

家庭装修不用东拼西凑  
建行“家装贷款”为您解忧

建设银行推出个人家装贷款业务——“家装贷”，为您解除暂时缺装修资金的困难。建行的个人住房贷款老客户，还可享受最高30万元的信用类装修贷款。  
详情咨询电话：95533 2266875

客户服务热线：95533 网址：www.ccb.com

中国建设银行  
济宁分行



## 中级车市场风云四起

### 进入“多代同堂时代”

本刊 综合

#### 中级车市 进入“群殴时代”

几年前，“垂直换代”是中国车市的一个常见词汇，一个车企在中级车市场一般只有一款车型，车型更新由垂直换代的方式来完成。由于一款车型打天下，各车企之间的中级车竞争可以用“单打独斗”来形容。

几年的时间，中国车市发生了很大变化，中级车成为越来越多的消费者首次购车的首选，第一批中级车的消费者人群属性多元化，市场需求多样，潜力无限。面对消费者的多样化需求，越来越多的汽车企业放弃了垂直

换代的策略，而是采用“两代同堂”或者“多代同堂”，同一品牌车型换代产品同时销售已成为车企屡试不爽的招式，中级车市场的竞争由此进入“群殴时代”。

#### “多代同堂” 组合成为主流

“多代同堂”的序曲要追溯到大众汽车的捷达、宝来、速腾，喜人的销售数据证明了其存在的必要性。新福克斯和福克斯经典同堂销售，新朗逸和朗逸经典同堂销售，“多代同堂”之风愈刮愈烈，就连之前宣传垂直换代的轩逸，也宣布新一代轩逸与轩逸经典并行销售。“多代同堂”中的不同车型构建起来的全

面产品覆盖和强大销售力，成为车企实行“多代同堂”的动力。

北京现代的伊兰特和悦动这两款车型组合，曾经长期蝉联中级车销售冠军，并且合力推动北京现代成为中级车市翘楚。随着朗动上市，北京现代在中级车市由伊兰特、悦动、朗动组团作战，将多代同堂的销售策略推向了极致。在汽车市场进入微增长的时候，合理的产品布局自然能让各个汽车品牌在中级车市场竞争中更加从容。

#### 差异化定位 是成功关键

一汽-大众、东风日产、上海大众、长安福特、北京现代等车企，都是在中级车市场有所建

树的佼佼者。作为多代同堂策略的成功实践者，这些车企充分体现了其前瞻性的眼光和策略领先性，深入分析其成功的原因——差异化定位、产品力强、用户口碑好。

不同外观、不同动力、不同配置、不同空间、不同价格，这是中级车市多代同堂产品组合的共同特点。不同的产品内涵，无疑能让人看到巨大的差异性，不会将新老款车混为一谈。

#### 用丰富配置 打动消费者

如果说捷达、宝来组合，以及伊兰特和悦动是以性价比赢得天下，而速腾和朗动则是占据了制高点，成为新一轮中级车市场

标准的制定者。有不少车评人以“套娃”和“拉皮”两个词来调侃形容当前许多改款的中级车，确实市场不乏这样的车型。但作为现代设计理念下的新作，各新款车在外观上的优势则是不言自明。尤其是在车辆的高级感和运动感方面有明显优势，定位明确。

比如朗动配备的驾驶席通风座椅、ESS紧急制动提醒、风挡自动除雾、后排空调出风口等多项配置都是第一次在中级车上出现。

而在新福克斯身上，我们也看到了许多难能可贵的人性化配置和高端配置，再加上新福克斯的全新发动机，使其性能和卖点提高不少。



花别人的钱买车  
用自己的钱生钱

别克 来自上海通用汽车 800-820-2020或400-820-2020 www.buick.com.cn

**君越**

**BiP**  
别克·智能驾乘体系

10月31日前换购君越，即可尊享购车金融优惠方案，量身定做，助您早日实现财富自由！

- 【旅游】1200个旅游景点门票打折或免票
- 【保险】赠送客户150万意外及意外保险
- 【救援】免费50公里道路救援30分钟路边抢修
- 【保养】再送工时费9折优惠

### 【君越金秋特惠季】