



## >>消费观念转变<<

“家庭车”是什么?对于中国消费者而言,家庭车包含了多种多样的要素:实惠的价格、时尚的外观、丰富的配置、优异的安全性、卓越的品质乃至贴心的售后服务缺一不可。

对于汽车厂商而言,一款成功的家庭用车的推出虽然不至于达到完美展现企业造车实力的高度,但是如果一款家庭车市场占有率很大,口碑也很好,甚至被称为“国民车”,那这样的车型无疑是非常成功的,而且也会深深强化企业自身品牌深度以及市场认知度。

# “未来家庭车”

The Family Car

## 开向何方

本刊 综合

人们享受汽车便利的同时,汽车引发的问题也日益凸显。其中不乏污染、安全这些老问题,但更多的是新变化。这种变化对汽车消费观念、汽车使用环境都提出了更高的要求。

有数据显示,截至2011年6月底,全国机动车总保有量达2.17亿辆,其中私家车保有量达7206万辆,占汽车保有量的73.2%。私家车的功能主要就是作为家庭用车。

那么,一个家庭车该是什么样的?从当年的“老三样”到现在种类繁多的车型,哪种类型的才是最合适家庭需求的?未来,家庭用车的趋势又将往何处去?

### “一车多能”时代

汽车作为大众消费品进入寻常百姓家将近二十年,随着用车需求的多样化一个家庭拥有几款功用不同的汽车变得普遍起来。然而,人们在享受汽车带来便利的同时,汽车引发的一些问题,如交通拥堵、环境污染、能源短缺等问题也日益凸显。

中国的用车环境、能源禀赋、道路和环境状况已经对汽车消费选择提出了更高的要求。在油价居高不下、中国油源供应风险大的情况下,支持引导购买和使用节能汽车,已经是迫在眉睫的大事,丝毫马虎不得。

那么,未来中国汽车的出路在哪里?来自业内的声音认为,第一是不限制但应该小型化;第二是燃油经济性比较好;第三要一车多用,一个车要既有轿车的舒适性又用PMV的多功能性。

### 消费观念待转变

尽管市场上既有符合时尚、环保、多能的产品,也有潜在需求客户,但在一些跨界人士看来,要想在短期能激发这个市场并非易事。

有一些人,因为面子、显富而选择了豪华车、大排量的车。但是更多的人开始思考:我需要什么样的车,这样的车对我来说意味着什么,作为普通的消费者的社会责任是什么,是不是考虑汽车对环境和社会会带来什么。“越来越务实和生活化”。

为了让更多的人享受到“一车多能”的产品,业内人士建议,一个新的概念的产品在市场推出来的时候需要“双重营销”,一种是大众传播营销,这是在塑造新的品牌概念和新的品牌形象,但是不易直接促成消费者购买。另外,在进行大众传播的同时必须安排小众传播,针对特定的示范人群开发创新使用者,把他们的体验、使用情况在互联网和媒体上大量传播,从而让大家形成一种心理暗示,使大家感受到整个社会的消费的文化趋势正在发生巨大的变化。

编辑: 施园 组版: 褚衍冲

谁,是真正的  
**弯道九段。**  
MAZDA3 星骋 两厢/三厢驭弯而来。

10万元性价比之王! MAZDA3 经典款 8.98万元起售!  
Mazda3与星骋荣获1.6L节油冠军,带您从容面对油价挑战。

**向完美说不 MAZDA3 星骋**

“九段”的桂冠,在弯道加冕! MAZDA3 星骋两厢/三厢全系标配麦佛逊式独立前悬架,多连杆式后悬架,精准操控,让每一条弯道都是制胜之道。此外,欧洲E-NCAP和美国NHTSA双五星安全碰撞评级, DSC电子车身稳定控制系统,安全无忧,才能胜人一筹。

\*欧洲E-NCAP和美国NHTSA双五星安全碰撞评级(上述五星碰撞测试车辆为欧洲及北美当地销售车型)

长安马自达 全程无忧 三年十万公里保修 24小时道路救援服务

长安马自达 | 百米知马力 400-800-2777 800-807-2777 www.chana-mazda.com.cn

MAZDA3 星骋 MAZDA3 经典款 MAZDA2 炫动款 MAZDA2 劲翔炫动款

长安马自达济宁东润源4S店

济宁市327国道(南营段)市车管所西2公里路南

销售热线: 0537-2989811

售后服务: 0537-2989833