

新主角 | SUV竞争进入蓝海

作为每年的收官车展,广州车展已成为各家车企打好年底最后一仗,并为下一年踏下坚实一步的重要舞台。今年广州车展,面对国内销售持续火爆的SUV车型,众车企业纷纷瞄准年轻消费群体,推出20万元以下的小排量SUV。豪华品牌车企针对豪华车型细分市场,发力高端SUV,抢占制高点。业内人士认为,近年来,小型与豪华SUV成为国内市场的主力军,众多车企集中在SUV市场两端布局新品,预示明年SUV细分市场的竞争将异常激烈。

自主品牌欲借SUV翻身

随着SUV车型在国内销售的持续火爆,本届广州车展,从自主品牌到合资品牌,再到豪华品牌,无一不在SUV车型上大做文章。其中,自主品牌集中火力在国内消费者青睐的小型SUV市场布局新品,在轿车市场持续低迷的大环境下,欲借SUV打赢翻身仗。

本届广州车展上,SUV成为自主品牌展台的绝对主角,北汽、长安、江淮等自主品牌均已力推SUV车型。其中,长安汽车发布了全新小型SUV CS15,主打小型SUV市场;瑞风则推出了第二代S2,依然瞄准小型SUV市场。业内人士认为,未来两款车型将与此前上市的长城哈弗H1直接竞争,并成为长安与江淮提升市场份额



的新增长点。

与此同时,北汽绅宝也在本届广州车展上推出了SUV车型X55,并公布了前期推出的小型SUV X25的价格。据了解,除X25、X55外,明年北汽绅宝还将推出SUV车型X35,密集覆盖SUV市场。此外,值得关注的是,产品线较短的观致品牌在本届广州车展也推出观致5车型,加入国内SUV争夺战。据悉,该车型在车身尺寸及离地间隙上较观致3 SUV更大,动力方面,该车型搭载一台全新的1.6T发动机,与发动机匹配的依然是6速双离合变速箱。

业内人士表示,未来SUV市场将继续火热表现,而面对国内消费群体的年轻化特征,小型和紧凑型SUV已成为国内SUV市场的新增长点,国内车企将在该领域打响翻身仗。

豪华品牌掀起价格战

与自主品牌扎堆投放SUV新品相比,豪华品牌在SUV价格上做足文章,奔驰、路虎、林肯等品牌的新款车型,均下探价格,抢占市场占有率。

在本届广州车展推出的众多豪华SUV车型中,国产奔驰GLC的亮相成为公众关注的焦点之一。作为国产奔驰GLK的继任车型,国产奔驰GLC从外观、内饰及空间上有了全方位提升,起售价降至40万元以下,使其在与一汽-大众奥迪Q5、宝马X3等豪华中型SUV车型竞争中更具优势。而奇瑞捷豹路虎则在本届广州车展上亮相了国产路虎发现神行,36.8万元的起售价将豪华中型SUV售价进一步拉低。

此外,百万元级豪华SUV车型上,一

直以小众品牌形象示人的林肯,推出了全尺寸SUV全新领航者,并以118.8万元的价格,在与奔驰GL、凯迪拉克凯雷德、英菲尼迪QX80等车型竞争的同时,向下抢夺宝马X5以及奥迪Q7等中大型豪华SUV市场。

新能源SUV成新增长点

值得关注的是,新能源SUV市场也成为众多车企提振销量的新增长点。业内人士认为,新能源SUV不仅将目前国内车市两大关注点相结合,而且有望成为未来的发展趋势。

一直发力新能源车领域的比亚迪,在新能源SUV可谓一枝独秀。此前,在推出插电式混合动力车型“唐”之后,本届广州车展带来了“宋”和“元”两款新能源SUV。作为比亚迪“542战略”车型,“宋”和“元”均能在车4.9秒即可完成0-100km/h的加速,成功进入5秒俱乐部。从比亚迪在新能源SUV车型上的连续发力,能够看出未来该车型巨大的发展潜力。

与自主品牌相比,豪华品牌也在高端SUV市场中布局新能源车型。本届广州车展上,奔驰、宝马、沃尔沃等车企,针对旗下中大型SUV车型推出了插电式混动版本车型。奔驰在推出GLE汽油版车型后,在华首发了GLE500e车型;宝马X5 xDrive40e车型则宣布正式上市;沃尔沃也亮相了XC90的插电式混合动力车型。

相关专家表示,豪华SUV车型推出插电式混动车型,能够有效降低油耗,以应对各国日益严苛的排放标准,此外也能在细分市场提升市场占有率。

全新朗逸广州车展全“心”上市

上海大众汽车Lavida家族开启新征程

作为上海大众汽车Lavida家族的一员,全新朗逸在7月首次亮相后,就吸引了消费者与媒体的关注。如今,创造了一系列销量传奇的上海大众汽车Lavida家族,又迎来全新跨界设计和高效动力表现的全新朗逸上市,开启Lavida家族不断超越的新征程。

朗逸全“心”登场

在刚刚闭幕的广州车展上,全新朗逸全“心”上市,价格区间为14.89万-17.19万元。此次全新朗逸在外观和内饰上经过全新设计,并加入了新的车身和内饰颜色选择,更加年轻动感。

据了解,全新朗逸全新升级的造型,融合了SUV与轿车的亮点与优势,打造更具个性的跨界座驾。全新朗逸前脸的水平横向进气格栅比例增大,鲨鱼齿哑光镀铬前格栅与车顶鲨鱼鳍天线更添个性动感。跨界风格保险杠,配合贯穿前后的Cross大包围,尽显自由纵情的跨界气质。侧面看,炫银车顶行李架、四门时尚迎宾踏板彰显跨界时尚范儿。

内饰方面,全新的跨界风格凸显时尚动感的车内氛围。座椅面料选用上乘的镶拼工艺真皮包裹,提升车内档次。而新增的10处氛围灯,在提升视觉便利的同时更添浪漫气息。

值得一提的是,全新朗逸采用17英寸



铝合金轮毂,配合猎装高位底盘,不仅在视觉上更具越野个性,还能提供更好的通过性,轻松应对凹凸不平的复杂路况。

全新朗逸产品升级

2008年,上海大众汽车推出了朗逸车型,Lavida品牌以精准的细分市场定位、精湛的德系制造工艺和家族式的产品矩阵,赢得了消费者的广泛认同,上市后迅速打破了原有A级车市场格局。今年1-10月,Lavida品牌经过升级累计销售37.59万辆,稳步领跑国内A级轿车市场。

全新朗逸新增多项超越同级车的智能科技配置。例如LED日间行车灯、前大灯离家功能和感光自动开启功能。Clean Air PM2.5粉尘过滤装置可以进一步优化车内空气质量,为易过敏人群提供更优质的行车环境。此外,全系标配的



ESP车身动态电子稳定系统、MKB多次碰撞预防系统,8探头后倒车雷达等配置,全面保护车主的行车安全。

而全新朗逸搭载的EA211全铝环保230TSI涡轮增压发动机缸体结构经过优化设计,重量更轻,体积更小。相比同排量自然吸气发动机,马力及扭矩输出增加35%以上,同时大幅降低了油耗,在DSG七速双离合变速箱的配合下,综合工况油耗仅为5.7L/100km。

家族化战略成型

实际上,朗逸家族在经过七年的进化,目前已实现累计销售超过220万辆的成绩。此次借全新朗逸的推出,上海大众汽车也将通过家族化向更多细分市场的渗透来巩固销量。

按照计划,全新朗逸以及全新朗逸运动版上市后,朗逸家族将有21款车型。“家族化将是未来上海大众的重要发展战略之一,上海大众也将推出更多系列的家族化车型,比如桑塔纳系列、凌渡系列和途观系列。”上海大众汽车销售与市场执行副总经理贾鸣镝曾多次强调家族化的重要性。

值得关注的是,在今年整体需求下滑的市场环境中,上海大众汽车不断调整市场策略,对旗下产品如朗逸与桑塔纳实行了家族化战略,逐步丰富朗逸和桑塔纳的产品线,来巩固其在A级轿车市场销量领先的地位,事实证明起到了很好的效果。今年10月,上海大众VW品牌实现销售127092辆,进一步巩固了自身销量榜首的位置。其中,朗逸以33284辆的月销量稳居A级市场榜首,Lavida家族更是突破4万辆大关。

在经过了中期改款短暂的新老产品交替期后,Lavida家族再次展现出“销量王”的强势姿态,得到了消费者的高度认可。即便面对主流家用轿车市场群狼环伺,Lavida家族依然能够保持细分市场的领先优势,而此次Lavida家族全新朗逸的出场,无疑再次成为上海大众汽车家族化的最好注脚。