



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好过

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好过。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ATS-L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，在豪华品级中级轿车这一细分市场中，无论是二线品牌，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，一线品级车价优惠5万元属于正常，二线品级车优惠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 趣动由我

实力男篮 实力启辰



启辰T70
高品质智趣型SUV

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



中国国家男子篮球队
官方合作伙伴

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



广告