 WTCC 中国赛事中科鲁兹赛车的出色表现更为其关注度加分。别克凯越的关注度依然排名第八,丰富的配置和很高的实用性使其一直是家庭首辆轿车的热门。10 月份关注度第十的赛欧此次没有进入 TOP10,不过别克英朗入列,也让上海通用车型在关注度 TOP10 中保持有三款车型。

11 月份 SUV 关注度的前 10 名中,“神车”上海大众途观毫无悬念地依然成为消费者最关注的 SUV,其在同级中价格虽偏高,市场优惠幅度也不大,但德系的优秀性能和品质还是让人对其恋恋不舍。作为途观最大的竞争对手,长安福特翼虎在遭遇“断轴门”事件后,关注度有所下降,排名从 10 月的第二落到第三,和原本排第三的哈弗 H6 互换了座次,而 10 月的销量也后退一步,以 9604 辆排名第九。

这次 SUV 关注度 TOP10 中有哈弗 H6、比亚迪 S6 和奇瑞瑞虎三个自主品牌车型,其中前两者的关注度始终比较高,而由于推出新款瑞虎 5 的消息,也刺激了瑞虎的关注度上月迈入前十。自主品牌在 SUV 细分市场看来能量确实不小,哈弗 H6 在 10 月份继续以 21222 辆的销量排名 SUV 销量老大,而哈

弗 M4 和比亚迪 S6 则分别以 11567 辆和 10136 辆的业绩排名第六和第八。

本田 CR-V、逍客的关注度也保持不错,其中逍客的关注度从前月的第八升到第四,新款逍客的即将推出让很多消费者期待。一汽丰田 RAV4 的关注度此次进入前十,而在 10 月的销量榜上,RAV4 以 11259 辆的成绩名列第七。昂科拉仍然是在小型 SUV 市场最吸引入气的车型,不过同样是小型城市 SUV,关注度不如昂科拉高的长安福特翼搏,10 月份还是以 6484 辆的销量压过昂科拉的 5710 辆。7 座的广汽丰田汉兰达这次也冲进关注度前十,超大多变空间是其优势所在,对 7 座 SUV 感兴趣的大家庭,在手头宽松的年底将目光投向汉兰达的不乏少数。

11 月份 MPV 的关注度排名,上海大众途安依然名列榜首,对于城市家庭消费者,途安还是最合适的 MPV 车型选择,不过每月销量也只 2000 多辆,厂家对其销量目标定得并不高,而今年的任务已经完成,市场上的优惠幅度也已经大幅收回。别克 GL8 作为公商务 MPV 首选,关注度当高属正常。江淮和悦 RS 的关注度有所下降,让丰田逸致和本田奥德赛抢到了前面。逸致的 10 月销量仅有 1500 多

辆,但此次关注度却能排在第三,不知道是不是广汽丰田在电视剧《咱们结婚吧》里的植入式营销收到了奇效?相比之下,关注度远不如逸致的东风本田新车杰德销量却不低,10 月份以 7479 辆的成绩排名 MPV 销量榜第五。

11 月份的美誉度和抱怨度排名中,新爱丽舍和起亚 K3 分列榜首。东风雪铁龙有两款新车进入美誉度 TOP10,其“龙腾计划”对于品牌和品质的提升看来收到不小成效,当然雪铁龙全新的造型设计也提高了消费者的印象分。风神 A60 和荣威 550 两款自主品牌车型美誉度也不低,尤其是荣威 550,刚推出新款不久,这次广州车展又亮相插电式新能源车型,在技术上的不断进步有目共睹。新桑塔纳价格不高,但是品牌响亮,配置相当齐全,在同级车中的性价比优势很明显。

K3 是起亚的主销车型,抱怨度居高需要厂商引起重视。抱怨度 TOP10 中,有 8 款是合资车型,不乏卡罗拉、君越等一些原本口碑不错的车型。丰田、本田、日产三大日系品牌这次都有车型在抱怨度上居前,希望日系车企在全力回升中国销量的同时,应更注重倾听消费者的反馈。

刘朝晖

(本文由上海网慧提供技术支持)