



中级豪车市场竞争激烈 优惠 10 万元也不罕见

在中国汽车市场,豪华品牌中级轿车间的竞争一向激烈,几乎所有主流的车企都已进入中国市场,甚至多数已经实现国产。随着汽车消费升级的到来,这一细分市场的份额一直处于上涨的快车道。不过,为了争夺市场份额,它们动辄数万元,甚至过十万元的现金优惠都是等闲事。记者走访羊城车市发现,随着一直当红的宝马3系全新上市,无论一线品牌还是二线选手,新一轮“火拼”在所难免。出手还是等待?似乎不是什么艰难选项。

一线豪车在中国日子越来越难过

消费升级成为今年车市的趋势,

不少豪华品牌在中国车市的日子越来越难过。而豪华品牌中级轿车因为90后消费群体的成长,也获得更大的成功。对任何一个豪华品牌来说,这一细分市场销量举足轻重,各车企投入重兵参与竞争。不过,主角似乎永远是“BBA”德国“三驾马车”间的专利,翻开销量表也可以看到,奥迪A4L、宝马3系、奔驰C级这3款车型是绝对的主流消费者的最大选项,霸占了豪华车市场绝大部分市场份额。他们的月均销量全部都能轻松过万,销量遥遥领先于其他二线豪华品牌,甚至与大众、丰田、本田等合资品牌的中级轿车销量相比也不逊色。而反观二线豪华品牌的中级车销量表现一般,一二线品牌之间可以用“泾渭分明”来形容。

德国“三驾马车”之中,奥迪曾长年领跑豪华车市场,由于其较早地完成了国产化,所以国产A4L成功占领了豪华中级车市场。随后宝马、奔驰也相继推出国产3系和C级,并不断加强本土化,他们的激烈竞争从国际市场一直延续到中国市场之中,产品力也得到中国消费者的认可。业内人士普遍认为,随着宝马新3系的上市,豪华车领域的竞争肯定也会更加激烈。

除了上述3只领头羊,其他被称为二线豪华品牌的中级轿车日子就不说不上很好了,占据的市场份额并不

大,表现甚至是有“点糟糕”。抛开如阿尔法·罗密欧这样的小众品牌,凯迪拉克、沃尔沃、英菲尼迪、捷豹、讴歌等已在中国国产的二线豪华品牌中,作为规划中的主力车级,中级轿车指导价基础上出现打七折左右的优惠力度,似乎不是什么稀罕事情,但销量也不见大的起色,不过对于追求豪华品牌又看重性价比的消费者来说,倒是不错的选择。业界人士认为,二线品牌有不少都是近十年内才进入中国市场,品牌附加值低,同时线下店面的数量也远不及竞争对手,因此减价换销量是最正常不过的手段。例如,打折后的凯迪拉克ATSL如今已经下探到20万元以内,价格上算是跟普通合资品牌中级轿车厮杀起来了。

优惠 5 万元正常 10 万元也不罕见

记者走访车市了解到,在豪华品牌中级轿车这一细分市场中,无论是一线品牌,还是二线品牌,竞争都是十分激烈,减价已经是最常用的促销手段,只要上市有一定时间,一线品牌车价优惠5万元属于正常,二线品牌车优惠10万元也不罕见。

其中,位居一线品牌的德国“三驾马车”中,宝马3系因为刚刚才完成新车上市,因此2020款的新3系暂

时没有还没优惠,但成了老款的2019款320Li入门车型的最高优惠超过6万元,低至25万元出头。作为宝马3系的老对手,奔驰C级有着5万元左右的优惠。至于最早实现国产的奥迪A4L,现在让利幅度最高的近8万元,而入门车型的价格门槛也低至23万元左右。

二线品牌中的凯迪拉克、沃尔沃对于优惠,就没那么遮遮掩掩了。正在大力促销的凯迪拉克ATS-L,价格优惠达10万元,入门车型的报价已经低至18.99万元。销量跟ATS-L相近的沃尔沃S60L,对于价格优惠也没太多保留,最大优惠也达到了10万元,价格最低的入门车型也仅19万元出头。这两个品牌的中级轿车车型,看价格已经跟普通合资品牌的中型轿车没太大的分别了,着实是令消费者颇感意外。

同是二线品牌,但相比上述两大品牌,英菲尼迪、捷豹、讴歌这3家的中级轿车最近的价格优惠略显有些保守,大概只有5万元左右优惠幅度。而目前还没国产的雷克萨斯,旗下的中级轿车IS不是销量主力,一贯有“吝啬”的传统,报价只是优惠5000元,不过汽油车型升级8年/20万公里,混动车型升级10年/25万公里的保修保养政策还是比较有吸引力的。
(据《羊城晚报》)





东风启辰

品智生活 趣动有我



启辰T70

高品质智趣型SUV



实力男篮 实利启辰



SMART TECH 智·趣·科技

置换礼 至高补贴4000元 **金融礼** 2年0息,金融贴息至高6300元 **首付23000元起**

启辰周口威佳启诚专营店

销售热线: 0394-8928333
地址: 太清路与周口大道交叉口西500米路南



中国男子篮球队 官方合作伙伴

服务热线
400 830 8800 800 830 8800
www.venucia.com



广告