

编辑 王万利 美编 张彬 责校 朱楠 电话:84285566-3227 sbsdcar@vip.sina.com



# 四对同平台B级“兄弟车”对比

今年B级车市场新车频推，继东风悦达起亚K5、北京现代第八代索纳塔、上海大众新帕萨特、东风标致508之后，一汽-大众新迈腾和雪佛兰迈锐宝也将于下半年陆续投放市场。

留心观察我们就不难发现，这些重量级新车推出后，德系、韩系、法系、美系均形成了“兄弟”联手的局面，且这些同胞车型全部出自同一平台。本期，就让我们对四对同平台B级车一一做个对比，希望能为朋友们的选车购车提供一定的帮助。

## C5 VS 508

**共用平台:**PSA三号平台

**市场情况:**记者走访经销商了解到，刚刚上市的东风标致508展车已经到店，并开始接受预订，订金为5000元，订车周期一个月。而东风雪铁龙C5则现车充足，颜色齐全，全系车型优惠已突破1万元。

**点评:**外形设计上的风格不同，是两款车最大的区别。不同于C5的优雅沉稳，508线条刚毅，动感十足。市场定位方面，C5倾向于商务人群，508则偏重于时尚年轻的个人用户。

· 试乘试驾 ·

## 感受全新PRADO普拉多的霸气

全新PRADO普拉多是一款真正的SUV，丰田从未放弃过对其越野本能的提升。虽然新普拉多在外观、内饰及驾驶舒适性等各个环节上都进行了优化，但其运动精神却一点也没有被冲淡，在都市SUV盛行的今天，其霸气反而得到了更好的彰显。

记者试驾的是全新PRADO普拉多2.7L车型，其所搭载的L4 2.7L 2TR-FE发动机能够提供源源不断的强劲动力。城市道路且不必说，就是在京郊山地越野，也可实现犀利的加速性。还有丰田研发的具备高强度扭转刚度和弯曲刚度的车架，可以百分之百保证平稳舒适的驾驶，支持强劲的越野。此外特别值得一提的是，如此一个“大家伙”却拥有不错的燃油经济性与静谧性，这在其同级别车型中是非常值得称道的。

全新PRADO普拉多整车线条犀利健美，棱角分明。直瀑式的镀铬栅条极富霸气，前包围和保险杠粗壮敦实。还有较高的腰线与车身拉花，能让人第一眼看过去就不自觉地被全新PRADO普拉多那种“冲”劲所吸引。

值得称道之处很多，但全新PRADO普拉多最让人感到心动的地方还是与其外形“矛盾”的内饰设计及丰富配置。完全不同于外表的粗犷，全新PRADO普拉多的内在细到让人感动。无线蓝牙免提装置、设置于中央扶手内的车载冷藏箱、高级的三区域独立温度控制空调、去除花粉和粉尘的空气过滤装置……总之，全新PRADO普拉多无论驾驶还是乘坐，都会让人感到优于轿车的轻松。

不过，也有一些小的细节需要提升，如DVD导航系统功能上缺乏亮点、钥匙设计过于老旧等。如果弥补了这些不足，相信全新PRADO普拉多会让更多人心动。

本报记者 王万利/文并摄



## 新帕萨特 VS 新迈腾

**共用平台:**大众PQ46平台

**市场情况:**新帕萨特上市以来一直供不应求，4S店无现车，订车至少要等一个月。而即将于本月底上市的新迈腾现已开始接受预订，订金2000元。据悉，月底首批上市的新迈腾为1.8TSI和2.0TSI车型，3.0L V6车型预计9月上市。

**点评:**新帕萨特底盘调校偏舒适，瞄准中高端商务客户，主打公务市场。新迈腾强调的是其正宗的德国血统，源自大众第七代B级车的最新技术，旨在突出豪华和时尚品位。

## 第八代索纳塔 VS K5

**共用平台:**现代汽车平台

**市场情况:**眼下市场上第八代索纳塔和K5的优惠幅度较高，均在1万元以上，且购车有大礼赠送。这两款车是韩系车冲击中高端市场的利器，在5年/10万公里新保修政策推出后，两款车销售量都有了不同程度的提升。

**点评:**两款车外形上突破自我的前卫设计是最大的亮点，但市场定位却不同。第八代索纳塔面对的是公商务市场兼顾个人。而K5则个性化更突出，目标人群也更时尚、前卫。

## 新君威 VS 迈锐宝

**共用平台:**通用Epsilon II平台

**市场情况:**新君威自上市后一直备受消费者喜爱，眼下市场上最高优惠在1万元左右，现车充足且颜色齐全。雪佛兰迈锐宝预计11月上市，根据雪佛兰品牌的定位来看，市场人士预测迈锐宝上市后的厂家指导价格将会略低于新君威。

**点评:**新君威彻底颠覆了老款的稳重形象，更具轿跑车的视觉冲击力，因此也极受时尚人士追捧。但外形灵感来源于《变形金刚》中“大黄蜂”的迈锐宝，显得更酷更炫。 商报记者 刘硕/文 厂家/供图

# 埃尔法加价售车并非因畅销

记者从京城汽车市场了解到，目前在广汽丰田渠道销售的进口高端MPV车型埃尔法基本无现车，想提前提车则需加价几万元，有些经销商处的加价程度甚至超过了10万元。



虽然经销商的销售人员告诉记者，埃尔法的加价是由于供求一直紧俏，但中国进口汽车贸易有限公司市场营销部经理王存认为，从前5个月的销量来看，埃尔法的销售数据并不高，市场上出现加价行为的主要原因是日本地震导致的车辆供应短缺。“经销商的目的就是赚钱，谁不想趁供货紧张之际多赚点钱？”王存说。

来自中国进口汽车贸易有限公司的数据表示，5月，丰田埃尔法上牌量仅为285辆，这与奔驰R级的910辆、起亚新佳乐的1003辆相比，逊色很多。

据记者了解，2010年11月3日，丰田继FJ酷路泽之后的第二款进口车型Alphard在国内正式上市销售，中文名字定为埃尔法，并通过广汽丰田的销售渠道销售。作为一款丰

田高端MPV，埃尔法最大的亮点在于豪华的内部配置和空间。埃尔法配备了2.4L直列4缸2AZ-FE发动机和3.5L 2GR-FE V6发动机供选择。

王存告诉记者，埃尔法的定位比别克GL8要高，有一定的市场需求，但加价几万元甚至十几万元并不值。“消费者完全可以等日本地震影响减弱后，再选择购买埃尔法。”王存说。 商报记者 钱瑜

## 新车

# 瞄准家庭用户 逸致京城上市

7月16日，售价14.98万~23.98万元的广汽丰田逸致正式登陆北京市场。逸致京城上市发布会的主题为“快乐家庭起航”，由此不难看出，家庭用户是逸致的主要目标销售群体。此外，广汽丰田方面还称，逸致的到来将开启中国换车元年帷幕。

记者采访京城广汽丰田经销商后获悉，逸致展车到店已经有一周，消费者关注度较高，各家经销商也分别接到了一些订单。据经销商透露，订购逸致的顾客绝大多数是因为家庭人口较多，买车的主要目的是为了全家出游更方便。此外，这些顾客中超过半数已经有车，逸致是



其家庭的第二辆车。

高油价、高停车费、限购以及堵车等因素使消费者买车、用车难度和成本提高。广汽丰田方面认为，FUV逸致上市将为上述难题提供最

佳解决方案。但很显然，消费者对FUV这一新概念的接受需要一个过程。虽然广汽丰田的经销商称逸致是一款性价比较高的好车，但其到店后却是看的人多，订的人少。不过，经销商们也认为，这是由于逸致的广宣还没有铺开。“随着宣传力度的提高，订单应该会不断增加。”一位经销商这样说。

据介绍，逸致是在有“中国第一环保工厂”、“全球模范工厂”之称的广汽丰田第二工厂生产，与汉兰达同享高标准的制造品质。此外，厂家3年或10万公里的整车保修也让很多消费者心动。

本报记者 王万利/文并摄