

价格低及较高的性价比是中国品牌的优势,尤其在SUV及MPV细分市场中,中国品牌的优势渐显,颠覆了以往合资SUV领衔的局面,可以说,在最近两年的汽车市场上,更懂得中国消费者需求的中国品牌逆袭成功。

与合资品牌一较高下 中国品牌成功逆袭

本报记者 刘婷

SUV市场 中国品牌以价格取胜

中汽协公布的数据显示,2015年一季度汽车销量前十名企业,一汽丰田掉落十名以后,长城汽车和东风悦达起亚、长安汽车入围前十名。尤其在SUV车型的销量排行榜中,中国品牌以价格优势取胜,刷新了2015年一季度SUV车型TOP 10榜单,占据了八席。

今年第一季度SUV车型共销售129.22万辆,同比增长48.58%。3月份,SUV车型共销售47.41万辆,同比增长53.57%。哈弗H6依然领跑SUV市场,瑞风S3表现强劲,跃居第二。

“我们店一季度仅哈弗H6就卖了1207辆,4月份前22天卖了154辆。”长城汽车临沂九州顺通4S店工作人员告诉记者,去年哈弗H6在临沂一共卖出2958辆。

“我们店的瑞风S3一季度卖了365辆,四月份到目前卖了122辆,估计月底销量能突破150辆,五月份预计订单在200辆以上。”江淮汽车临沂开元4S店市场部孙晓东说。

轿车市场 依然是合资品牌的天下

在中国人对驾驶自由化以及购车年轻化理念的推动下,人们对轿车市场的关注度与日俱减,轿车市场已经成为众多发展成熟的合资品牌栖息地。中汽协公布的数据显示,2015年第一季度轿车销量310.37万辆,占据乘用车销量62%,环比增长32.6%。3月份,轿车销量107.28万辆,环比增长32.62%,同比下降1.43%。

在2015年3月份轿车排行TOP 10榜单中,依然是合资品牌的天下,朗逸第一季度销量连连夺冠,轿车销量前十名大众车型中大众占了半壁江山,一切都源自品牌的影响力。在一定意义上说,也是大众在中国深耕三十年的结果。大众在中国各级别车型布局缜密,每个级别都有拿得出手的重量级车型,对于中国轿车最火热的紧凑级市场,朗逸家族的推出以及

取得的成绩,已经将车型的细分市场到达极致。

中国品牌 更懂中国消费者的心

与合资品牌相比,以价格取胜的中国品牌,最懂目前中国主流消费群体也就是人生第一台车的消费群体。这一群体更注重驾驶自由化和购车年轻化理念,他们喜欢外观漂亮,配置丰富,油耗合理,动力足够,售价在10万元左右的汽车。

“刚踏入社会不久的年轻人在最初这几年财富积累还不够多,买车时更多考虑10万左右的价位,同时这群人上有老下有小,他要关爱别人,也希望别人关爱他。中国品牌的汽车充分考虑他们的需求,在造型、外观、排量、价格等各方面去量身定制。既满足消费者对自我的感性认知,又满足他们理性的实际需求。”临沂九州奇瑞4S店的工作人员说。

相关链接

那些叫板合资品牌的高颜值新车



吉利博瑞

预售价:14.68-18.78万元
高颜值解析:沃尔沃设计师打造,吉利首款轿跑式中型车
外观上,博瑞在设计上有很多沃尔沃的味道,比如前格栅设计的灵感就来自沃尔沃此前发布的“天地”概念车。

江淮新瑞风S5

售价:8.95-13.95万元
高颜值解析:采用江淮家族式设计风格打造,辨识度更高

第二代瑞风S5在前脸造型上进行了重新设计,前脸采用了江淮家族化的“宝瓶口”式设计理念,两侧日间行车灯与其贯穿相连,运动感更加强烈。

长安悦翔V7

售价:6.09-8.69万元
高颜值解析:长安海外工作室设计,整车质感接近合资车水平

正当某些自主品牌热衷于效仿别人时,长安已经悄然的建立了自己的“设计”以及“动力总成”研发中心。其中,悦翔V7就是代表作。V7整车线条凌厉,这赋予了车身更具“肌肉感”的外观特点。

记者 邵明习



中国 长春 www.faw-vw.com vw.faw-vw.com 客户关怀热线: 4008-171-888

全系车型

优惠超乎期待

全系车型钜惠

首礼三选一

1年免费车险

0利率

置换优惠

4月26日



远通大华/东华/久华

新速腾、Golf 1.2T 新车型 同期火热上市

一汽-大众全系车型大钜惠,新速腾、Golf 1.2T 新车型同期火热上市,到店更享礼上礼
优越品质始终如一,压轴钜惠与您共享。即日起至6月30日,一汽-大众为您呈现质“惠”双重礼!
购买任意车型,多重好礼随心选:一年免费车险、信贷零利率、置换补贴,到店更有全系车型钜惠,超级惊喜等着您!机“惠”稍纵即逝,详情请速致电当地经销商。



Das Auto.

临沂大华一汽-大众4S店
销售热线: 0539-8465908

临沂东华一汽-大众4S店
销售热线: 0539-7678910

临沂久华一汽-大众4S店
销售热线: 0539-8562917