

广州车展观察： 小车市场的“变”与“不变”



精品小车的“不变”与坚持

小车市场一直是自主品牌“重兵屯集”的根据地。而随着市场份额的不断上升,合资品牌不断加入,竞争日趋激烈,等级分化也日渐明显。近一年来,小车市场新车不断涌入,爱唯欧、嘉年华、雨燕等主流品牌不断升级推出新品,小车市场的整体竞争力和品质的不断提升,使得消费游离的客户根留于小车市场。

面对小车市场的大浪淘沙,仍有众多精品小型车屹立不倒、经久不衰。骊威、POLO等合资车型与其他品牌车型相比,均被贴上了高端、精品小车的标签,他们在价格、空间和造型等方面给

予消费者的价值感根深蒂固,超越了新进品牌带来的影响力。

调查表明,随着时代的发展,人们追求生活品质的脚步也在逐步加快,消费者的消费趋向呈现出利价比和品价比交融的特征。车型品质成为关注的焦点,主要集中在安全、价格、造型、空间、品牌、整车质量和舒适性等方面,目前的发展趋势是,品质表现越精致的车型,越受到市场的青睐。

笔者身边有不少同事选择了新骊威家族,闲聊中得知:他们在购车选择时,看中了骊威的高品质和实用性,无论是空间、燃油经济性,还是外

观,都给人一种宜家宜商、全时全能的感觉,对于家庭来说非常实用,更重要的是满足了他们对小车品质的需求。

从骊威、POLO、瑞纳等车型的销量表现来看,也印证了这一点。众多精品小车跻身销量排行榜前列,是名副其实的明星车型。今年以来,新骊威家族一直保持月均销量8000台以上,并多次夺得该细分市场销量冠军,堪称精品小车王者。11月新骊威家族销量高达8036台,1-11月累计销量更是高达90672台,稳居同级市场区隔三甲宝座。

全时全能 演绎经典

作为精品小车中的典型代表,新骊威家族上市以来一直领军该细分市场,并凭借高品质、实用性演绎小车王者传奇。新骊威家族分为新骊威劲悦版、新骊威劲锐版及新骊威劲逸版三款车型。新骊威劲悦版外观时尚、动感,彰显着时代气息。同样,朴素的内饰,桶型的仪表盘设计,中控台镶嵌的金属条和浅色的座椅在简洁中彰显着运动气息,宽大的凹型头枕,给人一种舒适、享受的感觉,各个细节都彰显出该车的品质和精细,这完全满足了消费者对车高品质的要求。

新骊威劲悦版最大的优势在于其宽敞舒适的驾乘空间。新骊威劲悦版长、宽、高分别是4178mm、1690mm、1565mm,而轴距则达到2600mm,这足以令它在同级别的家轿中傲视群雄。驾乘者能够获得一个很好的头部空间和腿部空间,后排腿部空间非常理想,即使乘坐三个成年男性,腿部也可以自由舒展开来。

在空间上的优势,大大满足了消费者对空间的需求。当需要较大的存储空间而不需要很大的腿部空间时,可以把座椅向前滑动,或者把后排座椅折叠平放,甚至前排座椅也可以向前调整,这样就可以适应超长物品的储运。

骊威劲锐版造型更加硬朗有力。全新的黑色车侧大包围和粗犷轮眉,全包式前后保险杠设计,现代感的前格栅和顶置动感行李架,让原本较为平和的骊威即刻迸发出强烈的运动活力;外观潮流新锐,内饰同样毫不逊色,酷感十足的深黑色取代浅色调成为骊威劲锐版内饰的主色,换挡手柄、中控台和方向盘则采用金属银色饰条作为点缀,座椅和门饰的主要部分都使用了特殊布料。

骊威劲锐版继续发扬新骊威家族大空间、全时全能的优点。骊威一向有口皆碑的内部空间设计,让这个两厢车不但拥有宽敞的头部空间和后排宽裕

的膝部空间,更使行李厢容积高达383L。不仅如此,配合6:4分割的后排座椅调整,一个轻松的动作更可将行李厢调整至1548L的容量,创造同级车之最,即使像山地车这样的大件物品也能随意装载。

新骊威劲逸版突破轿车理念,采用了7座设计,三代人共处一车不再成为难题。三排座椅的8种组合方式,只需简单操作就可轻松完成。车内25处储物空间,遍布每一个角落,一切触手可及。在空间设计上,新骊威劲逸版更是把总长度的51.6%提炼出来成为“车内有效空间”,这样的效率在同档车型中无其右者。全部放倒其后面的两排座椅之后,可以得到946L的储物空间,就算仅仅放倒后面一排座椅,也可得到589L的使用空间。

业内人士分析认为,正是由于精品小车对品质的坚持,成就了数个经典明星,也带领小车市场走向新的发展高度。

每逢车展,大家都期望从中窥探一下一年车市的发展趋势。今年的广州车展也毫不例外,新车集中上市、企业高层发表重大战略,各大厂商都为征战明年车市重兵布局。然而从各细分市场来看,表现却各不相同。在城市SUV、中高级车及中级车市场等细分市场新锐不断涌入,相比之下,小型车市场的表现更为平静、平淡。

小车市场并未出现前两年的一派繁荣景象,市场表现也印证了这一点,2011年小型车市场增速放缓,然而近几年几经沉浮,大浪淘沙过后,也将小车市场中的精品小车历练成金。



小车市场的“变”

与坚固屹立不倒的中级车相比,小型车市场活力令人惊叹,它的跌宕起伏更是超乎想象。2011年的小车市场并未出现前两年的高速增长,过去三个季度对政策最敏感的小车市场而言,政策的骤然收紧和客观因素对这一区隔的车型来说有着重要的影响。数据显示,2011年轿车市场份额逐步下降,SUV份额逐步上升,轿车市场增速放缓,其中以小型车为首。

有人称小车市场是“政策市”,小车市场的起伏不定成为近几年来的一大特色。近年来,由于小排量优惠政策取消,部分城市限购及消费结构不断升级,消费者更倾向于一步到位,致使小车受到较大影响。东风日产4S店人员表示:“很多首次购车的消费者放弃了入门级的小车,转向更高端的小型车以及排量更大、更高档的大车。”

说起小型车市场跌宕起伏,还要将画面转到2009年。为了促进节能减排,国家自2009年开始陆续推出购置税、汽车下乡和节能补贴等一系列鼓励政策,很大程度上刺激了小排量车的增长,小型车市场一片繁荣。

可见,小型车市场份额的提高受到政策的影响很大,政策刺激将这一需求放大化,导致需求提前释放,刺激政策一结束,便表现出增长乏力的局面。小型车市场不断“变”化,却催生了高品质小车的脱颖而出。作为小型车市场的重要一支,精品小车却演绎着“不变”与坚持。