



曾经辉煌,在上世纪90年代,捷达、桑塔纳和富康被称作为国产中级轿车的“老三样”,作为那个时代被广大车主追逐与热爱的紧俏货,它们以“皮实、耐用”为特点,走进一个又一个寻常家庭,扎实诚恳地为中国百姓服务。曾经,“拥有桑塔纳,走遍天下都不怕”的广告词在偏远的山村都能听到;“又红又专”的是捷达,其品质保证深入人心;而神龙富康则是中国两厢车的开山鼻祖……它们创造了无数个第一,无数个传奇。

一声叹息,“只有这辆车”可选,就成为十几年前车市的缩影。

曾经风靡的那些车那些事儿

汽车记者 严国一

一汽大众-捷达

镜头回放:关注汽车发展的人对一汽大众-捷达是敬佩的,因为捷达有着不可复制的辉煌。据调查分析,烟台市现有捷达车的数量有4万辆左右,足以说明了烟台市民对捷达的喜爱,相信每一辆捷达车都有一段动人的故事。

1991年一汽大众下线了第一辆国产的捷达,它是捷达轿车的第二代车型,即A2;拉开了中档轿车开辟中国市场的序幕,也由此捷达轿车开始了它走进千家万户的脚步。

1993年2月17日,第10000辆捷达轿车在总装车间下线;2月24日,一汽-大众第一次出口的300辆捷达在大连港装船销往缅甸。1996年第一个

推出“60万公里无大修”活动;2002年3月捷达月销售量首次突破万辆大关,并保持至今。8月捷达轿车首次登上全国单一品牌月销量冠军的宝座。

2003年,在珠海发现“捷达之家”,珠海市民谭先生从1993年开始,总共购买了10辆捷达,而其家族总共拥有的捷达数量达到了25辆。这是中国汽车品牌中绝无仅有的,一时间“捷达之家”被消费者传为佳话。

2006年7月14日,第一百万辆捷达下线。2010年9月统计,捷达累计销量已经超出15万辆,驰骋车市近20年还能取得如此辉煌,捷达不愧“又红又专”的称号。

小编点评:捷达轿车常青于车坛,一直给人的是很踏实的感觉。德国车皮实耐用的特点在它身上发挥得淋漓尽致,其蕴

含在其骨子里的踏实的造车理念,使得即使经历了十几年的风风雨雨,依然屹立不倒。无论是动力性能、安全性能还是燃油经济性能,始终保持着较高的水准。而且,随着中国消费者消费品味的不断提高,捷达也一直在寻求不断的变化,以不断适应消费者的口味。到如今,捷达的外形和内饰在“老三样”中是变化最大的。但无论怎么变,也只是皮毛而已,根本的筋骨还是被完全地继承下来,因为消费者更多看重的是它的内在品质。而宜官宜私的产品定位也使得其受众面更广,所以即使是在人才辈出的中级轿车市场,捷达的销量也始终保持在前列。



上海大众-桑塔纳

镜头回放:20世纪90年代初,偶尔看到一辆桑塔纳从身边驶过,大家都知道坐在里面的是领导,前面开车的,多半是司机。人们亲切地把这款车叫“普桑”,它是很多政府机关、国营企业的领导用车,私人购买只有一小部分,因为刚推出价格奇贵,要20多万元一部,90年代初,能够拿出20万元买车的人,寥寥可数。

现在已是烟台某车行老总的李先生告诉

记者,他第一次坐上鼎鼎大名的“桑塔纳”是大学放假回家,那时的感觉:坐在里面,这里看看,那里看看,但是不敢动,就怕把车给碰坏了,既害怕又兴奋。还有当时让他崇拜的是,桑塔纳经常作为有钱人的座驾出现在电影镜头里:一个大款,一手拿着砖头一样的大哥大,挺着大肚子,旁边是一辆桑塔纳,还要把大众的车标露出来。

小编点评:桑塔纳应该是中国轿车市场最早的先行者。桑塔纳带动了

中国轿车市场的繁荣,也是最早为广大国人带来轿车理念的轿车。无论是从驾驶感受,还是乘坐舒适度,桑塔纳把中国的普通民众引领进了一个全新的认知领域。但是仅仅凭借着耐用的性能和较高的知名度,总是吃老本显然还不够,外形和内饰的一成不变使得它更多的时候只能作为部门用车。所以,桑塔纳的市场正在一步步变小,前景不容乐观。



东风雪铁龙-富康

镜头回放:在烟台,对富康别有感情的曲健和他的同龄人眼里,当时只有大款才能买得起。1997年,曲健认识了一个自己开了酒吧,有一辆金色富康的人,“当时就觉得这个车真好看,对这个人也感到特别崇拜,觉得和自己不是一个世界的人。”曲健认为,在整个20世纪90年代,拥有富康就是一种身份的标签,会被很多人羡慕。

如今还开着富康轿车的李先生告诉记者,富康刚上市,邻居一位身家70万元的老板就去买了一部,当时相当神气。现在想想,70万元在今天还不够买一套房,但那个年代就是天文

数字。“当时一个能拿出20多万元买富康车的人,是多么了不起啊。”

1991年,富康正式上市,那时只有手动挡,价格却卖到了20万元,富康汽车走过了18年,富康已经成为绝对的经济型车,并在2008年退出历史舞台。

小编点评:第一个敢于在中国市场吃“两厢”螃蟹的车型,也算是国产两厢轿车的开山鼻祖。两厢车独特的造型使富康从一开始就成为广大中国消费者关注的焦点,并成为改变中国消费者“三厢情结”的头等功臣。

富康以一己之力开创了中国两厢轿车时代,光是这一份功绩就足以载

入史册。上市之初的富康也曾经步履维艰,但凭借着敏锐的眼光和同样出色的整车性能,终于被国人所接受,成为市场畅销车型。富康的两厢造型以及在当时还属于非常时尚的内饰,一度成为中国第一批普通家庭轿车的首选车型。富康也是“老三样”中,私家轿车味道最浓的车型。虽然程度不同,但是富康也同样拥有着“皮实耐用”的特点,再加上其同样低廉的价格,致使许多地区把它作为出租车的的首选车型。时至今日,东风雪铁龙已经把爱丽舍替代了富康,进而活跃在汽车市场上。



未来之路

汽车行业分析师贾先生针对这三款车的发展,谈了谈自己的看法。“捷达1979年在欧洲市场上市,至今已有30多年的历史,这本身就是一个奇迹。捷达的畅销源于其可靠的质量和适中的价格,同时,科学而不流于表象的设计也是其制胜的一大原因。捷达一直没有停止更新换代,改款车型也有推出,捷达品牌将不会消失,2013年的退市一说只是另一种形式的车型替代。”贾先生还认为:“桑塔纳还是拥有一定的发展潜力,商务车的营销范围恰到好处。回想富康的黯然退市,“老三样”的时代早已过去,捷达与桑塔纳的存在更像是一种怀念,在这两个品牌之上承载的是中国人的信任与坚守。”