

值班主任/郭远明 汽车工作室主编/左贵生 责编/陈奕波 祝齐杉 美编/何子利 2011年2月16日 星期三

年轻商务精英 青睐“大皇冠”

本报综合消息 街头的“大皇冠”逐渐多起来，五米多长的车身疾驶而过，成为滚滚车流中的一道风景。2010年年底，一汽丰田7年累计销量突破200万辆，而全新皇冠也于上市一周年之际，销量突破5万大关，比2009年增长1.5倍，创造了新的畅销纪录。而纪录背后的品牌力量与客户特征，令人不得不重新审视皇冠的地位与影响，并对高级车市场的格局和走向引发联想。

虽然各大厂商尚未明确公布旗下车型销量数据，但根据媒体披露的消息可以推断，奥迪A6L的销量依然一路领先，宝马5系(前11个月销量约3.6万辆)和奔驰E级(前10个月交付33,170辆)虽来势凶猛，且均在2010年推出新一代车型，但全年销量仍止步于4万左右。事实证明，在德系三大品牌夹击下，皇冠依然坚守中国高级车市场亚军的位置。自2005年以来，这一地位无人撼动。

2010年，中国高级车市场面临前所未有的新格局，新一代奔驰E级、宝马5系等纷纷上市，各大厂商使出重拳，通过种种炫目的包装手段抢占眼球与优质客户资源，市场竞争空前激烈，而全新皇冠则经历了重重波折。面对各种不利因素，全新皇冠仍取得销量突破5万的良好成绩，可以说相当不易，令人刮目相看。那么，一汽丰田如何实现这一目标?高级车亚军的地位是靠什么顶起来的呢?

分析全新皇冠的销量数据，就会发现2.5L表现抢眼，尤其是2.5L天窗导航版，已成为2010年最受欢迎的皇冠车型。同时，2.5L的客户群也呈现出更加年轻化的趋势，以25-35岁的商务精英为主。这些事业处于高速上升期的年轻人，把“大皇冠”视为身份象征和理想座驾，出乎很多人意料。

调查显示，2.5L客户选择全新皇冠的理由，第一是品牌，其次是商务感，再次是人性舒适，然后是品质、油耗、配置、售后服务、使用成本等因素。他们中大多数人在童年或少年时期就听说过皇冠;有过买车的经历或驾驶经验，对车比较了解，正处在开拓市场、扩大人脉、树立影响的关键阶段，需要一辆彰显身份与成就的车;他们生活丰富多彩，希望一部车即可用于商务，亦可提升家人的生活质量;他们对成本高度敏感，不希望因为车占用过多资金，而油耗和使用成本则要尽可能节省。总之，从上述角度出发，把市场上的车型研究过一遍之后，发现皇冠才是品牌和性价比的最佳选择。

可以说，是中国年轻人对生活的自信和对梦想的追求，支撑起了全新皇冠的销量。

新闻分析

凭借1800多万辆的巨大产销量，中国汽车在2010年继续领跑全球市场。而进入2011年后，中国汽车业将面临一个全新的转型时期。业内专家认为，“十二五”乃中国汽车实施“由大到强”的最恰当时机;但产能过剩，将是汽车业面临的难以承受之重。

“产能过剩”

中国汽车难以承受之重

在过去的10年中，中国汽车业突飞猛进，发展迅速。但在中国汽车市场未来数年的销量预期被业界普遍看好的同时，整个产业在接下来五年或更长时期内所存在的变数不容小觑。

汽车业在肆意狂奔的同时，究竟该如何回到与社会发展和谐共处的轨道?在“十二五”规划中，比产能规划更重要的命题已迫在眉睫——要弥补汽车社会快速发展过程中的缺失，根治“大城市病”所带来的道路严重拥堵、尾气排放超标等痼疾。

为缓和日益膨胀的道路交通压力，北京、广州等一线城市率先在“十一五”末和“十二五”开局之际实施治堵限购政策，业界认为这一举措很可能会不断被其他城市效仿复制。而与之相对应的是，中国国内主要车企对下一个5年计划均摩拳擦掌

志在必得，其目标总产量已轻松逾越4000万辆的产能，高于去年9月国家发改委有关部门所提出的3124万辆。官方认为，车企如此“大跃进”，其实已远超过市场的承受能力。

一些业内人士并不认同“产能过剩”之说。中国机械工业联合会有关负责人表示，产能不是焦点，产能供不应求才是焦点。供过于求不是主要矛盾，供不应求会成为主要矛盾。该人士认为，在当前充分竞争的市场上，企业扩张产能更多是出于自身需求，不会盲目投入。

中国汽车工业协会秘书长董扬也坚持，2011年汽车的产销增速在一成到一成五之间，今年中国汽车业不会出现所谓的产能过剩局面。从去年来看，中国汽车市场出现的状况是产能不足。在此前提下，许多车企就相应增加了产能建设，在产能

增加后，市场会自动调节，使车企慢慢减少产能。

但同时，更多业内人士也担心，产能过剩带来的严重后果，除了会影响汽车整体市场的健康发展之外，还会对中国自主品牌的发展产生不利影响。他们预计，在2012年产能快速放量后，一场残酷的价格战将不可避免。

众多业内人士专家认为，年产销超过4000万辆的规模已严重超越了目前中国社会的承受能力。从北京、广州相继出台的限购令即可见一斑。应当看到，目前曾经消费能力最为强劲的一线城市已基本处于饱和状态，中国汽车向二、三线城市的转移和发展已是大势所趋。而如何实现从量到质、从大到强、从规模向效益的转变，这才是中国汽车业下一步必须面对的最重要问题。

奥迪汽车 加快布局中国市场

本报讯 2010年，中国成为全球汽车产销量最大的市场，其中，中国豪华车市场整体增长了70%，而奥迪品牌在国内的销量再破纪录，同比增长43.5%，达到225588辆，遥遥领先于竞争对手，雄居中国高档车市场之首。进入新的一年，为了更好地抢占中国市场，保持领先地位，做为豪华车市场的奥迪汽车品牌加快了布局。

2010年，豪华车除了在产品、产能和网络布局上相互博弈。1月20日，亚洲最大的奥迪城市展厅——奥迪深圳锦龙城市展厅在深圳隆重开业，这是这一特征的延续。据了解，自2008年8月第一家“奥迪城市展厅”落成至今，“奥迪城市展厅”至此已达45家。

奥迪深圳锦龙城市展厅按照奥迪全球最新统一标准设计并建造，集合了展示、销售、服务和品牌体验于一体的全部功能。外观风格秉承奥迪全球最新的“动感、非对称、全透明”设计理念，极具未来感的“全铝外墙”和独特的三维立体设计，完美地诠释了奥迪“突破科技，启迪未来”的品牌理念。在结构上，灵活多变的两层模式将让奥迪用户体验到全方位的便捷服务与超越尊贵的愉悦享受。2011年，一汽-大众奥迪将完成所有经销商的服务硬件设施升级，升级后的经销商在服务能力和品牌形象方面都将得到全面提升，而且新的销售网络也将完全按照“奥迪城市展厅”的标准建设。目前，一汽-大众奥迪已拥有179家经销商，覆盖国内97个城市，建立了国内规模最大、覆盖面最广、服务水平最高的经销商营销服务网络，更好地满足了奥迪品牌不断增长的市场需求。

“在中国的高档车市场里面，奥迪品牌无论从销量、市场份额、品牌形象、用户满意度各个方面都可以说是领先者。”一汽-大众奥迪销售事业部执行副总经理张昭军面对媒体自信地表示。

春节短途休闲游受青睐

新雅力士成出游首选

本报综合消息 今年春节，消费者出游热情并没有因为天气寒冷而减退，而且家庭出游日渐普遍，自驾游也成为出行首选。旅游网调查数据显示：60%消费者春节期间有外出旅行，其中多以家庭出游为主，受访者表示，春节长假主要是进行短途休闲，小型车自驾经济、灵活、便捷，更契合驾车出游需求。

记者节后走访多家4S店获悉，许多家庭特地赶在出游之前选购小型车。陪同朋友前来购车的王先生告诉记者，节前他买了辆新雅力士开回湖南老家过年，一家人坐在车子内非常舒适，雅力士驾乘灵活、安全而且省油。

拥有丰富驾驶经验的新雅力士车主梁先生表示：“这款车底盘扎实，悬挂的支撑力很充足，过弯时很稳定。对于短途旅行而言，空间灵活的小型车更为实用和方便。春节期间驾车出游的雅力士车主邱先生表示，新雅力士

厢体宽敞，车内空间利用率高，加上车内分布了多达21处储物格，后备箱容量达318升，一家人外出存放行李、摆放物件非常方便。

尽管雅力士是一款小型车，却有着媲美中级车的安全配置。从厦门自驾游回来的刘先生对记者说：“新雅力士顶配车型有6个安全气囊，安全带提示器、发动机电子防盗、ABS+EBD+EBA、儿童安全座椅等安全装备一应俱全，开这样的车出游，可以很好的保护我和我的家人。”可以说，新雅力士出色的产品力获得了消费者的青睐和信任，成为短途自驾游的首选车型之一。

另据经销商介绍，雅力士还在2月推出了全新运动版车型，新版1.6 AT车型将获得3000元“国家节能惠民补贴”，减少了购置税优惠取消所带来的影响，这一政策也进一步提升了雅力士的市场竞争力。

华泰B11 商务、运动一起来

本报综合消息 作为一款中高级轿车的后来者，对于迎合消费者的需求具有得天独厚的优势和灵活。首先，就商务需求而言，华泰B11的造型十分大气。前脸的设计，尤其是超大的前格栅造型更加符合一款高端豪华商务轿车的设计需求，宽大的车型和更为修长的体态，为消费者提供了十分充裕的乘坐空间，在商务出行中赚足了面子。其次，就运动范需求来说，华泰B11车身多处使用了镀铬装饰，不仅在外观打造了更多运动的亮点，内饰也在温文尔雅的君子风范中体现了一些更加深层的休闲理

念，而与Intel共同开发的3G实时车载智能决策系统TIVIP2也兼顾了商务和娱乐等多种需求，可以说，华泰B11凸显商务气息的同时也淋漓尽致地展现出时尚的休闲感。

尤为值得一提的是B11所搭载的清洁柴油发动机，其在B11的运动理念中扮演着十分重要的角色。其中2.0 TECV柴油发动机由华泰汽车与意大利VM公司合作研发而成，最大功率110KW，最大扭矩310NM，而发动机在2000rpm的工况下就可输出最大扭矩，这也是柴油发动机在动力输出中最为重要的参数。

新道客：完美演绎“跨界”营销

本报综合消息 近日，一场别开生面的新车上市发布会在北京潮流聚集地三里屯Village隆重上演。在艺术与时尚构筑的璀璨星河下，在梦想和现实的自由穿梭中，东风日产新道客隆重登场，正式上市。

与一贯的新车上市发布会不同，本次新道客的登场并非单纯的新车亮相、公布价格，而是一场新车发布与艺术展览的“跨界”盛宴。整场发布会不仅风格与道客车型的“跨界”特点紧密结合，更创下了新车发布会在传播效果和影响力上的全新纪录，塑造了“跨界”营销的又一创新典范。

新道客再树营销典范

去年12月中旬，东风日产与米联手打造的《星空》特展就已拉开帷幕。在此次展览中，经过艺术家打造的道客展车现身三里屯Village，融汇于艺术与时尚交织的纯真梦幻世界里。为期20余天的展览后，新道客正式上市。全新的发布和展览形式不仅展示了新道客的“跨界”魅力，还在合作形式、营销契合度和传播效果等方面取得了成功。

合作形式出色。本次东风日产与米《星空》特展合作发布新道客，不仅全面展示了道客时尚、个性的车型特点，更打造了一场新车发布与艺术展览之间的“跨界”盛宴。发布前期的展览，为道客赚取了足够的目光

和关注;发布会现场新道客的“星空畅游”，也为其提供了全新展示平台。

营销理念创新。作为国内首款跨界车，道客的“跨界”风格在本次发布会上得到了进一步的强化和提升。发布前期的车型展示和发布现场的“星空畅游”，是梦想与现实间的“跨界”;与米《星空》特展合作举办发布会，是新车上市与艺术展示间的“跨界”;发布会及展览地点三里屯Village，则是时尚与艺术间的“跨界”。多重“跨界”因素，完美契合了道客一贯坚持的“跨界”风格。

传播效果显著。本次米《星空》特展是米作品首次在北京的全面展示，吸引了众多业内人士和媒体的目光和关注。因此，新道客通过发布会和《星空》特展两方面的传播平台，取得了“1+1>2”的传播效果。此外，作为展览现场的第一受众，逾百万人次的群众成为了道客的第三大传播平台。此类人群在参展时积极拍照、留影，并通过网络展开第二次传播，影响力迅速扩大、提升。

跨界营销演绎车型魅力

08年3月，道客正式在国内上市。发布会现场，东风日产举办了《跨界：关于人类文明的另一种解读》的图片艺术展，让所有到场嘉宾体会到“跨界”的魅力，并目睹了国内首款跨界车的登场。09年10月，东风日产型超

现实主义风格的巨幅3D立体画艺术形式，拉开了奇骏、逍客2010款上市的大幕，也进一步强化了道客的“跨界”风格。

10年夏季，道客再度亮相“跨界”营销，与同城城市SUV奇骏一起，打造了跨越汽车领域与体育赛事的“奇骏/逍客超级球迷”活动，不仅带给国内球迷一个不一样的世界杯，更吸引了超过2000万网友的热情关注。

“不可否认，在一系列的营销之下，道客已经成为了‘跨界’的代名词，并且其独特的车型魅力也得以诠释。”媒体人士分析认为，“在此形势下，道客卓越的产品实力得到了越来越多消费者的认可，不断提升的销量正是其跨界营销成功的最佳见证。”

数据显示，2010年，逍客以6万2千台的销量刷新记录，同比增长83.2%。2010年下半年，东风日产旗下“SUV双子星”奇骏/逍客单月销量保持在万台左右，成为城市SUV市场主流车型之一，实现了上市以来的全面跨越。

步入2011年，新道客重装上阵，不仅保持了在外观、内饰、性能等方面的优势，更进一步打造了智观全景、智尚全型、智行全程三重领先优势。对此，业内人士认为，新道客在产品实力和情感诉求两方面的“跨界”优势都得到了进一步的强化和提升，而这也正是其继续挑战销量高点的有效保障。

Jeep 指南者 一想低调，很难! 尊贵客户 稀有专享 美国原装进口 2.4L 限量版·百公里8L油 28.99万 海南福德汽车集团·克莱斯勒海南安桥4S店(南海大道113号) 电话: 66813960

斯柯达晶锐 “晶”喜连连 上海大众汽车 享受5000元现金再送全保,最低首付1.5万元或月供4元起 海南福德汽车集团·斯柯达4S店(南海大道113号) 电话: 66815835 | 海口 | 88688758 (三亚)

实力内蕴 演绎非凡 赠送品牌平板电脑 首付3.5万元起,或最低月供9元 进口现代·辉翼 全尺寸9座豪华商务车 9座驾乘空间·2.4升CVT发动机·影音导航系统 全新上市 海南福德汽车集团·进口现代4S店(南海大道113号) 电话: 66824116

全新沃尔沃 S80L T4 2.0GTDi 六速双离合 全新高效动力 售价: 368000元 海南福德汽车集团·沃尔沃汽车海南龙达4S店(南海大道113号) 电话: 66825999

贺元宵 购圣达菲、特拉卡 即享价值万元“团圆”大礼包 圣达菲柴油 每公里仅需0.2元! 贺献 海南福德汽车集团·华泰汽车4S店(滨涯路金山小区正门斜对面) 销售电话: 66801032

金旅客车 HYUNDAI 韩国现代 商务新贵 尊荣享受 XML6700 喜斯特豪华客车 厦门金龙旅行车有限公司 地址: 海口市南海大道113号-01 0898-86601152 400-8867-886 海口: 13907571598 三亚 13976604977

宇通客车 中国客车第一品牌 拥有世界级客车生产基地,依托国内一级技术中心,博士后工作站,为您提供6-25米,19-85座全系列精品客车。 电话: 0898-66755050 手机: 18976378886 18976533388 地址: 海口市龙昆南路50号昌茂花园首层公馆501 24小时服务热线: 400-659-6866

多功能运动速跑 尚酷 欢乐双节月 优惠 19999元现金红包+8888元精品4选2礼包 礼包: 大众太阳镜,原装底盘装甲,全车贴膜,内饰贴膜等 更多详情 敬请登陆 http://www.tin-vw.com 海南福德汽车集团·大众进口汽车海南华众4S店(南海大道113号) 电话: 6683 5118

金旅客车 HYUNDAI 韩国现代 商务新贵 尊荣享受 XML6700 喜斯特豪华客车 厦门金龙旅行车有限公司 地址: 海口市南海大道113号-01 0898-86601152 400-8867-886 海口: 13907571598 三亚 13976604977