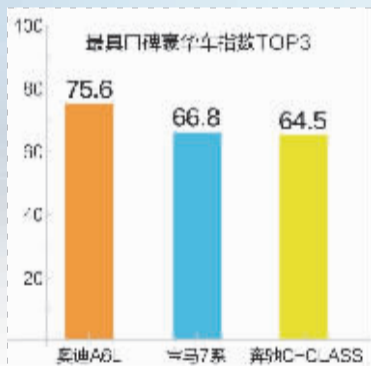


《车天下》推出“2014现代快报汽车金鼎奖评选”以来,得到了读者热烈的反响。热心读者通过电话、微信、剪报等方式寄来投票。根据专家评委、读者投票及市场表现的综合评定,一系列2014年的品牌车企、口碑车型、经销商即将在下周三重磅出炉。本期,我们结合读者投票,为大家盘点2014年车市风云。

现代快报记者 李宇欣 张曦 倪泳

观2014车市风云 看“金鼎”花落谁家



中级车竞争激烈

“得中级车者得天下”,这一市场铁律在今年金鼎奖评选中得到充分体现。近年来,中级轿车的市场占比不断升高,今年雷凌、昂克赛拉、全新明锐、新科鲁兹等重磅新车杀入车市,又掀起中级车市场新一轮竞争。

随着新车型越来越多,价格也在持续走低,从目前观众对“金鼎奖”投票的情况看,很多第一次购车者因为考虑到价位和空间等综合因素,对中级车比较青睐,特别是一些经过市场检验的经典车型,销量表现依然不俗。

另外,很多车企将新技术运用到中级车上,如新明锐

出自MOB平台和搭载自动泊车技术,雪佛兰迈锐宝的高效动力系统+智能恒温操作系统+深海静音舒适系统,使得中级车的性价比进一步得到提升,在产品质量、品牌力和内外饰做工上都有明显的提升。

另外,原来是合资品牌一统天下的格局也在逐渐被打破,自主品牌经过近几年发展也取得了很大的成绩,购买自主产品的消费者也在逐渐增多,随着越来越多的新车推出,预计明年的中级车市场依然硝烟弥漫,还会有激烈争夺。



豪华车拥抱国产化

今年的豪华车市场很热闹,金鼎奖评选也可以看出端倪。读者对豪华车的喜好呈现出多元化的趋势,二线豪华品牌关注度提升,如捷豹路虎、雷克萨斯、沃尔沃、英菲尼迪等品牌都咬得非常紧,但投票最多的前三名,依然被奥迪、宝马和奔驰牢牢把握。

今年前三季度,奥迪、宝马和奔驰在国内销量分别实现41.57万辆、33.59万辆和20.35万辆,在前十豪华品牌销量中近占四分之三,达74.0%。其中,奥迪销量占比超三成,为32.2%;宝马和奔驰分别占比26.0%和15.8%。而

从读者投票来看,也基本印证了这个市场趋势。

国产化成为豪华销量增长的最强动力。先期加速国产化的外资品牌,都尝到了甜头,比如一汽大众奥迪。业内人士分析,拥抱国产化是二线豪华品牌的唯一选择,谁更快地国产化,就更快地在品牌排位赛中占据先机。

原因在于,国产化规避了高额进口税费和高昂的仓储物流成本,降低了产品生产和企业运营成本,可以帮助豪华品牌降低售价,实现规模化生产,经营效益也更高。



SUV市场热点纷呈

在整体汽车市场销量增速趋缓的背景下,SUV仍然是为数不多的亮点,自主和合资车企继续加大在这个领域的投入,今年有多款各类型SUV上市,细分市场的竞争日趋激烈,SUV也正在由“蓝”变“红”。

首先是SUV呈现出小型化的特点,开始主攻入门级SUV产品,具有代表性的是北京现代的ix25,这是在ix35和全新胜达获得市场认可的基础上,北京现代推出的一款紧凑型SUV,以时尚、个性的特征俘获年轻人的心,这样的产品还有东风标致2008、上海通用雪佛兰创酷、东风本田XR-V等。

第二个显著的特征是更多的车企尝鲜SUV市场,推出旗下首款SUV产品,如一汽马自达CX-7,从而结束了

一汽马自达没有国产SUV的时代,CX-7秉承马自达的运动血统,定位高性能运动型SUV。受到SUV市场的吸引,今年发布的首款SUV还有东风日产启辰T70、东风雪铁龙C3-XR、北汽绅宝X65等。

在反垄断的大背景下,以“下沉”为关键词的豪华车迎来了降价风潮,冲击中高端SUV市场。为此,更多的豪华SUV加速了国产化的进程,最值得关注的是路虎揽胜极光,作为奇瑞捷豹路虎的首款国产车型,明年即将正式上市。

“2014现代快报汽车金鼎奖评选”现已进入最后的冲刺阶段,欢迎广大读者踊跃通过各种方式投票,为自己钟爱的品牌车企、车型、经销商摇旗助威。评选结束后,组委会将抽取丰厚的大奖,以回馈读者对“金鼎奖”的厚爱。

(数据来源:“金鼎奖”读者投票、调查问卷)
制图 李荣荣

新手豪迈、大妈解套、老手踏空
“疯牛”中的股市众生相
金9



个别楼盘涨幅达1000元/m²
年末楼市怪现象:多盘价格出现上扬
金11