



2012年,在相对低迷的经济大环境下,销量增幅下滑、限购政策加紧、油耗补贴标准提高成了中国汽车市场的一个又一个关键词。但这些整体市场的“紧箍咒”却丝毫无碍一些细分市场的持续上行。在交出了一份漂亮的半年成绩单后,中级两厢车细分市场继续逆不景气的车市大环境而行,上演马太效应,下半年里延续上半年强势表现,持续呈现上升趋势,令其他细分市场艳羡不已。

马太效应尽显 中级两厢车一路向好



▶▶ 制胜之道 高品质产品满足市场新需求

市场里唯一永恒的法则就是需求决定一切。在迎合了消费者时尚及实用的需求,迎来两厢车的快速发展期后,中级两厢车市场并没有只是坐享其成,而是通过对自身产品的不断增强,谋求在整体车市中取得更大的市场空间和前景。

专家们曾共识般地指出,在中国车市整体格局酝酿变革的大环境下,只有注重品质的产品才能应对不断增加和提出的新消费需求,从而迎来更大的发展空间。这在愈发火爆的中级两厢车领域表现得尤为明显。

近年来,以TIIDA为首的中级两厢车在追求更优质产品力上下足了功夫,而随着新TIIDA、新福克斯及高尔夫6的陆续登场和强势带动,中级两厢车在外形设计、驾乘空间、舒适性体验等方面大幅提升产品力,展现出了超越级别的产品品质。

相比以往的中庸设计,中级两厢车型在外观方面越来越

注重对时尚风向的追随和对潮流元素的融入。其中,新TIIDA堪称是中级两厢车的时尚座驾代表,在超凡风尚的“Agile”跃式造型设计思路下,新TIIDA带来了性感双腰线配合宽大低重心车身布局,整车外形充满张力、线条流畅,再加上蜂窝状时尚前格栅、锐利的炫晶氙气前大灯和16寸精铸铝合金轮毂,处处彰显出动感时尚品位,体现出最为领先的时尚潮流,给人以非常炫目的视觉冲击效果。

此外,高尔夫6融合大众经典设计理念,刚硬的车身融合标志性的经典C柱设计,整车外形大方动感,低调犀利。而新福克斯在传承老款外形风格基础上,又进一步进行“夸张”演绎,无论是从前至后整体上扬的车身线条,还是标志性的大嘴点缀下的凶猛前脸,以及指针式的另类尾灯设计,新福克斯在外观上尽显运动潮流元素,将动感进行到底。

▶▶ 新TIIDA 领航进入“大两厢”时代

在国内消费者最为看重的空间需求方面,在长4295mm、宽1760mm、高1520mm的傲人车身尺寸外,新TIIDA毫不吝惜地创下了同级最大的2700mm超长轴距和681mm超大膝部空间,率先为消费者带来了与丝毫不逊于中高级车的奢侈驾乘空间,引领中级两厢车彻底迈入“大两厢”时代。即使身高180cm的驾乘者乘坐新TIIDA,也完全能够自由伸展身体,腿部空间轻松达到两拳半左右的余量,活动空间充分地甚至有些扩张。配合人性化创新的“U-Room”全新车内空间设计,在头部空间方面,新TIIDA无论前排还是后排都十分充裕,完全没有头部压抑的感觉,为消费者带来跨级别的空间价值体验。

在新TIIDA的带动下,新福克斯也较老款增加了车身长度和轴距,且在进行了溜背改造后,新福克斯升级后的头部空间也得以提升。而上市步伐越来越近的高尔夫7,已经确定其最大的变化之一也将集中在空间改善上。

除了空间,中高级车与中级车的最大差别之处恐怕就体

现在舒适性体验方面了,但以新TIIDA为代表的中级两厢车在驾乘的舒适性上却再次表现抢眼。中高级车引以为傲的众多配置在新TIIDA、新福克斯和高尔夫6上随处可见,驾驶员座椅高度调节、自动感应式大灯、智能雨刮器、自动空调等一应俱全,新TIIDA甚至还采用了与高端豪华车相媲美的三维超静音工程,从隔音、风噪和发动机噪声三大维度造就中高级车才有的静谧享受,而其360度环绕舒适技术、Multi-Layer仿生学座椅等人性化舒适配置,更为驾乘人员带来极致舒适的乘坐感受。

可以说,正是因为拥有不断涌现的高品质产品,中级两厢车市场能够满足时下人们不断更新的消费需求,进而也就能顺理成章地赢取更大的市场份额。并且,随着中级两厢车产品力的不断增强和对不断涌现的消费新需求的继续满足,已经足够强大的中级两厢车市场还可以将“马太效应”持续进行下去。

▶▶ 持续向好 口碑产品带动整体市场向上

马太效应不仅体现在中级两厢车这一整体细分市场上,还反映在这一市场的主力单品身上。中级两厢车市向来不乏一些口碑产品,这些产品凭借自身上佳的市场口碑和强大的影响力,在不断提升自身销量外,还对整个中级两厢车市产生了持续的拉动作用。

作为公认的“两厢车王”——新TIIDA凭借带给消费者的优异使用感受,也理所当然地成为两厢车市的“口碑王”。在众多消费者口中被亲切唤作“达达”的新TIIDA,除了同级最大空间、中高级车般的舒适驾乘环境外,其节油、好开的名声也被广泛传播在外。

优质而均衡的产品力让新TIIDA在消费者那里赢得了内外兼修的优秀口碑,而口碑效应又直接提升了新TIIDA的市场影响力,进而推动新TIIDA销量一路向上。同时,新TIIDA在自上市以来屡屡创下多项销量纪录的同时,也吸引了更多消费者进而将目光投向整个中级两厢车市场,极大提升了中级两厢车市的整体口碑,并推动整个中级两厢车市一路飙升。

除了“口碑王”新TIIDA的高调领军外,中级两厢车市场另外两款口碑车型也对这一市场的优异表现做出了巨大的贡献。作为长安福特的当家车型,两厢新福克斯已成为众多崇尚运动激情消费者心目中的首选,标榜“运动”的个性化口碑早已成为两厢新福克斯的“市场通行证”,让其抢尽同款车型的风头,与后者销量比例悬殊高达7:3,极大提升了整体两厢车市的号召力;高尔夫6则凭借低调内敛的实力,在赢得“稳重可靠”好评的同时,其“经典两厢车”的口碑效应也持续为中级两厢车市带来了良性涟漪效应。