

# 中级车市新车扎堆竞争升级

2014年的中级车市场，注定是不平静的一年。大量新车型的涌入，使得国内中级车市场开始新一轮的升级换代，而中级车市场的竞争由此进一步升级。

## 中级新车蜂拥推出

如果把近几月称为“中级车狂欢月”，恐怕大家都不会有异议。

5月18日，上海大众斯柯达全新明锐在珠海上市，拉开了中级车市重新洗牌的序幕；接着长安马自达Axela昂克赛拉上市；6月19日，一汽丰田新一代卡罗拉投放上市；6月24日，观致3五门版上市；6月29日，东风HONDA旗下CIVIC（思域）改款上市……另外，与卡罗拉同一平台的“兄弟”车型广汽丰田雷凌也将在7月份上市。

如此密集的上市节奏，再加上之前已经在市场上站稳脚跟的朗逸、速腾、新宝来、高尔夫、福克斯、凯越、科鲁兹和C4L等车型，今年中级车市场将迎来重要节点，新一轮大战不可避免。

长时间以来，车市就有着“得中级车者得天下”的说法，无论是对厂家的销量贡献度、销售增长率还是市场占有率，中级车都是最高的，也一直是各大车企“兵家必争之地”，厂家在这个市场投入的力度以及消费者对该级别车型的关注度都是最高的。经济型轿车和小排量轿车虽然能上量，但利润微薄；中高档车和高级轿车虽然利润丰厚，但一旦销量达不到盈亏平衡点，损失将会很大。唯有不高不低的中级车才是比较稳定的市场区域。“做不好中级车市场，就很难在中国汽车市场立足、扎根”，已成为汽车企业的共识。

在当前中级车市场竞争中，稍高端是以市场主流的德系、日系以及部分正在崛起的美系合资品牌的知名车型为主，中间层以欧系、美系以及部分日系品牌的车型为代表，稍低端的层面则是自主品牌中级车的阵



营。不少豪华品牌现在也开始涉足中级车市场，中级车市场的竞争真不可谓不惨烈。

## 日系打响反击战

尽管中级车市场竞争激烈，但大部分厂商依然抢着进入，不遗余力。4月底落幕的北京车展上，高调亮相的中级车就有广汽丰田雷凌、东本新款思域、全新一代卡罗拉、马自达昂克赛拉、北汽绅宝D50、观致3、长安悦翔V7、东风悦达起亚K3S等十余款新车。在所有这些新车中，日系车更是亮眼，打响了在华中级车市场“反击战”。

从近年发布的数据可以看出，在中级车市场中，欧系与美系销量远高于日系车型，日系车的市场占有率持续下滑。虽然不乏政治因素的影响，但本身产品线不够丰富和更新换代太慢才是主要原因。在中级车市场上，大众有近十款车型，通用有六款车型覆盖高、中、低细分市场，而日系却一直只有卡罗拉、轩逸和花冠在苦苦支撑。然而，随着一汽丰田与广汽丰田推出全新卡罗拉以及雷凌之后，这种局面或将有所改变，轮到日系品牌的重要戏码才刚刚开始。

今年以来，丰田在中国两家合资车企相继推出卡罗拉的不同版本，便是要进一步抢占庞大的中级车市场蛋糕。其中，一汽丰田全新卡罗拉依靠着之前口碑，进一步挖掘家庭用车，而广汽丰田毫不掩饰“冲击现有中级车市场，目标直击中级车第一阵营”的野心。前不久，广汽丰田就已在北上广等六个城市竖起了8米高的“巨型闪电标雕塑”，发起了“大黄鸭”式事件营销。据广汽丰田设定的目标，雷凌未来将完成15万辆销量，冲击20万辆。除此之外，广汽本田推出的中级车凌派，市场表现也逐步向好。数据显示，今年前4月，凌派累计销售超过5万辆，继续摘得中级车1.8L细分市场单车型销量冠军。随着丰田全新产品的投放，采用了亲民价格战术，加上日产与本田的销量逐步走高，日系车将全面掀起与德系、美系的中级车在华争夺战。

## 谁将笑到最后

中级车市场去年刚经历了一次大变革，这主要是在此之前上海大众推出新朗

逸，北京现代推出朗动，一汽大众推出速腾、东风日产推出新轩逸、长安福特推出新福克斯等等，激烈搅动了市场格局。然而，随着上海大众斯柯达推出的全新明锐，一汽丰田推出的全新卡罗拉，广汽丰田推出的雷凌，进一步加剧中级车市场竞争。全新明锐、全新卡罗拉以及雷凌这三款车型，均有足够的实力与现有领先车型竞争。

全新明锐是上海大众MQB平台的首款车型，可谓是“衔金而生”。上海大众试图通过技术的口碑，让品牌稍微处于弱势的明锐提升其市场号召力，进而形成朗逸与明锐双子星座，巩固在该细分市场的地位。丰田将以雷凌和新卡罗拉打出“组合拳”，以类似于速腾和朗逸的组合，来与大众在中级车市场进行对抗。这种硬碰硬的正面竞争，将让今年中级车市场更加白热化。

全新换代的新明锐能否给德系车锦上添花？新卡罗拉、雷凌和昂克赛拉能否为日系车扳回一局？今年，谁将冲出搏杀重围，成为中级车市场最终的赢家？这是待解之谜。与其他乘用车细分市场不同，中级车市场表现出更突出的均衡性和市场竞争。由于涵盖范围广，边际较为模糊，这为日系品牌反弹、韩系品牌巩固市场地位以及自主品牌的全面发力仍留有较大的市场空间。

中级车市场规模最大，无论是产品覆盖还是品牌间角逐，都是市场空间最广阔的细分领域。就市场容量而言，中级车市场占有量最高，空间最大，这也决定了很难有某一款或几款车型成为绝对主导。今天的中级车市场，“一招鲜，吃遍天”的时代已过去。可以预计的是，随着竞争加剧，未来中级车市场需要的将是能够全面满足消费者需求的产品，谁能把握好这一条，谁就将笑到最后。

(据《新民晚报》)

# 以我实力 助您成功

权威·实用·贴近

《周口晚报·汽车周刊》

领航周口车市

垂询电话：0394-8599345

