

中级车市上演“战国时代”

文 / 华晨

中国汽车市场从来不缺乏“战争”，而相比中高端车的楚汉争霸，中级车因为众多竞争者的纷至沓来，已然进入了群雄逐鹿的“战国时代”。从卡拉的辉煌，到最新的后来者——悦动、朗逸，以及新凯越等等，中级车的竞争正在迅速“沸腾”。而换一个角度看，竞争的白热化也就意味着淘汰赛的加速。因此，谁将主宰此轮市场的沉浮，谁就能成就中级车霸业。虽然后来者个个“意气风发”，但此时断言均为时过早，因为只有笑到最后的那个，才是笑得最好的。



新车先后上市

凯美瑞和新雅阁之间的争夺尚未分出胜负，新的市场热点已在悄悄酝酿。随着北京现代悦动、上海通用新凯越先后上市，上海大众 Lavidia 朗逸即将加入中级车大家庭，市场气氛开始骤然升温。

6月初，备受瞩目的上海通用汽车正式公布了别克新凯越三厢轿车的市场销售价格。没有什么悬念，新凯越七款车型的价格区间从 10.38 万元到 14.98 万元，而凯越旅行车及凯越 HRV 的价格也同时作出调整。

如今的中级车市场，卡拉已经取代其他对手成为市场的领军者，并以两代同堂的模式征战中级车市场，自 2007 年 11 月杀人万辆俱乐部，创下连续 6 个月超过 12000 辆的销售成绩。在外观、动力、安全、空间等方面，卡拉都体现出崭新的气息与平衡全面的性能，恰恰迎合了国内中级车消费者喜新厌旧、求全兼备的购买心理，综合了品牌、产品、品质的优势。

作为北京现代今年的最大亮点，全新一代的伊兰特悦

动将成为公司战略的制高点。而其革新程度，相对于其他车型，在外观、空间、内饰、动力、油耗等方面综合性能整体升级。而且，在销售策略上，北京现代全盘拷贝了“花冠 + 卡拉”的两代同堂组合模式。

虽然与卡拉在引进、生产、设计方面极其相似，悦动的价格定位却非常务实，9.98 万元至 12.98 万元的价格区间体现出良好的性价比，并与伊兰特车型的价格衔接紧密。两款车型定位准确、共同发力，4 月的总销量已超过了卡拉与花冠的总和。“伊兰特 + 悦动”随着北京现代销售方面的全面革新，可能会成为市场新的亮点。悦动是一款全新换代车型，在技术和外形上会和老款伊兰特形成合力，再加上老款伊兰特对低端市场的侵蚀、在出租市场的加速渗透，北京现代有望走出去年的低迷。

和“悦动 + 伊兰特”相对完备的产品组合相比，新凯越的价格并无特别悬念，而且随着新凯越产品线更加丰富，加上新凯越的价格带开始向上偏移，新凯越和“悦动 + 伊兰特”之间的竞争开始从明处转向暗处，“悦动 + 伊兰特”会在 8 万 ~ 12 万元之间形成兼顾的价格阵线，而凯越开始把主力车型转移到 11 万 ~ 13 万元之间。

在过去 5 年，伊兰特与凯越双双把持着 10 万元级别车市的垄断地位。而在它们先后推出新产品之后，伊兰特和凯越之间持续 4 年的直接碰撞可能在新车换代之后出现新的变化，“悦动 + 伊兰特”将和新凯越在这两个价格带擦肩而过。

中级车市场新变局

北京车展前后，中级车市场的竞争态势陡然加剧：在悦动全面上市的推动下，新凯越、海马 3 运动版等车型也陆续亮相，“新三样”的后续产品在数年后再次展开较量。不仅如此，上海大众朗逸将在 6 月

投放，08 款福克斯也可能于七八月份上市，而新宝来则将于下半年面市。众多的新品汇聚于中级车狭窄的空间，难免发生一场恶战。与中高级车市的凯美瑞、新雅阁“双寡头”竞争格局不同，中级车市正在上演多极化竞争的态势。

和五年之前相比，当下中级车的竞争环境已经变得更为激烈。以前只有伊兰特和凯越死磕，但是随着众多竞争对手的加入，如今的中级车市场已经聚集了超过 20 款车型。两代同堂的伊兰特和悦动仍然是新凯越最为直接的对手，但已经不再是唯一的对手，在 12 万 ~ 13 万元左右的主力价格带上，渗透进来的斯柯达明锐、思域和老一代花冠逼着老凯越和伊兰特继续将价格下探到 10 万元以下。凭借价格优势，老一代凯越仍然可以避免高端中级车对自己的冲击，但是新一代凯越上市之后必然会带来价格的回调，这将直接和明锐、思域以及花冠甚至 1.6L 的明锐直接碰撞。

上海大众 Lavidia 朗逸即将在 6 月底上市销售，目前其价格区间尚未确定，但是上海大众的经销商透露，1.6L 和 2.0L 两个不同排量的朗逸的最有可能价格区间在 11 万 ~ 15 万元之间，和斯柯达目前 12 万 ~ 17 万元的价格代形成合理的布局。

所以，未来中级车市场之间，将形成 8 万 ~ 18 万元的漫长产品带，其中中低端市场形成以伊兰特、东风悦达起亚赛拉图以及天语 SX4 等车型为主的 8 万 ~ 10 万元价格区间；10 万 ~ 12 万元区间以悦动和部分新凯越为主，加上 TIDA 等特色车型；12 万 ~ 14 万元之间，将有新凯越、朗逸、花冠、斯柯达、东风标致 307、马自达 3 以及未来新宝来等车型，形成中级车的主力区间，也是数量最多、销量最大和竞争最为激烈的中级车区间；在 14 万 ~ 18 万元区间内，将形成东风本田思域、丰田卡拉、一汽大众速腾等主力车型。

MPV 走俏 选购看准三方面

近年来，随着 MPV 市场的快速崛起，越来越多的自主品牌加入到这一不断壮大的细分市场，与合资品牌渐成分庭抗礼之势。业内专家分析，“价格”、“空间”、“动力”这三项是消费者最为关注的问题。

价格：自主品牌 MPV 最值

过去，别克、本田等品牌在 MPV 市场的坚挺，一度形成了美、日系把持 MPV 市场的格局。然而两年后已是风云突变，中国汽车工业协会的 2007 年统计数据 displays，自主品牌已经抢占了 MPV 市场的 46.73% 的份额，并且江淮瑞风、东风风行和金杯阁瑞斯都挤进了销量前 5 强。进入 2008 年，长城嘉誉、全新福田蒙派克等新的自主品牌 MPV 也相继登场并不断地攻城掠地，给合资品牌带来新的挑战。

最让合资品牌不安的就是价格了。相比而言，合资品牌的价格相对要高，大众途安 16.98 万 ~ 22.18 万元，广本奥德赛 22.13 万 ~ 26.98 万元，而自主品牌价格要实惠得多，像江淮瑞风、陆风风尚都有跌破 10 万价位的车型。

空间：选 MPV 不宽敞怎么办

具体选购 MPV 的时候，空间是个两难的选择：大型 MPV 空间自然大，但相应的油耗也要高，可空间太小了又失去了 MPV 的意义。因此选择的关键是要适中。今年上市的自主品牌 MPV 车型就比较注重在有限车身里营造尽可能大的空间。比如长城嘉誉，它 1845mm 的高度在中型 MPV 里已经算上大个子，还采用了和本田奥德赛同一理念的低重心的设计，将底盘设计得相对较低，打个比方就是“大高个、小短腿、大肚子”，这样一来，乘坐空间自然就变大了，而且上下车也方便了。

动力：干得多还得吃得少

MPV 的商务性质决定了它的工作强度。目前自主品牌的 MPV 也很注重二者的统一。首先表现在“2.0”排量大行其道，江淮瑞风、奇瑞东方之子 Cross 都推出了 2.0 排量的车型。而效果也很明显，在最大功率相同的情况下，江淮瑞风 2.0 穿梭与江淮瑞风 2.4 彩色之旅相比，百公里油耗由 10 升降到了 9 升，少了 1 升。而今年上市的长城嘉誉 MPV 则更上一层楼，在最大功率更大、最高速度更快的情况下，百公里等速油耗降到了“7.75L”。原来嘉誉采用的是鼎鼎大名的三菱 2.0 MIVEC 智能可变气门发动机。作为国内首款采用可变气门发动机技术的自主品牌 MPV 产品，嘉誉的油耗仅相当于普通 1.8 升发动机的油耗，排放达到欧 IV 标准。

