



豪华车企在小型车市场的竞争日益激烈。年初以来，一汽-大众奥迪向市场上一举投入了五款全新奥迪A3家族车型，以此继续保持在豪华小型车市场的绝对引领地位。同时，华晨宝马和北京奔驰也紧随奥迪之后，通过小型化车型加码这一市场。业内人士认为，随着市场增速的放缓，豪华车的竞争开始蔓延至更低级别的细分市场。

聚焦年轻消费者 扩大市场份额

一汽-大众奥迪加码小型车战略

豪华小型车市场大幕开启

近年来，虽然在乘用车领域依旧保持领先水平，但豪华车市场增速逐渐放缓。与此同时，豪华车市场格局也正在发生变化，即入门级豪华车快速增长，年复合增长率高达39%，成为一种新趋势。

事实上，入门级豪华车销售比例明显上升，与豪华车市场的需求年轻化密不可分。多项调查结果显示，中国消费新阶层正在快速崛起，“80后”已成为豪华车的主力购买人群，也是入门级豪华车市场的主力消费者。而这一豪华车新兴消费群体最显著的特征在于其彰显自我的个性态度，这种年轻、时尚、个性的消费需求也成为豪华车细分市场的新增趋势。

另一方面，随着市场竞争的加剧，豪车品牌市场下探的趋势愈发明显，越来越多的豪车品牌开始推出入门车型抢占紧凑级轿车市场。于是我们看到，奥迪更加细分、更为个性化的A3车型日益贴近消费者，奔驰也提出弱化“大奔”形象，宝马更是妥协其长期宣扬的后驱论调，推出前驱的小型车……目的只有一个——高档小型车有利于市场份额的进一步扩大。

作为国产高档小型车市场的开创者和引领者，一汽-大众奥迪以前瞻的市场判断和强大的本土化优势，在小型车市场牢牢占据先机。一汽-大众奥迪推出国产高档小型SUV——奥迪Q3之后，于2014年推出了国产高档小型轿车——全新奥迪A3，这被视为奥迪加速小型化战略的重要举措。

数据显示，自去年3月上市以来，奥迪A3家族销量逐月走高，成为奥迪品牌销量增长的重要推动力。特别是去年9月全

新奥迪A3 Limousine车型实现国产后，全新奥迪A3家族实现了持续数月的高速增长，占据高档细分市场一半以上的市场份额。

业内普遍认为，一位豪华小型车的车主，未来很有可能就是B级、C级甚至更高级别车型的潜在客户，这是一个不可动摇的消费链。由此可见，未来豪华小型车将是豪车市场不可撼动的组成部分。

布局未来 领先对手一步

近期全新奥迪A3家族5款

车型的推出，进一步加强了一汽-大众奥迪在豪华小型车市场的竞争实力。其中，备受瞩目的全新奥迪A3 Cabriolet敞篷跑车首次来到中国，随着不断增添新成员，全新奥迪A3家族目前已丰富至16款车型，在中国高档A级车市场中形成了最为丰满的产品矩阵。

全新奥迪A3 Cabriolet敞篷跑车和全新国产奥迪A3 40 TFSI均搭载最大功率为132千瓦的1.8升TFSI发动机。其中，全新国产奥迪A3 40 TFSI相比上一代车型，在同等燃油消耗水平

下，动力性能大幅提升，最大功率从118千瓦提升至132千瓦，峰值扭矩从250牛·米增加到300牛·米，从静止到100公里/小时的加速时间由7.7秒降至7.5秒，而百公里综合油耗依然维持6.6升不变。

值得一提的是，全新国产奥迪A3 40 TFSI车型的发动机，专门针对国内砂石路面较多的状况进行本土化改进，以耐石击的钢板式油底壳取代塑料油底壳，为发动机提供更周全的保护。

全新进口奥迪A3 45 TFSI车型搭载2.0升TFSI发动机，实现了性能和高效的完美兼顾，最大功率和峰值扭矩分别达162千瓦、350牛·米，从静止加速到100公里/小时仅为6.4秒。更难得的是，这款车的百公里综合油耗仅为6.3升。

值得注意的是，借此次全新国产奥迪A3扩充产品阵容之际，一汽-大众奥迪开始在全新全系国产奥迪A3中提供专为中国用户开发的车身外观颜色——“海南蓝”，这是中国地名首次出现在奥迪的车身颜色名称中。

培育增长点 注入新动力

2014年，奥迪在华销量达到了历史性的575077辆，同比增长17.7%，再次成为中国高档车市场销量冠军。其中，国产的A6L、A4L、Q5、Q3都在各自市场中领先。不过，尽管整个豪华车市场还在不断增长，但对于体量已经超过50万辆的一汽-大众奥迪来讲，在华要维持快速增长，必然要有另一款畅销车来引爆。

奥迪A3系列车型被称为全球最成功的高档A级车之一，至今全球累计销量已经超过300万辆。对于国产上市的A3车型，被一汽-大众奥迪定义为“战略车

型”。从去年3月上市国产A3两厢版，到9月国产A3三厢版正式上市，再到今年全新奥迪A3家族5款车型正式上市，一汽-大众奥迪希望借助这款时尚、动感的小型车，引领中国豪华车市场的另一个增长极。

业内认为，“豪华小型车”一直是近年来媒体和公众热议的话题，而在这一命题上，一汽-大众奥迪显然再一次引领了市场。全新一代奥迪A3在欧洲市场大获成功后，一汽-大众奥迪根据国内市场的发展迅速将其国产，让高档车能够更快地进入年轻消费市场，在这一点上，一汽-大众奥迪的确展示了其“未见先知”的魄力。

数据显示，2014年，奥迪A3家族上市不满一年就已销售逾3万辆，成为中国最畅销的高档A级轿车，彻底激活了中国高档A级轿车市场。

作为一款具有突出品质感的高档A级车，国产奥迪A3在售价进一步惠及消费者的同时，做到了“A3虽小，科技俱全”，以出众品质和智能科技配置传承了奥迪“突破科技，启迪未来”的品牌理念。

“紧凑型车细分市场在全球是最大的，在中国，大家的消费需求在升级，认知也在改变。奥迪A3车型年轻时尚、动感十足，更富有活力，将为我们带来更为年轻化的用户群体。”一汽-大众奥迪销售事业部执行副总经理葛树文表示，高档小型车市场有超出想象的需求潜力，2015年，该细分市场将继续成为一汽-大众奥迪的主攻方向。

业内认为，奥迪A3目前已成为紧凑型车细分市场最为成功的车型，随着多款车型的导入，A3的销量还将进一步提升，势必成为拉动一汽-大众奥迪2015年销量增长的重要动力。

