

# 中高级车集体“暴走”， 新天籁疑为“导火索”



从3月份开始,中高级车众多车型突然出现集体“暴走”的现象:雅阁进一步提升优惠幅度,部分地区优惠直逼7万元大关;凯美瑞推出“增值版”系列,并进一步降低购车门槛;甚至连售价一直相对坚挺的德系“双雄”——新帕萨特及新迈腾,也相继作出超过3万元的终端让利。

分析近期中高级车市场现状及各车企的动作,不难推测,最有可能引起这场集体“暴走”的导火线,就是3月份高调上市的东风日产新世代天籁。

客观来说,对于同级车型而言,新世代天籁这个对手的确不容小觑。从2月26日至3月18日,在这不足一个月的时间里,东风日产“马不停蹄”地为新天籁举办了亮相及上市活动,接连向市场抛出了两大“重磅炸弹”:亮相会上,东风日产市场销售总部副部长杨嵩以独特创新的AR技术,全面展现了新天籁强劲而领先的技术实力;而上市发布会上,东风日产副总经

理任勇则公布新世代天籁17.78万元起的官方售价和业内首创的“天籁行动”。

可以说,新世代天籁成功通过两场活动,展示了其在技术、价格和服务上的优势,赢得市场和消费者的关注及认可。与此同时,新天籁的高调上市及热销势头,也瞬间激发了同级车型的恐慌情绪,无疑进一步激化了车市的竞争态势。

当然,新天籁能够迅速刺激市场,引起众多主流中高级车的价格不顾一切“纷纷跳水”,除了本身实力确实强劲之外,与当下整个市场环境及消费者需求的变化,也有着莫大关系。

2012年,中高级车出现明显的空档——没有重磅新车推出,部分改款车型仅为“小打小闹”,未能对市场造成太大的冲击,市场相对沉寂,不少车型也处于观望状态。在这样的情况下,新世代天籁这款重磅新车的到来,自然会引起市场的震荡,以及同级车型的“躁动不安”。从某种程度上讲,新世代天

籁可谓彻底激活了中高级车市场。

另一方面,进入2013年之后,市场上增购换购的需求正在不断攀升。这意味着,这批增购换购的消费者或将为中高级车市带来新一轮的购车热潮。这一批人,无疑已成为中高级车争夺的目标消费群。

这批用户在用车方面已具备一定的知识,对车辆的各个方面都有着更高的要求——性能、价格和服务的综合表现将会是这批用户最关注的问题。而新世代天籁正是通过全方位的实力提升,以明显的综合优势迎合了这批消费者的需求。当同级车型意识到这个趋势,短期内无法更新产品,自然会以提升服务、降价促销为手段,吸引消费者眼球,抢占市场份额。

换言之,新世代天籁正是以全面升级的综合实力,精准把握最佳入市时机及消费者需求,从而成为激活中高级车市场、引发同级车型不再淡定的“导火索”。

