



# 2018： 中高级轿车拼实力的一年

尽管SUV市场销量增幅一枝独秀，但是仍然难抢轿车作为乘用车市场最大单品的风头。今年2月份，以迈腾等为代表的中高级轿车，业界称作中型车或者B级车的车型，开始挤进了乘用车销量前十名排行榜；德系豪华品牌高端B级车也超越很多非豪华品牌，独领风骚，让业界对今年的中高级车市场满怀期待。

2018年可谓中高级车拼实力的一年，德系、日系、韩系车企在中高级车市场上已经开始虎视眈眈，或是推全新一代车型，或是导入自动驾驶技术，或是发力小排量混合动力车型，重新布局中高级车市场。正所谓将欲夺之，必固与之，2018年，中高级轿车市场已经迎来了一场销量之变。

## 德系为何占据第一梯队

从1~2月份中国汽车工业协会(以下简称中汽协)的统计来看，迈腾以4.3万辆的销售业绩摘得中高级车榜单第一的位置，其次是帕萨特、雅阁、名图、凯美瑞、迈锐宝、天籁、君越、君威和蒙迪欧，排名前10位车型无一例外销售过万。在这个榜单中，大众系的迈腾、帕萨特当之无愧处在第一梯队，这主要得益于德系品牌在国内中高级车市场上根深蒂固的品牌及口碑。据了解，2017年全年，B级主流三厢车市场总销量为121.4万辆，单是大众品牌的迈腾和帕萨特两款产品就占到25%的份额。

从2月单月销量来看，上汽大众帕萨特超越迈腾，单月销售为14124辆，重回销量榜首，多少让人有些意外。不可否认，这一代帕萨特产品的市场竞争力颇为强劲，一方面曾创造单月3.2万辆的销量纪录，另一方面，在接近生命周期尾声时仍能力压雅阁，可见其固有的市场地位很难撼动。当然，日系雅阁也不甘身处德系之后，今年4月份计划推出搭载1.5T的第十代雅阁，力拼中高级车市场。究竟谁能胜出，今年上半年或将见分晓。中国汽车工业协会副秘书长师建华在上个月的信息发布会上说：“在高档B级车市场，部分旗舰车型的销量增速保持较快水平，市场呈现了一定的两极分化。”

## 豪华品牌下压力有多大

实际上，在高档B级车市场，德系三强也保持了单月超万辆的销售

业绩。1~2月份，奥迪A4L继续领跑，累计销量突破3万辆；奔驰C级和宝马3系紧随其后，分别达到28348辆和23530辆，同比平稳增长。对比销量，德系三强的高端B级车销量实际已经开始超越大部分非豪华品牌中高级车，2018年，很多合资非豪华品牌在这一细分市场将面临巨大的压力。

一位雪铁龙经销商老总接受记者采访时表示，目前在一二线城市的换购市场，豪华品牌已经成为很多车主的首选，其中高档B级车以其价格低、品质好正在赢得越来越多消费者的青睐。以雪铁龙C5为例，虽然价格一降再降，但是仍然在北京等一线城市销售乏力。目前，高档B级车车型尺寸越做越大，而且主力车型价格开始压到30万元以内区间，甚至逼近24万元，已经开始蚕食非豪华品牌在这一细分市场的固有地位。

当然，并不是所有豪华品牌都有这么好的表现。处在第二梯队的凯迪拉克ATS-L月均销量为5600辆，仅略高于去年平均水平；英菲尼迪Q50L和沃尔沃S60销量却在持续下滑，销售数字相当难看。从目前看，决定B级车在一二线市场成功的主要因素仍然是品牌及口碑！

## 日系技术优势不容小觑

众所周知，日系中高级车一直是雅阁、凯美瑞和天籁三款车独领风骚，而随着这一市场发生变化，日系品牌在推出更小排量中高级车的同时，也在加快布局混合动力车型，以双线作战的策略决战国内中高级车市场。

广汽丰田去年上市的第八代凯美瑞可谓是“脱胎换骨”。作为第一款完全基于TNGA架构开发的车型产品，该车绝大部分零部件从零重新开发、核心部件全部采用最新技术，这包括了全新2.5L Dynamic

Force Engine 发动机、全新 Direct Shift-8AT 变速箱、全新底盘及悬挂。该车上市至今，其混合动力版本车型已经占到全部销量的20%；雅阁今年也将迎来第十代车型，预计该车提供1.5T+CVT高低功率两款不同版本动力系统。除此之外，广汽本田下半年也将推出混动系统版本车型。另外，相对销量落后的日产天籁也开始在国内测试全新车型，预计新车型搭载的1.6T发动机可能会取代之前的2.5升发动机，同时将导入混动系统。作为一个亮点，新车还将搭载ProPILOT自动驾驶技术，车辆可在单车道内实现自动控制转向、加速、制动。

目前，在日系中高级轿车市场，雅阁仍然是一枝独秀，甩开了凯美瑞和天籁，稳居中高级轿车销量前三名。

## 韩系中高级车仍需努力

从中汽协公布的销量来看，2月份，韩系北京现代名图以8515辆位居非豪华品牌中高级车销量排行榜第四位。但是从其市场定价来看，名图作为现代品牌的一款中型车，其价格区间已经被划入10万~15万元价位区间，低于中高级车17万~24万主销价格区间，因此其当下市场地位某种意义上是降价促销的结果。反观现代品牌旗舰轿车现代索纳塔9和起亚K5，因品牌力不足，销量自去年开始一路下滑。今年1月份，起亚K5销量仅为1549辆，索纳塔9销量滑落到432辆，韩系中高级车市场地位实际已不及很多自主品牌。

“下一步，韩系品牌只能从品牌上实现突围，才能拉齐与德系、日系中高级车的差距。”一位不愿意透露姓名的车商坦言，不可否认，过去韩系中高级车以高配置著称，比如全景天窗、多功能方向盘、中控液晶屏等配置，如今这些配置已经不是新

鲜物了。而在创新技术方面，韩系中高级车缺乏独特的技术，因此品牌力开始在下滑。这位人士接着说：“很显然，韩系品牌在应对市场方面滞后了，已经形成了品牌‘天花板’，今后必须加快本土化进程，紧跟市场潮流。”据悉，目前现代集团已经成立烟台研发中心，与中国本土汽车市场对接，开发下一代更智能、性能更高的车型。

当下，在中高级轿车市场，除了韩系之外，包括美系蒙迪欧在内的多款合资B级车，因为市场原因普遍有17%~20%的促销优惠，而像名图、君威、迈瑞宝在内的部分车型，价格优惠幅度更大。对于众多车企而言，B级车仍具有打造品牌的意义，因此不容放弃。

## 自主品牌还欠缺什么

多年来，中国自主品牌都有一个品牌“天花板”难以突破，这个“天花板”实际上就是中高级车的产品力不足导致。比如较早前的比亚迪思锐、吉利帝豪EC8、奇瑞东方之子等都是自主品牌的中高级车，开发初衷是为实现品牌突围而开发的车型，但是，即使经过多年不懈的努力，至今仍然难以逾越这个“天花板”，最终只能选择退出了市场。而像北京荣威750、奔腾B70、东风风神A9几乎已经处在退市的边缘。

而在国际汽车市场上，中高级车作为各个品牌的主销车型，不仅最先搭载最新的动力系统，配置也最为丰富。中国自主品牌作为一个成长性品牌，往往不是一朝一夕能迎头赶上的。一些市场人士分析认为，导致这一现象的主要原因仍然是技术实力不足。首先，自主品牌开发中高级车时间较短，缺乏一定的市场认可度；其次是核心动力(大排量发动机和变速箱)受制于外方，无法紧跟技术潮流；再有是后续车型开发实力不足，难以跟上市场变化。如今，一些自主品牌已经开始另辟蹊径，谋求实现赶超。比如长城汽车依托国内SUV市场，已经成为全球最大的SUV品牌之一，并伺机推出了高端品牌魏派；吉利汽车开始整合国际汽车资源，开发适销对路的全新车型，并投入巨资全力打造高端化品牌领克，实现品牌力的提升。尽管如此，自主品牌在中高级车市场仍有很长的路要走。

总之，中高级车市场已经成为厂商不容忽视的细分市场，2018年必将迎来更加惨烈的竞争。

(据《中国青年报》)