



2011年,中国车市整体增长放缓,结构性变化取代高增长率成为车市特点。在此背景下,消费者对SUV用车需求的持续释放,使得SUV车型以远超轿车的增长速度担负起了中国汽车市场增长的重任。据乘联会销售数据统计:2011年SUV全年销售164万辆,同比增长速度位列各品类第一。同样,在《2011年汽车流行趋势调查报告》中显示,SUV车型的关注度首次超过三厢轿车,跃居“2011年最受欢迎车型”首位。哈弗SUV成为当之无愧的“领头羊”,全年累计销售164379辆,成功拿下2011年度SUV销量冠军,并取得了中国SUV市场年销量9连冠的傲人成绩。

创新与品质——哈弗SUV成功的DNA
作为国内SUV市场的领导者,哈弗SUV

盘点SUV:哈弗荣膺年度销量9连冠

一直以其专业过硬的品质领跑中国SUV市场。2011年11月,哈弗SUV销售突破60万辆大关,实现了9个月达成10万销量的新突破,其增长速度令人惊叹。审视哈弗SUV的发展路径,我们不难发现其做好国产SUV的信心。“8万元SUV”的精准起步,8万元至12万元市场区隔的飞速扩张,使哈弗SUV长期稳居SUV市场冠军宝座,并且成为中国SUV市场上第一个也是唯一一个累积销量达到60万的SUV品牌。而产品线的推陈出新,更以差异化、全阵式的产品战略满足日趋多元化的消费需求。业内资深人士指出:哈弗的每一款产品,都代表着一类细分市场的需求,正是这种“零间隙”的差异化产品战略,使其连续9年蝉联年度销量冠军。业内资深评论员指出:正是基于对创新与品质的坚持,哈弗SUV才能在自主品牌之中一枝独秀,成为与合资品牌抗衡的中坚力量。

完善产品线——哈弗构建“SUV帝国”
再好的产品和市场机遇也不足以支撑一个品牌的长久辉煌,这就需要汽车厂商基

于市场情势对其产品战略做出预见性的规划。如今,哈弗SUV已然形成了全面覆盖的产品格局。经济型SUV哈弗M2抢占家用市场份额,主力车型哈弗H3、H5在中高级SUV市场摧城拔寨,上市不久的哈弗H6进军城市SUV市场,向我们证明了:哈弗SUV作为“中国SUV领导者”当之无愧。定位于“都市智能型SUV”的哈弗H6上市之前就被业界寄予厚望,业内专家认为,哈弗H6承载着自主品牌SUV向高端挺进的使命,“哈弗H6的上市,是哈弗产品战略的必然产物,更是消费者不断进化的需求使然”。而哈弗H6也并没有令长城失望。不论是2011的年度车型、还是人气大奖,哈弗H6凭借其自身卓越的产品实力和强悍的市场表现,成为了今年SUV市场当之无愧的明星车型。尤其是在被誉为“中国车坛‘奥斯卡大奖’”的《汽车族》“中国年度车”评奖活动中,哈弗H6经受了重重考验,成为了唯一的“中国2012年度SUV”大奖得主,其产品实力可见一斑。

(刘阳)

年销量突破116万辆 上海大众2011年完美收官

近日,上海大众汽车有限公司(以下简称:上海大众)公布了销售数据,去年12月共零售轿车127263辆,同比增长24.4%。至此,上海大众全年批零售突破116万辆,零售量达到了1150097辆,同比增长14.9%。对比2011年整体表现平淡的中国车市,上海大众的表现堪称完美。

大众品牌方面,去年12月实现零售101219辆,全年零售930,008辆,同比增长16.1%,持续蝉联国内单一品牌年度销量冠军,显示了强大的生命力。帕萨特家族全年实现零售161806辆,同比增长21%,笑傲国内中高级车市。其中,全新一代帕萨特自

2011年4月面世以来,已有近10万辆推向市场。随着1.4TSI和V6车型的陆续推出,全新一代帕萨特已经形成了对B级车市的全面覆盖,2012年的表现更令人期待。Tiguan途观以其精湛的产品品质、周全的安全保护和智能的科技配置,创下了年零售129356辆的佳绩,成为高端都市SUV车型的典范。Polo家族的表现亦可圈可点,12月零售量达18159辆,全年累计零售146381辆,引领该细分市场全新发展潮流。

进入中国4年多的斯柯达品牌,去年12月零售26044辆,全年累计零售220089辆,同比增长10%,其良好的成长性已经显露无疑。

纵观整个2011年,上海大众保持了良好的发展态势。2011年9月,第700万辆轿车下线,刷新国内轿车行业的纪录;2011全年销量突破116万辆,再次创下企业历史新高。

除了产销量的突破,在新产品研发、新工厂布局等方面,上海大众也交出了一份漂亮的成绩单。2011年4月17日,上海大众推出全新一代帕萨特,获得了市场和消费者的高度认可。当月,上海大众双方股东——上海汽车集团股份有限公司与大众汽车集团签署了一系列技术与产品的创新协议,标志着上海大众将在C级别高端轿车的开发以及新能源技术的发展运用方面有所作为。(常乐)

库巴网上“闹元宵” 打响春节网购促销持久战

近日,刚刚度过春节黄金周的各家电商们,又将目光盯上了元宵佳节,形式多样的促销价格战将再度燃起。据记者了解,库巴购物网(www.coo8.com)将在元月30

日至2月8日期间,开展一场“网上闹元宵”的大型促销活动,继续对旗下大家电、手机数码、厨卫餐具、户外运动等数百款产品进行大规模降价,率先打出元宵促销牌。

此次库巴特别推出的元宵节促销活动,无疑能让广大消费者体验到更多、更优的产品和服务。

(齐威)

龙年聊车 拭看谁将问鼎年度SUV榜首



在北上广相继限号的大环境下,国内汽车市场仍未显丝毫疲惫,其中最值得一提的是SUV市场。据中汽协统计数据,2011年中国乘用车销售1447.24万辆,同比增长5.19%。其中,基本型乘用车(轿车)销售1012.27万辆,同比增长6.62%,运动型多用途乘用车(SUV)销售159.37万辆,同比增长20.19%,高于乘用车市场整体增速15%。

从SUV主要品牌销量排名情况来看,哈弗稳居榜首,本田CRV保持稳定增长,途观、逍客和IX35排名首进前五,其中逍客从去年的第十位上升至第四位,表现最为出色。2011年,上述5个品牌共销售66.79万辆,占SUV销售总量的42%。这些现象似乎预示着SUV增速发展的时期正在来临。

SUV市场正待盛开谁来采摘?

国内SUV市场崛起的原因大致可归结为这样几点:其一,国内消费者偏好内部空间宽敞,外形大气的汽车;其二,消费者对汽车的诉求从高档舒适,转为个性与多功能性,同时SUV车型发动机技术渐渐成熟,油耗和舒适度已接近同级别轿车水平;其三,SUV代表的自由奔放的文化内涵与时下都市人追求的自然休闲生活方式不谋而合。

除此之外,SUV市场的崛起也是顺应

市场需求的。据日前发布的《2011年汽车流行趋势调查报告》中显示,SUV的支持率大幅上升,关注度首次超过三厢轿车,跃居“2011年最受欢迎车型”首位。同时,有业内专家表示:中国SUV市场正迅速成长,未来几年市场份额或将赶超中高级轿车,接近经济型轿车,甚至有可能与欧美汽车市场看齐,占据整个乘用车市场份额的15%以上。

面对SUV市场呈现出的惊喜态势,如何准确预测并抓住未来的市场先机,对于汽车厂家而言将是一种全新的挑战。面对这种客观的市场环境,各大主流汽车厂家已做出了相应举措。

迅速发展中的突破契机

以近期市场热议的SUV车型逍客为例,东风日产以创新思路为市场突破口,在CR-V,途观等热销车型上市较早,率先占领大部分市场份额后,后发制人跃升销量三甲地位。自2008年起,老款逍客作为东风日产SUV战略体系排头兵跻身SUV市场,在两年的市场摸索中,东风日产总结出大量经验,并做出更适合的战略体系调整。

2011年初,新逍客在经过升级配置,改变市场策略重新上市之后,销量急速攀升。同年,新逍客即取得了质的飞跃,2011年销量数据表明,新逍客在上半年表现非

凡,上市首月便以超过7000辆的销量强势登场;3月新逍客达成8290辆的销量,跃升至SUV市场第一阵营;6月新逍客更以11025辆的销量一举突围,豪揽SUV市场冠军宝座。

而在下半年新逍客的市场表现更加出色,9月销量达12514辆,较同期增长81.94%;10月销量达11827辆,较同期增长83.73%;11月有所爆发,销量达11113辆,同比增长115%。在传统销售旺季中,新逍客以超过3.5万辆,同比增长80%以上的优质佳绩成为2011年当之无愧的明星车型。

集团阵容初形成 市场前景明朗

除此之外,东风日产在新逍客初尝胜果之后,于去年9月8日发布了豪华跑车型SUV MURANO楼兰,一经上市,即凭借独树一帜的产品风格吸引了媒体和消费者的广泛关注。广州车展前夕,东风日产又将另一款主打技术的重量级SUV新奇骏推向市场,迅速完成阶梯式SUV产品布局。

对东风日产而言,三款SUV车型的同时加入,可谓牵一发而动全身,不仅激活了全系产品布局,更格入了市场格局的变化中。

在这样的背景下,2011年东风日产在SUV市场总销量位居第二,并且在2011年8月以880分的总成绩荣登J.D. Power汽车销量售后满意度评比第二位,一举超过一汽大众、广汽本田、上海通用别克等主流合资品牌。其完备的售后服务以及全面定位和多元化的产品覆盖了更广泛的人群。可以说,东风日产在产品结构上完成了从吸引消费者关注到赢得消费信心的转换。

新逍客

事实上,东风日产阶梯式战略正潜移默化地改变着现今SUV市场格局。旗下产品新逍客凭借“智观全景”、“智尚全型”、“智行全程”三重领先优势,以及XTRONIC CVT智能无级变速器、国内最大的通览全景天窗等高端配置,其配置丰富在同级别车内鲜有对手,一经上市便引起了广大消费者的关注。且凭借全面领先的产品实力,新逍客在2011年曾多次在销量上超越CR-V,迅猛的销量增幅远超同级别竞品。

新逍客搭载了只有高端进口车型才配

备的AVM全景式监控影像系统,为驾驶者提供实时图像,与最为有效、直观的影像。逍客的另一个重要升级突破在于,搭载“CARWINGS智行+”智能全方位行车服务系统,为消费者提供智能全方位行车服务、人性化后台服务中心、个性化增值服务、实时信息同步、强势供应商平台等多重智能服务享受。而先进的新一代CVT无级变速器、超高性能悬挂系统、领先的4X4全模式四驱系统,则进一步保证了逍客的通过性和舒适性。

新奇骏

新奇骏与同是主打技术牌的途观相比,新奇骏更加注重SUV的全能性。不仅对引擎、悬挂、四驱技术等方面进行了全方位优化升级,动力表现和操控性能更加突出,而通过增加AVM全景式监控影像系统和“CARWINGS智行+”智能全方位行车服务等人性化先进智能配置,让新奇骏在城市中也可自如穿梭,应对自如。

除此之外,新奇骏2.5L排量QR25DE引擎带来227Nm/4400r/min(rpm)优秀技术值,轻踩油门即可释放强大动力,起步加速阶段推背感明显,高扭矩低转速的优势也让这款优质发动机在保证强劲动力的同时提供更多燃油经济性。9.4L/100KM的油耗数据对于SUV车型来说相当优异,即使对比轿车来说也不遑多让。



岁末车市最值得购买的家用轿车推荐

年终岁末,在元旦、春节假期期间,国内车市迎来了传统促销黄金季。面对商家打出的促销优惠牌,许多消费者都有了购车的打算。家庭购车,价格和品质是决定性因素。随着汽车消费市场的多元化发展,性价比高、品质好的车型日渐受到消费者追捧,广汽传祺就是其中代表。自上市以来,传祺凭借卓越的品质和超性价比持续热销。2012款传祺2.0L更在内饰、配置、舒适性三大方面做了优化,实现品质升级。与传祺同样出身名门的明锐、卡罗拉依靠各自的品牌魅力和亮点优势,获得家庭用户的欢迎。下面我们将从舒适、操控、安全方面对这三款车进行对比。

传祺大空间营造更佳驾乘舒适度

空间决定舒适度。2012款传祺拥有标准B级车的身材,4800mm、1819mm、1484mm的三围和2710mm的轴距,让后排乘客的乘坐更为舒适。明锐和卡罗拉同属A级车,两者车身尺寸跟传祺相比,稍逊一筹。

明锐动力技术先进

卡罗拉主打燃油经济性 传祺聚焦操控

消费者对汽车已从单一出行需求转变为对多样化功能的追求。舒适性、操控性成为当今主流轿车追求的目标。众所周知,决定车辆操控性的关键因素是车辆的底盘。

德系车先进的动力总成在明锐身上体现的淋漓尽致。2012款明锐沿用老款车型的动力系统,搭载平顺性、经济性都很好的5档手动变速器,实现强劲的动力输出与燃油经济性的完美结合。

卡罗拉则主攻燃油经济性。工信部综合油耗测试中,百公里油耗只有6.7L,这对于家庭用车来说是非常具有吸引力的。

传祺的操控性一直被消费者津津乐道。传祺基于操控与宝马齐名的欧系名车“阿尔法·罗密欧”平台技术开发,根据中国路况进行有针对性的调校,底盘刚中带柔,兼顾驾乘的双重需要。搭配领先的“前双叉臂式独立悬挂

和后多连杆独立悬挂”,带来路感清晰、操控精确的驾驭乐趣,在操控性和舒适性之间达到很好的平衡。

同是五星安全 优势特点各有千秋

对家庭用车来说,安全性是决定购车的另外一个关键性因素。明锐、卡罗拉、传祺非常注重安全性,分别在C-NCAP安全测试荣获五星安全标准。

在安全性能上,传祺处处体现人性化设计。在被动安全方面,它采用了GAC车辆碰撞吸能控制技术搭配高强度车身材质的防护组合,对车体关键部位进行加固,通过环状包围骨架有效吸收、分流碰撞产生的能量,为车辆提供全方位的防护。在主动安全方面,传祺配有“五位一体”的电子控制系统,力求在任何路况条件下都能有效保证车辆的行驶安全以及稳定灵敏的驾驭。

相对于传祺全方位的安全保障,明锐更偏重机械性防护。明锐采用高强度车身材质和激光焊接技术,有效的提升车体的刚性,为乘客提供出色的机械性防护。卡罗拉则吸收TOYOTA独有的GOA车身设计,在碰撞发生时有效吸收碰撞能量,并将其分散至车身各部位骨架,能有效减少驾驶舱的变形程度,确保座舱空间。

通过对比可看出,无论是传祺、明锐还是卡罗拉都拥有各自的“杀手锏”。如果您更注重动力技术,不妨考虑明锐;如果您更关注用车成本,卡罗拉或许是较好的选择;如果您看重舒适性、操控性、安全性等综合性价比,那么2012款传祺是您不二的选择。

另据获悉,双节来临之际,恰逢广汽传祺上市一周年之际。广汽特举办“周年巡礼活动”,回馈广大传祺车主。全新升级的传祺2012款也参加此次回馈活动,为有意购车的消费者献上超值大礼,不仅有0利率0手续费0月供的金融专属礼,凡前来试驾2012款传祺的客户,即可获得龙年利是封红包,有意购车的朋友不妨关注一下。(小雨)

MURANO 楼兰

SUV除却技术,还有更多情感诉求让人倍感兴趣。在涡轮增压大行其道的今天,厂家更愿意将自己的车型打造成“动力野兽”,却往往显得有些“简单粗暴”。所以当MURANO楼兰翩翩而来还带点“御风而行”的操控基因时,我们看到了不一样的豪华SUV,可以同时提供给你先进的技术和高雅的艺术情调。

MURANO楼兰不仅完全颠覆了人们在视觉上对SUV车型的传统认知,也彻底颠覆了传统SUV无法兼容越野性与舒适性的局限,东风日产不遗余力打造的豪华配置更彰显日产对其寄予的“御风者”称号。除此之外,堪比行业顶尖水准的专属服务也是为了让“御风者”真正享受豪华汽车带来的品质生活。当这样的MURANO楼兰对阵X3的时候,宝马也不得不放下身段公平对待。

不难看出,东风日产的SUV战略布局准确把握了市场机会,在与对手的竞争中抢占先机的同时,为自身发展开拓出了新的契机。就目前来看,逍客增幅显著、奇骏潜力出色、MURANO楼兰步伐稳健,未来将很有可能取代现有热销车型,成为销量榜的新宠儿。而背后的深意则是东风日产对未来的壮志雄心已经悄然成型。

(王欢)