



## 新一代君越河南品鉴会举行

8月1日,河南旭龙、河南新纪元、河南众通、河南远见联合在河南电视台8号演播厅举行“别克冰蓝之夜”品鉴会。活动现场,新一代君越特有的Ice Blue冰蓝一体环绕灯,在大气磅礴的背景音乐中,营造出一个动感时尚的优雅环境。整场品鉴会将新一代君越“进、劲、境、静、净”的精髓展现得淋漓尽致。

作为上海通用的战略之车,别克全新一代君越专为新时代财智精英倾力打造。新君越是继别克新君威、昂科雷之后,再次彰显了别克“心静思远,志行千里”的品牌精神的核心车型,并在传承别克品牌“动静合一”产品精髓的基础上给予了更完美的超越。

据介绍,今年是别克进入中国的第十一年,凭着持之以恒的责任与信念,用户已经超过200万。品鉴会上,上海通用河南区域经理程瑞透露,2008年12月,别克新君威面世,销量一直攀升,并且迅速建立了在运动型中高级轿车细分市场的领先地位。而别克全新一代君越的上市,进一步完善了别克“双品牌”布局,为全新的别克品牌加速市场发力提供强大助推。

张延昭

# 传统 VS 新锐 中高级车市“裂变”

本报记者 李莉 实习生 赵琳苏

以稳重、大气为格调的中高级车市迎来一场“运动”革命:前有蒙迪欧、迈腾,后有新君威、思铂睿,随着“运动细胞”的扩散,中高级车市正在逐渐“裂变”为两个阵营。

### “运动风”劲吹

7月27日,东风本田在上海金融中心发布了其第三款中型车思铂睿,明确定位为“高端运动型轿车”,主要卖点归结为“时尚、个性和动感”。  
而从年初开始,除了原有的领军车型凯美瑞进行了换代升级之外,中高级车市上市的新“新军”几乎全是运动风格浓郁的车型:3月1日,一汽大众推出了搭载DSG双离合、运动性更强的09款迈腾;4月12日,一汽马自达推出了睿翼,延续了马自达一贯的运动“基因”;7月8日,上海通用发布新君越,全新的造型设计动感新潮;再加上去年上市在中高级车私人消费市场刮起运动旋风并热销至今的新君威,以及更早的马自达6、一汽丰田锐志、长安福特蒙迪欧-致胜,中高级车市场上主动动感时尚个性牌的“新势力”正在悄然崛起。

### 小市场、大份额?

记者了解到,今年上半年,“运动型”中高级轿车给出了漂亮的“中考”成绩单:1月-6月,马6实现终端销售39382辆,同比增长26.4%,完成年初销量预期的近八成;轿跑车新君威更在6月份实现了单月销量突破7000台的不俗业绩,进一步推动了中高级私人动感座驾这一细分市场的发展和壮大。  
9月5日,东风本田思铂睿的加盟将让这一细分市场再添一员“猛将”。“思铂睿瞄准的是以新君威、睿翼等

车型为代表的运动型中高档轿车市场,东风本田希望思铂睿和CR-V一样,继续延续‘小市场大份额’的理念,在细分市场抢得先机。”东风本田华林店市场部经理张皓告诉记者,思铂睿在外形、技术和定位方面都旨在树立年轻、时尚、个性化和驾驶乐趣的高端形象,与雅阁、凯美瑞、帕萨特领驭等讲究大气的舒适型轿车形成了明显区别。

这样的定位机遇和风险并存。东风本田执行副总经理刘裕和在思铂睿的发布仪式上明确表示:“运动型中高级车市场刚刚有了一个比较好的成长性,它还不像大众市场一样,甚至还不像SUV市场那样成熟,因此这个市场一定是充满挑战和具有相当商机的。”

### 2.0L 为主阵地

尽管从年初一直等到了睿翼上市,7月底,在经济开发区上班、喜欢“运动型轿车”的刘清最终还是选择了马自达6。他说:“2.0L的动力已经足够了,排量大了太浪费,更关键的是马自达6的价格在我可以承受的范围之内,睿翼的价格要高得多。”

像刘清这样喜欢时尚、个性但对价格更为敏感的年轻精英已然成为运动型中高级车的主力消费群,这也使得价格较低的2.0L排量成为其主要竞争市场。

数据显示,目前运动型中高级车销量最好的新君威主打排量同样是2.0L。“新君威绝大多数的购买者为私人消费,购买群体年龄要明显低于传统中高级车。”河南



Brilliance Auto 河南裕华晨光 华晨汽车全品牌经销商  
中华骏捷FRV1.5L隆重上市  
销售热线: 0371-60612866 (花园店) 63730743 (北环店) 66539789 (中博店)

资料图片

旭龙4S店市场部工作人员告诉记者:“2.0L排量要比2.4L好卖得多,上半年2.0L新君威的销售占总销量的65%左右。”

同样的偏重在马自达6与睿翼的销售目标上也得到了体现:7月10日,一汽马自达汽车销售有限公司宣布,马自达6全年销量目标从年初5.2万辆提升至7.8万辆。同时,首批仅推出2.5L排量的睿翼全年销量目标则由4.5万辆下调至2.8万辆。“2.0L车型上市之后,睿翼的销售情况应该会更好。”一汽马自达河南弘通的销售人员表示。

### 剑走偏锋 or 发展潮流

作为利润最为丰厚的细分市场,中高级车市历来不乏“凯觐”者。运动型中高级车的异军突起给上半年的中高级车市带来了一抹亮色,但也有市场人士认为,运动型中高级车还不能取代传统中高级车成为市场主流。

“目前购买凯美瑞的消费群体仍然是40岁左右的成功人士,相对于一些造型更前卫、更运动的车型,他们更期望的是大气的造型、稳定的品质和尊贵的服务。”广汽丰田骏捷店市场部王经理告诉记者:“从销量上来看,运动型中高级车在整个细分市场上尚属‘第二梯队’。”他认为,雅阁、凯美瑞轮番坐庄的中高级车市让不少希望在该细分市场有所作为的厂家采取了侧面突围的方法,以前卫、个性为卖点避开与雅阁、凯美瑞的正面竞争,剑走偏锋、出奇制胜。

“运动与否不是消费者选择一款中高级车的决定性因素,品牌及综合品质才是关键。”广汽本田北环店总经理卢玉平表示,中国车市每年都会有一种新风潮、新概念,对于消费者来说,这种新鲜感是亮点也是吸引力,会在一定程度上引起部分消费者的关注及购买欲。她同时认为:“以私人消费为主的运动型车型和传统的高端商务车两种风格互补,扩大了消费者的选择空间,也就扩大了整个中高级车的市场份额。”

## PASSAT 新领驭 志·领先机

裕华上联 上海大众汽车销售服务专家

### 峻雅设计 前瞻趋势



裕华上联09年途安专营店  
即日起购买途安、新领驭有惊喜礼包并加送GPS导航。  
详情请咨询 66828547

### PASSAT 新领驭 全新造型引领前瞻设计理念先机

PASSAT新领驭,前瞻运用大众全球创新设计理念,成就全新峻雅现代造型,以简洁洗练的横向水平线条,拓展外形宽宏大气视觉冲击力,以Alcantara®镶拼豪华座椅,演绎精致细节塑造的低调奢华,更以丰富人性化科技配置,展现贯穿始终的前瞻视角,臻达造型理念的全新境界,内外兼修,志领先机。

全新时代精英座驾,敬请莅临河南裕华上联汽车销售服务有限公司预约试驾。



飞翼式BI-HID远近双氙气前大灯 飞梭式双环状LED尾灯 Alcantara®镶拼豪华座椅

## 河南裕华上联汽车销售服务有限公司

城东路店:0371-66828547 66817777 24小时服务热线:0371-66819405 地址:郑州市城东南路118号  
北环店:0371-63732775 地址:中原汽车交易中心东区东九厅

上海大众汽车 SHANGHAI VOLKSWAGEN



### 车市聚焦

### 中国今年进口车市将好于预期

今年中国全年的汽车进口量将好于年初10%的降幅预期,进口量预计为近40万辆左右。中国市场一枝独秀,全球汽车市场开始了新一轮的整合重组。

记者日前在“中国进口汽车企业战略发展高层峰会”上了解到,目前全球汽车市场增速已大幅放缓,发达国家市场急剧萎缩,几乎所有的汽车跨国公司都在不同程度地瘦身、减产、裁员或关闭工厂。但与此同时,以中国为代表的新兴市场在全球产业格局中的比重明显提高。各国主流汽车厂商纷纷出台刺激其汽车工业的措施,生产也逐渐向中国转移。今年上半年,中国汽车销

售同比增长一成八,连续六个月销量居世界第一,成为全球最亮点。

由中国汽车流通协会、中国欧洲经济技术合作协会联合主办的“2009首届北京进口汽车博览会——中国进口汽车企业战略发展高层峰会”旨在帮助海内外汽车企业积极应对全球金融危机、了解中国市场的政策及市场形势,共同把握中国汽车市场新机遇。峰会主题为:全球战略之中国定位与企业社会责任。本届峰会特别得到中国商务部、国家机电产品进出口办公室的大力支持。 王文

### 商务部:正加紧研究新能源汽车优惠政策

据央视报道,今年上半年进口车销售量达到15.3万辆,其中3.0L以下排量的进口车成为销售主力,而新能源汽车由于价格偏高销售情况并不理想。商务部表示,将加紧研究新能源汽车的优惠政策。

据报道,在北京首届进口车展上,节能环保车超过了30%,3.0L以下的进口车比例也达到了40%以上。据中国进口汽车贸易公司的最新统计,今年上半年,排量小于、等于3.0L的中低排量进口车同比增长38.53%,而排量大于3.0L的大排量进口车同比下降12.56%。

商务部部长陈德铭称:“下半年进口车仍然采取非常开放的市场,让国外的一些新型的节能环保和小排量汽车进来,我们政策取向是新能源混合动力小排量,我们还要往这方面推广。”

陈德铭表示,小排量的汽车优惠政策已经出台,对于新能源汽车的优惠政策,国家有关部门正在研究。他指出,目前新能源汽车比较成熟的技术还是油电混合动力,当然油电混合动力两套动力系统价格会稍微贵点,所以国家有关部门正在研究这方面的优惠政策。 钟报



### 车市观察

## 路堵变开车习惯 自动挡微轿走俏

随着城市交通压力越来越大,频繁换挡成为众多新手头疼的事情。而自动挡车型因为没有油离配合,遇到紧急情况也不需要手忙脚乱地换挡,成为首次购车者的新宠。记者日前走访省城车市发现,自动挡车型不仅在中高级车市走俏,就连刚刚入门的家用微轿市场上,自动挡车型也是“一车难求”。

### 女性车主、新手司机购车首选

在一家汽车4S专卖店,记者遇到前来看车的刘小姐,她看中的是一款自动挡微型车。四门电动车窗、电调后视镜、遥控钥匙、单碟CD+MP3接口这些以往极少出现在微轿细分市场出现的配置,全部出现在这款小车上。  
刘小姐告诉记者,周围的朋友都开始买车了,自己也盘算着买一辆。朋友们给她的第一条建议就是买自动挡车型。“周围开车的女性朋友们都在抱怨手动挡麻烦,技术不熟在路上经常被人按喇叭催,越催越手忙脚乱,最后连开车的兴致都没了。”车主张女士和刘小姐的情况差不多,平时开车除了上下班,最大的任务就是接送孩子。“看看街上都堵成什么样了,开手动挡真是受罪。”张女士感触颇深。

记者发现,自动挡车主除了女司机居多外,首次购车的新手也占了相当数量。一家驾校的教练告诉记者,现在很多驾校都是“速成班”,从上车到拿证快的只需3个月,学员们拿到驾照就迫不及待地跑到4S店买车去了。然而,在驾驶技巧不熟练的情况下,手动挡对很多刚拿到驾照的学员还是个不小的挑战,他们当然希望买个操作简单的自动挡车型了。

### 销量占四成 现车供不应求

据介绍,上半年自动挡车型销售火爆,顾客必须先下订单,等待厂家配额发货。在这些自动挡车主中,首次购车的女性消费者占据了绝大多数。“自动挡车型能够占到四成左右,几乎全部卖给刚参加工作的小姑娘了。”销售人员坦言,自己也没想到自动挡会如此受欢迎。  
据了解,以前自动挡车型在微轿领域销售一直很少。而现在很多店里,自动挡微轿车型都有不少。在很多专卖店,消费者选购自动挡微轿,必须先提前预定定金,经销商向厂家下订单,然后由厂家发货。尽管这个过程需要持续20天时间,可很多消费者情愿等,也不会考虑手动挡车型。

一直以来,国内微轿市场上在售的自动挡车型除了熊猫和奔奔之外,就剩下比亚迪F0、SPARK等几款产品。自主变速器成本高,加之微轿整车利润普遍偏低,使得厂商投放自动挡车型热情不高。不过现在面对消费者如此高涨的求购热情,微轿厂商应该重新考虑自己的市场策略了。

张文亮