

高端小型车市场掀起升级风潮

随着小型车市场的不断丰富,高端小型车市场的竞争也日趋激烈。5月20日,上海通用雪佛兰爱唯欧与长安福特新嘉年华先后上市,预示着合资品牌的竞争正逐渐向高端小型车市场转移。

主流高端小型车价格表

爱唯欧	8.18万-11.18万元
嘉年华	7.99万-11.29万元
新POLO	8.58万-12.39万元
飞度	8.98万-12.98万元
瑞纳	7.39万-10.19万元

事实上,对于消费者而言,小型车更多的应该属于纯粹的代步工具,这也就导致了小型车在国内市场中不受重视。不过,随着汽车市场的发展,小型车的风向也逐渐开始转变,这些小型车都不以价格为主打优势,车型的战略偏向于年轻和个性,车型极佳的燃油经济性、出色的驾驭性能吸引了年轻的消费群体。

统计显示,2010年小型车市场年销量占乘用车市场的17.3%,是紧凑市场

外的第二大销量级市场。由于市场中大多数高端小型车为合资品牌,“80后”消费者是主力人群,因此分析人士预测,尽管小型车市场受到政策退出的影响,整体市场份额被压缩,但高品质小型车将越来越受欢迎。

亚运村汽车交易市场副总经理颜景辉认为,在新消费观念下,小型车不再被局限性地定位于“低价”上,这给予了汽车厂家更大的发挥空间,在打造高端小型车上不遗余力,



为消费者提供更多选择。实际上,早在去年底上海大众新POLO上市时,就已拉开了高端小型车竞争的序幕。伴随着今年众多重量级竞争者的不断加入,原本竞争较为激烈的小型车市场变得硝烟四起、战火纷飞。

据悉,目前国内A0级两厢细分市场大概可以分为高、低两个细分市场,二者以8万元为分界线。高端细分市场主流品牌车型价格多在8万-12万元之间,主要有爱唯欧、POLO、飞度、嘉年华、瑞纳等。

来自市场终端的统计数据也显示,高端小型车的市场份额如今已占

据小型车总量的33%。特别值得一提的是,在新能源技术渐渐走进主流车市的大环境下,众多拥有新能源技术的汽车厂家都没有忽视小型车,并纷纷给小型车披上新能源外衣。

随着高端小型车的市场份额越来越高,业内人士分析,国内车市的消费主流已开始向高端小型车市场发力,这无疑将进一步刺激小型车市场的增长。专家预测,今年将是高端小型车市场竞争最激烈的一年,同时也是值得期待和惊喜的一年。

本报记者 蓝朝晖/文
宋媛媛/制表

商报链接

体验雪佛兰爱唯欧的突破性

自从进入中国市场以来,雪佛兰一直都是小车的领军企业,爱唯欧更是消费者关注的重点。

尽管AVEO曾作为雪佛兰乐骋的英文名称,但音译后变身的爱唯欧是全新一代的车型,这款新车型不仅外观改变,平台和技术也已脱胎换骨,同时定位还发生了一些微妙的变化,品牌诉求更突出。

日前,记者有幸在上海抢先体验了这款颇具机车风范的高端性能小车的突破性。

爱唯欧整个车身也以凌厉的直线为主,尤其是那条从前轮眉扬起的腰线,静止时也表现出蓄势待发的运动感。这款全新平台的小车继承了“性能钢炮”AVEO RS概念车的设计理念,将机车灵魂与汽车运动美学相融合,个性一目了然。

记者试驾的是一款1.6L自动挡车型,配备了通用旗下最先进的1.6L全新Ecotec DVVT发动机,最大功率89kW/6000rpm,最大扭矩155Nm/4000rpm,具有同级领先的功率和扭矩表现。

6速手自一体变速箱的配备让这款小车如虎添翼,尽显运动风范。高速行驶时,记者将速度提升至每小时140公里左右,仍感觉有提升的空间。

据工作人员介绍,爱唯欧的车身结构采用BFI车架一体化结构,拥有全球同级车中首屈一指的车身强度和硬度。在被动安全方面,爱唯欧配备了四安全气囊、ABS+EBD等系统。这对A0级车而言,几乎是遥不可及的高端配置。

此外,爱唯欧还拥有一眼便可识别的宽大尺寸,4039×1735×1517mm的“三围”,加长的2525mm轴距,让人对其宽敞的内部空间充满期待。

· 新车 ·

提升个性元素 2011款福特嘉年华上市



日前,2011款福特嘉年华上市。在原有产品优势的基础上,2011款福特嘉年华进行了一系列配置升级和优化,更好地满足了中国年轻消费者的个性化需求。

2011款福特嘉年华包括两厢和三厢共10款车型,售价7.99万-11.29万元。

特别值得一提的是,2011款福特嘉年华新增一款两厢车型,1.5升自动劲动型,外形更动感时尚,配置更丰富。而三厢车型拥有了全新的后缀名——“锋潮”,还根据中国消费者的审美需求对内饰色调进行了改进,以满足消费者的不同需求。

此外,2011款福特嘉年华的升级之处还包括时尚型标配铝合金轮毂、USB外接输入端口、两个后排高保真喇叭和方向盘音响控制、环境灯、运动魔咖内饰色调等,更迎合追求个性消费者的需求。

作为福特的第一款全球车型,福特嘉年华在全球各地都取得了骄人的成绩,自2008年10月面市以来,全球销量已达135万辆。根据权威汽车数据和情报统计机构JATO Dynamics的数据显示,今年一季度,嘉年华在欧洲销量为102859辆,成为今年3月单月及一季度欧洲最畅销的小型车,以及欧洲最畅销车亚军。在中国,福特嘉年华自2009年3月上市以来,累计销量已达14万辆。2010年销量超过7.5万辆,较去年增加了59%。

“嘉年华已经在我们的客户当中建立起了极好的声誉。”长安福特销售公司总经理何骏杰说,“他们不但信任这款车的品质、安全和燃油经济性,而且喜爱它的杰出设计。2011款嘉年华提供了更多同级领先的配置和更好的性价比,我们相信会有更多的消费者爱上它”。

本报记者 王万里

为提升高尔夫供给量 一汽-大众将调整生产线

数据显示,今年4月份国内汽车产销同比、环比均出现不同程度下降的前提下,一汽-大众高尔夫却实现了逆市强劲增长,4月销量高达8207辆,同比增长95.54%,环比增长91.31%,刷新有史以来最高单月销量纪录。

与一汽-大众接近人士在接受记者采访时说:“尽管一汽-大众分配给高尔夫的产能持续保证在较高的水平,但供求关

系始终处于供不应求的状态。为了满足更多消费者的市场需求,近期,一汽-大众正逐步将与高尔夫同在一个车间生产的

宝来转移到一厂总装生产,将捷达移至周边地区生产,并在保证高尔夫品质的前提下提升生产节拍,力争生产更多的产品供应市场。”据悉,4月份高尔夫销量的大幅上涨与生产线调整、市场供给增多有直接关系。

据了解,第六代高尔夫自2009年10月在国内上市以来,受到了年轻一代消费者的喜爱。截

至今年4月份,高尔夫总销量超过7.4万辆。业内人士分析说:“高尔夫保持如此强大市场消费动力的根本原因,在于其本身强大的产品吸引力。从产品层面来说,高尔夫不但树立了A级两厢车的标杆地位,甚至彻底颠覆了消费者对于两厢车品质和做工的传统认知。”

本报记者 王万里

奥迪A6 Avant旅行版销往欧洲

近日,全新奥迪A6 Avant旅行版车型在柏林正式发布。作为第七代奥迪A6家族的最新成员,全新奥迪A6 Avant比三厢轿车版本拥有更加显著的动感设计和更为丰富的实用性。流畅的车身线条配合立体的尾部造型呈现出轻盈敏捷的动感形象。得益于奥迪经典的Avant设计理念,这款车型的行李箱容积可达565升,在后排座椅放倒的情况下可达到惊人的1680升。

全新奥迪A6 Avant的车身约20%由铝质部件组

成,与上一代车型相比,总重量降低70KG。以全新奥迪A6 Avant 2.0 TDI车型为例,车辆整备质量仅为1640KG,为同级别车型在轻量化技术方面设立了新标杆。

在动力总成方面,全新奥迪A6 Avant提供了2.8 FSI、3.0 TFSI两款汽油直喷发动机、一款2.0升以及三款不同功率版本的3.0升TDI清洁柴油发动机,动力范围涵盖130千瓦至230千瓦。根据不同的发动机配置,全新奥迪A6 Avant提供4款不同的高效变速器。最



新一代quattro全时四轮驱动系统可将动力高效地分配至四个车轮,为驾驶者带来充满动感且安全的驾驶体验。配合启动-停止系统、能量回收系统、智能热管理系统等奥迪高效模块

技术,燃油消耗可显著降低18%。

据悉,全新奥迪A6 Avant旅行版将于今年下半年开始在欧洲市场销售。

本报记者 王万里
本版图片均由厂家提供