



南京汽车热销榜

威驰、致炫大卖 丰田小型车完胜对手



不得不承认，汽车已经进入全领域的残酷竞争格局，即使在入门级的小型家用车领域，一汽丰田威驰和广汽丰田致炫脱颖而出，不得不让人感叹丰田的造车能力。

现代快报记者 李宇欣

丰田两小型车大卖

作为继家用电器、电子信息、房地产之后的第四波排浪式消费热潮，汽车在中国进入了新的消费阶段。尤其是限购城市的增多形势下，汽车消费结构升级更为显著。此前大行其道的小型车、微型车逐渐退出主流，已经让位于紧凑型车、中级车，甚至是SUV。

在这种背景下，小微车型的销量下滑在所难免，绝大部分小型车去年销量出现了不同程度的萎缩。去年，小型车市

场销售213.89万辆，较2013年同比下跌了2.5%，其在轿车市场的份额同比下跌1.1个百分点至17.2%。

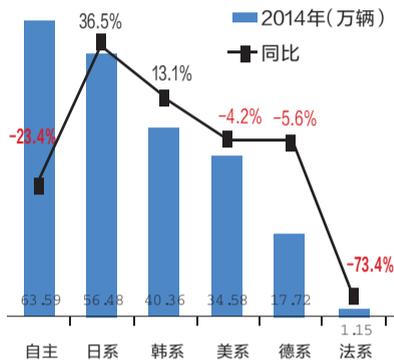
自主品牌在小型轿车市场上销量领跌，除了受消费升级影响以外，同时伴随着合资品牌的下探，自主品牌的生存压力更加巨大。与之相比的外资品牌，尤其是日系，在威驰、致炫销量的助力下，在小型轿车市场销量实现大幅提升。

分车型来看，去年小型轿车销量前十

车型依次是新赛欧、现代瑞纳、起亚K2、大众POLO、丰田威驰、悦翔V3、长城M4、本田飞度、吉利金刚和丰田致炫。

尤其是丰田旗下的两款小型车，可以用抢眼来形容。首先是一汽丰田威驰去年销量达到127827辆，同比增长346%，在细分领域销售榜上排名第五；其次是广汽丰田致炫去年卖出73298辆，增长幅度达到惊人的2838.97%，首次跻身热销榜前十。

附图：各系小型车2014年销量变化



附表：2014年小型车销量前二十

排名	车型	2014年销量	累计增长(%)
1	赛欧	253341	-8.31
2	瑞纳	236024	18.80
3	起亚K2	155331	8.21
4	大众POLO	136599	3.47
5	威驰	127827	346.70
6	悦翔	113417	-10.80
7	长城M4	87679	-31.53
8	飞度	84699	107.87
9	金刚	78890	77.06
10	致炫	73298	2838.97
11	北汽E系列	69714	16.20
12	奇瑞E3	67143	130.50
13	嘉年华	62519	20.95
14	骊威	58999	-15.12
15	夏利	51202	-28.57
16	欧力威	46005	107.41
17	锋范	45393	-52.37
18	风云2	43148	-40.74
19	长安CX20	42493	28.87
20	雨燕	35068	14.85

小型车战略获丰收

威驰在中国的发展可谓一波三折。作为丰田专门为中国市场打造的一款车型，威驰早在2002年已经在国内上市。但是，与丰田的卡罗拉等中级车的热销相比，威驰在中国小型车市场并未占有一席之地。

那么这款差点失败的车型是如何获得新生的呢？归结起来，与两个重要的步骤有关：首先，丰田在全球推行小型车战略，在“买大不买小”的中国市场继续贯彻这一战略是需要勇气的，丰田勇敢地

走出了这一步。其次，在价格十分敏感的小型车市场，谁的价格有优势谁就掌握了先机，作为“专为中国人打造”的小车，98%的高国产率实现了6.98万元的超低价。

一汽丰田公关部门负责人表示，丰田在华推出的小型车战略是基于未来的一个长远的计划，小型车和新能源车都是政府倡导的汽车发展方向。在能源和公共交通资源越来越紧张的情况下，小型车市场的发展空间会越来越大。

几乎与一汽丰田威驰上市时间同步，广汽丰田推出的致炫同样是丰田小型车战略的产物，也一定程度上解决了广丰一直靠凯美瑞打天下的尴尬。现在来看，在日系车整体表现不佳的背景下，这两款小型车不仅起到了产品线再造的效果，也让丰田的品牌更加年轻化。

可以看出，推进小车战略已经是丰田目前最重要的任务之一，拥有了小车市场优势，也就意味着丰田拥有了快速、可持续发展的一把钥匙。

新车发布

比亚迪唐60万入豪门

比亚迪首届迪粉大会1月20日在深圳举行，比亚迪唐作为“542战略”首款产品亮相并启动预售，标志着比亚迪SUV年正式开启。“542战略”是比亚迪唐三个数据的简称：百公里加速5秒以内、超级全时电四驱、百公里油耗仅2升。比亚迪唐开启预售的同时也公布了价格，两款车型分别售价30万元、60万元。继唐之后，2015年比亚迪中型双模混动SUV宋、紧凑型双模混动SUV元也将陆续上市，覆盖SUV主流市场，给消费者在插电式混合动力车型上提供更多的选择。比亚迪



提出新能源车“7+4”布局，除个人用车、公务用车外，还计划向货运车、工程车方面拓展。

启辰T70冲击十万SUV市场

作为东风日产启辰品牌的首款SUV车型，T70于1月10日在郑州正式上市，新车共推出1.6L和2.0L两大排量共6款车型，售价为8.98万-12.78万元。

近年来，SUV凭借空间大、通过性好、视野好等优点，成为越来越多购车者的选择。在经历大中型SUV市场的火爆之后，10万元区间的中型、紧凑型SUV正在成为下一个车市热点。

东风日产启辰事业部部长颜宏斌表示，在10万元SUV这个区间，自主车型多是外形粗大、技术相对落后的“肌肉派”，而合资紧凑型SUV则都是尺寸娇小、更像两厢轿车的“可爱派”。

这两类车型都无法很好地满足消费者需求，他们需要技术先进、品质优良、空间宽敞、外形俊朗的SUV。所以，东风日产为大家倾力打造了“技术派”的启辰T70。

东风风度MX6的合资品质与自主价格



极致性价比是东风风度MX6最值得称道的卖点，预售价格12.28万元起。1月26日，

记者在车亮相发布会上了解到，这款车集合了合资品质与自主价格，是东风风度品牌首款都市SUV，已正式首发并接受预订。据了解，在推出MX6同时，正式开启包含新西兰敢闯之旅大奖在内的MX6敢闯六重豪礼活动。动力方面，MX6搭载了NISSAN MR20DE发动机与XTRONIC CVT变速箱的组合，操控完美，功率和扭矩得到最佳输出。MX6全模式系统源自NISSAN的专业四驱技术，具备多种路况的极强适应能力。

新车试驾

开瑞K50“陆地飞行秀”

奇瑞旗下的微车品牌——开瑞K50昨日正式上市，在上市前记者曾赴芜湖工厂探寻开瑞K50研发体系，了解它的诞生过程，并观赏了开瑞K50的“陆地飞行秀”。

在参观了奇瑞工程中心下属的动力总成、NVH、K&C、碰撞4大实验室之后，记者感受到开瑞K50的“V”字形正向研发体系，奇瑞是用造家轿理念打造这款“紧凑型MPV”。试驾环节，奇瑞特技车队驾驶开瑞K50以“钢铁车舞”开场，接下来车队蛇形串桩、漂移入位、360度原地自转、



单边行驶等高超的特技表演形式，向在场的媒体记者展示其良好的操控性和稳定性。2015年的销售目标为5万-8万台。

缤智开启先锋艺术之旅

1月23日，缤智(VEZEL)先锋艺术巡展及试驾体验在上海环球港举办。

缤智是继雅阁(Accord)、飞度(FIT)之后，Honda倾力打造的第三款全球车型，也是广汽本田的首款SUV，2014年全年累计订单突破30000台。本次试驾体验与先锋艺术巡展相结合，通过在室内巡展区域采用3D立体结构的前卫设计，以及将缤智先锋艺术装饰车与艺术挂画巧妙结合

的独特立意，衬托出了这款SUV“极智玩美”的品牌主张。缤智(VEZEL)配备了1.8升i-VTEC发动机，可以提供100kw的最大功率输出和169Nm的最大扭矩输出，最低综合油耗仅为6.5L/100km。试驾过程中，记者充分感受到了缤智优异的产品性能和个性魅力。尤其是专为中国市场推出的可开闭式全景天窗，以可调节的舒适采光，带给驾乘者通透开阔的车内感受。

汽车公益

“起亚家园”盐城援建住宅

郭猛镇地处盐城市西南，是以烈士命名的乡镇。自1月12日以来，由东风悦达起亚、起亚汽车携手仁人家园主办的2015年春季“起亚家园”房屋援建活动就在此地开展。来自韩国的87名大学生志愿者进行了为期十天的房屋援建工作和社区活动，帮助当地居民改善居住环境。1月21日，在盐城郭猛镇举行了捐赠仪式，其后韩国大

学生通过丰富的文艺汇演和文化交流活动，将“起亚家园”的公益精神和乐观态度传递给更多的人，体现了企业“和合共生”的价值观。记者了解到，“起亚家园”项目自2009年进入我国以来，已成功举办十二期，超过1700名志愿者先后为四川、广东、浙江、江苏等地援建房屋130所，并在当地学校开展义务支教、文化汇演等活动。