

年轻消费者渐成车企争夺焦点

年轻的消费者如今是社会的主流群体。这在汽车市场也不例外，80后甚至90后的年轻群体，已经成为了各个品牌争夺的主流群体。近日，多家车企发布的多款新车，均将主要目标人群锁定在“80后”，无论是在外观设计上，还是相关的系统配置，均以满足80后消费群体的使用特点为卖点。

本刊 综合

有数据统计显示，2007年，汽车消费者人群中70后占据着半壁江山，达到了48%，而80后仅占比23%。不过，最近几年，市场消费人群发生了激烈变化，70后在2008年达到顶峰49%后，已经逐年下滑。相反80后的消费人群迅速崛起，从2007年占据23%的份额，发展到现在的42%。可以预见，随着时间的推移，80后的财富积累效应愈发明显，未来几年市场份额或将进一步提升。

市场消费人群的格局变化，必然将导致市场格局的变化。相对以往，作为市场主体的80后，必然会呈现出与70后不同的特点。比如希望体现出明显的个性，稳重圆滑已不再具备魅力；强调动感，细化流体雕塑设计；崇尚新技术，对新鲜配置接受程度高；注重车型环保，动力不再是唯一选择等等。

前几年，在各个细分市场上，年轻化其实早就有端倪，个别品牌也对各自车型也进行了相应的调整。只不

过，这种年轻化的趋势没有最近一段时间如此明显。今年以来，各个车企针对80后消费人群的争夺已经进入白热化阶段，无论是合资品牌还是自主品牌，相关车型投放速度不断加快，各种吸引年轻消费力的噱头不断涌现。

在合资品牌中，上海大众将推出两厢车型朗行，这是继polo之后再度布局A级两厢车。而雪佛兰将主打“掀背”概念推出科鲁兹的亮相车型；广汽丰田也将全新一代雅力士

针对这80后与90后，定位“跨界时尚大两厢”等等。

在自主品牌中，全新荣威550直接将目标锁定80后，在外观设计和搭载的配置上，均满足不断年轻的消费群体。改款理念S1也清晰梳理出“时尚动感”的品牌元素，锁定80后、90后年轻一族。而东南也推出首款两厢车型V6菱仕，进一步提升品牌在年轻消费者中的印象。

不过，在整个市场中，除了新车型的推出，如何吸引年轻消费者的注意，

如何更精准的锁定市场？这也是各个车企要解决的一大问题。毕竟，这相对以往是没有任何参照经验的，因为中国最近30多年的激烈变革，每一代人都有各自明显的烙印。

可以说，在市场中，年轻的消费群体将占据越来越重要的地位，谁把握好这个市场，将在未来几年的中期市场发展处于优势，或将会改变目前的市场格局。这无论是对合资品牌还是自主品牌，都将是一个巨大的机会。



TOYOTA
车到山前必有路 有路必有丰田车

1分钟的奇迹 4.5圈的荣耀

四十七年每分钟诞生1位新车主

四千万辆相连可环绕地球4.5圈

全球累计销量四千万辆纪录刷新者

40,000,000

1966-1970-1974-1977-1987-1991-1995-2000-2007-2013

全球精英品质

COROLLA 卡罗拉

庆祝卡罗拉系列全球累计销量四千万辆达成 盛况季

盛况季活动 1 **“0”利率** 购车盛会进行中

盛况季活动 2 **“惠分享”** 好友转介绍活动

活动时间:6月1日-8月31日



www.ftms.com.cn 手机网站m.ftms.com.cn 一汽丰田顾客服务中心:800-810-1210 400-810-1210

TOYOTA竭诚为您提供24小时救援服务,详情请咨询一汽丰田经销商

济宁振华丰田汽车销售服务有限公司

销售服务电话: **0537-3719966 3718800**

邹城分公司: **0537-5237999**

金乡分公司: **0537-8056111**

地址: 济宁市高新区327国道路北(市车管所对过) 振宁集团院内

一汽 TOYOTA

AAA TOYOTA
安心 安全 爱用

CROWN 皇冠 REIZ 锐志 PRIUS 普锐斯 COROLLA 卡罗拉 COROLLA EX 花冠 VIOS 威驰 RAV4 LAND CRUISER 200 兰德酷路泽 PRADO 普拉多 COASTER 柯斯达