

德系纷转型 日系重突破 豪华车兴起差异化竞争



中国豪华车市场的快速增长让各跨国企业重新审视产品战略，不仅推出了全新的产品，同时为满足中国消费者的需求，纷纷针对目标市场打造时尚、个性的车型，改变固有的产品形象。

尽管今年中国车市出现了产销双降的趋势，但1月-4月进口汽车仍实现31.02万辆的销量，同比增长21.38%。而在2010年，中国汽车市场增幅达到33%，豪华车领域更是高达75%。

豪华车型的热销，各大调研机构纷纷预测，中国超过美国成为第一大豪华车市场只是时间问题。

出了设计让步，并推出了宝马5系的长轴距版，增加了后座的舒适性，让宝马更加适合商务特性，扩大了消费群体。

伴随着市场细分的逐步增加，宝马的新车更是应接不暇。先是在今年发布了全新子品牌i系列，准备首推车型i3、i8车型。近日又有消息称，宝马新车型2系、4系，以及全新SUV X7即将上市，丰富宝马的产品线。

日系品牌个性突破

与德国三驾“马车”相比，日系豪华车属于比较小众的豪华车品牌，品牌力的差距也让日系豪华品牌只能以个性的差异化和性价比在豪华车市场占据一席之地。

由于国家政策的推动，小排量豪华车销量大幅增长，在政策引导下，日系豪华车纷纷加大对3.0L以下排量车型的引进。雷克萨斯于2009年9月在中国市场推出首款小排量车型ES240，去年8月再度推出RX270、

IS250及IS250C三款小排量车型，目前小排量车型的销量占雷克萨斯总销量的65%左右。

英菲尼迪此前引入了QX56和2011款M系列，其中M系列就是主打3.0L以下车型的市场。

在走访中，日系豪华车以配置丰富、价格优惠幅度较大受到消费者的喜爱。而凭借小排量车型的导入，雷克萨斯去年销量达到5.2万辆，英菲尼迪和讴歌则分别达到1.1万辆和5200辆，已逐渐形成与德系豪华车的个性化竞争。(楠哲)

2011浙洽会指定用车
凯迪拉克
宁波凯迪拉克汽车销售服务有限公司
公司地址：海曙区启运路70号
贵宾热线：0574-56280888

这些车企销量淡季不淡

近日，各大车企的5月销量统计纷纷出炉。从数据上我们可以看出，多数车企5月销量出现一定幅度下滑，就连通用同比也下降了2.7%。专家分析，季节性因素是这种下滑出现的主要原因，5月-8月是历年来车市销售的淡季。不过，也有车企淡季不淡，销量继续冲高。本期，就让我们重点看看这些强势车企的5月表现。

上海大众
同比增长18.1%

上海大众公布的销售数据显示，5月上海大众在中国市场的销量达88008辆，较之去年同期增长18.1%。其中，大众品牌实现销售70839辆，同比增长17.4%；斯柯达品牌实现销售17169辆，同比增长21.2%。

福特
同比增长14%

福特(中国)公布的销售数据显示，5月福特汽车在中国市场的销量达45162辆，较之去年同期增长14%。其中，福克斯销量达16756辆，同比增长33%；2011新蒙迪欧-致胜销量达6005辆，同比增长46%。

奔驰
同比增长43%

奔驰(中国)公布的销售数据显示，5月梅赛德斯-奔驰品牌汽车在中国市场的销量达16401辆，较之去年同期增长43%。

马自达
同比增长1%

马自达(中国)公布的销售数据显示，5月马自达汽车在中国市场销量达18634辆，较之去年同期增长1%。其中，一汽马自达共实现销售11508辆，同比增长4%；长安马自达共销售7126辆，同比减少3%。

现代起亚
同比增长13.9%

现代起亚(中国)公布的销售数据显示，5月现代起亚汽车在中国市场的销量达93044辆，较之去年同期增长13.9%。其中，北京现代同比增长近10%；东风悦达起亚同比增长23%。

奥迪
同比增长44.6%

奥迪(中国)公布的销售数据显示，5月奥迪汽车在中国市场的销量达2.52万辆，较之去年同期增长44.6%。

沃尔沃
同比增长82%

沃尔沃日前公布的销售数据显示，5月沃尔沃汽车在中国市场的销量达4019辆，较之去年同期增长82%，从而使中国成为除美国和瑞典之外的沃尔沃第三大市场。

据《北京商报》



奥迪提升运动形象

“奥迪所有的国产车型都有非常精准的产品定位。另外，在品牌形象方面我们也有进一步的提升。过去几年中，奥迪在中国的尊贵程度、认知与宝马齐平。”一汽-大众奥迪销售事业部执行副总经理张晓军在接受访问时表示，奥迪在产品引进的决策流程上进行了改善和强化，进口车业务肯定是未来的一个工作重点。

奥迪正在通过以科技感作为核心理念进行品牌改造，尤其是在针对运动形象上的改造更为突出。

从年初的A6L上市，到今年W12车型、全新A6、R8 GT，以及RS3 sportback等新车即将亮相，目标顾客年轻化，加快了奥迪向中国全车系车型的速度。在张晓军看来，未来90%的奥迪用户都将是私人用户，“会有越来越多的人接受奥迪运动、时尚、个性的一面”。

奔驰、宝马定位反转

俗话说，“开宝马，坐奔驰”。然而，这种过时的说法也因奔驰、宝马的产品定位改变而变得模糊起来。

作为最晚进入中国车市的豪华车品牌，奔驰这两年持续发力，特别是去年，增长速度明显超越对手宝马和奥迪。“现在的奔驰已经和以前大不一样了，大家的认识和印象千万不要停留在过去，应该对奔驰进行重新认识。”奔驰中国销售与市场副总裁郝博曾表示，“年轻化的奔驰产品就是为追求生活品质的中国年轻新贵量身定做的，它们虽然紧凑但绝不廉价。”

为实现过去“大奔”形象的反转，奔驰引入了不少入门级产品来贡献销量。据悉，包括BLK、SLC在内的多款全新车型将在未来几年陆续面世，即便现产的A-S级车型，也都将迎来全面换代。

宝马同样为满足中国市场的需求做

长安铃木



2011年6月1日至6月30日 来长安铃木过节吧!
欢乐儿童节、感恩父亲节、火热端午节、节日有惊喜、豪礼节节有

- 一等奖：到店抽奖礼
- 二等奖：自驾游礼包
- 三等奖：限量版车贴

- 四等奖：数码惊喜礼
- 一等奖(2名) iPad (价值4999元)
- 二等奖(10名) iPod touch (价值2500元)
- 三等奖(50名) iPod shuffle (价值600元)

以上礼品图片仅供参考 请以实物为准

长安铃木 宁波东菱汽车销售服务有限公司 地址：宁波鄞州中河路277号(1号线彩虹桥站西侧) 城市展厅：中兴南路(宁波交运集团西侧) 批售热线：880-7111/8780661

三菱翼神 LANCER EX 翼神
首付2.38万起
购2011款三菱翼神 送价值4888元“夏日清凉”礼包
6月19日“父亲节”活动亲情登场 三菱翼神2.0L运动版12.98万现车供应
浙江康达汽车工贸有限公司 鄞州分公司
地址：鄞县大道中段798号(广德湖北路) 销售热线：88211999

帝豪EC7 欧洲标准·五星安全
帝豪EC7荣获C-NCAP五星安全认证
帝豪EC7 德·中·致胜
帝豪EC7 绝对的高标准，方能造就绝对的硬实力
帝豪EC7 绝对的实力，方能造就绝对的硬实力
帝豪EC7 绝对的实力，方能造就绝对的硬实力
帝豪EC7 绝对的实力，方能造就绝对的硬实力