



这也是轿车?
20多年前,当典型的两厢车富康出现在国人眼中时,人们还很难接受一个“没屁股”的车。但如今,两厢车已经是汽车消费潮流的风向标,与年轻、时尚、活力、高科技等元素密切相连,成为年轻消费群体购车的首选。从之前不被看好、挑战国人审美的“塌屁股车”到如今备受年轻消费者追捧的“时尚范儿”,两厢车在中国市场用了近20年时间实现了逆袭。如今,以高尔夫、福克斯和骐达为首的大两厢家用轿车,已成为当下最炙手可热的细分市场之一,增长势头仅次于SUV市场。

从另类到主流 两厢车的“逆袭”之路

本刊 综合

探路先锋

国人对于两厢车的了解,实际上是从雪铁龙富康开始的。1992年9月,神龙公司第一款产品富康下线,这个当时中国汽车工业投入规模最大、技术起点最高的合资项目,选择的首款产品也是合资外方雪铁龙的拳头产品,投资10亿美元开发并于1991年刚在欧洲上市的ZX系列。堪称车坛“老三样”中与国际水平最为接近的富康,采用了多项当时看来很先进的技术,如四轮独立悬架、后轮随动转向、全铝发

动机缸体等。取自中文“富裕安康”的命名,则代表了该车想进入中国家庭的美好期望。2003年,看到国内私家车消费势头兴起,一汽-大众引入大众旗下最成功的家轿产品高尔夫。第四代国产高尔夫尽管在中国市场只斩获了并不算高的销量,但在消费者中积累下大众高品质的品牌形象和非常良好的市场口碑。

步入春天

虽然第四代高尔夫并未取得与其声望相符的漂亮业绩,但不可否认的是,这款车在扭转国人对于两厢车偏见上功不可没。2009年,中国车市消费环境已经较6年前有很大变化,随着汽车

消费理念的成熟,中国消费者对于两厢车的接受度大大提升,市场上已经有了骐达、福克斯等畅销两厢车,其次,汽车消费需求更加多元化,汽车消费早期偏重实用性的需求已经让位于注重个性化、运动时尚的需求。

远大“钱”程

业内人士认为,两厢车成功“逆袭”的背后,是汽车消费群体和消费环境双重变化的必然结果,与十年前相比,汽车消费群体呈现年轻化的趋势,而这种变化在近几年尤为明显。有相关统计显示,80后消费群体所占比例快速攀升,已经由2007年的23%升至2012年42%。

年轻消费群体的崛起也带来汽车需求的变化2013年汽车流行趋势报告显示,“动感”是众多被访者偏好的汽车风格,其受欢迎程度遥遥领先于其他不同风格的汽车。从需求方面,经过之前10多年的快速发展,中国私家车主的消费理念不断成熟,如果说对于三厢车的偏爱在40岁以上的人群中目前尚存在,在30岁以下的年轻群体中,两厢车已经完全和三厢车能够平起平坐,而在近年来凸起的女性消费群体眼中,两厢车远比三厢车更时尚可爱。而这部分年轻人群,无疑是今后车市消费主力。

在一线与二线城市,随着生活水平的提高,拥有第二辆车的家庭也越来越多,与第一辆车承

载多种需求,对空间、面子、价格等等多方面需求都要兼顾导致三厢车胜出,家庭第二辆车往往是个性化需求胜出;与此同时,大城市的交通拥堵与停车难问题,也会使造型紧凑、停车方便的两厢车优势更加突出。在消费者需求升级大背景下,两厢车的市场也越来越细分。

除了有高尔夫、福克斯、英朗XT这样的时尚家轿,也有高尔夫GTI、福克斯ST等主打运动的高性能车型;还有西雅特LEON、沃尔沃C30、DS4等走个性化路线的车型;甚至豪华车领域也开始刮两厢风潮,奥迪A3、宝马1系、雷克萨斯CT200h等都是主打豪华个性路线的高档车产品。



5.4L



不因距离加油,只为人生加油
创领未来的全混动科技,让同一升油驰抵更远



ES

全车系厂商建议价:35.9万元起
LEXUS雷克萨斯ES300h 以5.4升百公里综合油耗定义卓越

- 华贵外观:家族式纺锤形格栅搭配优雅车身轮廓
- 静谧舒享:精妙绝伦的整车设计与独具匠心的静音工艺
- 完备安全:预碰撞安全系统、LEXUS G-BOOK 雷克萨斯智能副驾与全方位安全气囊
- 多元驾控:多重驾驶模式带来随心所欲的多元化驾控体验

详情敬请咨询LEXUS雷克萨斯顾客服务中心:400-810-2772,或登录:www.lexus.com.cn。具体配置及车色请以实车为准。