



车市“少年派”带来新风尚

□本刊记者 李雨璐

近日,汽车市场可谓新车“辈出”,与针对中年客户的A+级车不断拉长轴距,B级车不断增加配置,豪华车不断推出“丐版”的雷同化设计相比,针对年轻客户的车型层次分明、各具特色。套用列夫·托尔斯泰的一句话:中年都是相似的,青年各有各的年轻。张扬不同个性的车市“少年派”呼之欲出。

与设计理念相似的“中年车”相比,目前“少年派”车型在目标群体的甄别、宣传上的差异化非常明显。

整体来说,“少年派”车型无论是在设计理念、促销手段还是销售方式上都自成一派:江淮新和悦RS的“三车合一、全方位车型”,荣威全新550的“全新中国力量”以及沃尔沃V40这一“沃尔沃历史上最年轻车型”,都为自己贴上了“为年轻人量身定做”的标签。

“少年派”车型将年轻人作为目标群体,对“豪华、沉稳、大气”等几乎一字不提,在宣传时,只对“高科技、空间、数字时代、动力”等吸引年轻人的元素

津津乐道。

不少车将不同类型的智能人机交互系统作为其市场推广的主打特色,有人将其称之为“大玩具”也颇为贴切,但这个“大玩具”恰恰合了众多年轻购车者的口味。多家车企推广人机交互系统的出发点是主攻年轻消费市场,其背后是中国消费者庞大的多元化用车需求。

实际上,目前集合性多功能产品已经成为各个行业的潮流所趋,无论是具有游戏机功能的智能手机,还是安装了Wi-Fi的平板电脑,“一物多能”都成为其消费新风向。而这种概念在汽车消费市场上也日益盛行,多元化轿车种类在逐渐增多。

从数据来看,2012年国内私人轿车保有量达5308万辆,增速达22.8%。随着交通资源日益紧张,人们对“一车多能”的需求将异常强烈。

在未来,随着年轻消费者在汽车市场的日渐主导化,汽车市场也将迎来一场颠覆性的革命,多元化用车需求将持续发酵,像一车多能、人机交互、互联驾驶等时尚的新玩意儿,也将成为一款合格汽车产品的新标签。



近日,纳智捷大7MPV于洛阳恒辉汽车生活馆闪耀上市。这款专为商务人士量身打造的全新商务MPV,配有车载Android计算机服务器,内置3G、Wi-Fi、音视频播放器,后座有10.2英寸屏幕等全新移动办公设备,一经亮相便受到车友好评,上市会吸引了近百名客户及媒体人参与,现场订车5台,并带动纳智捷经典SUV现场售出11台。

(小莉 摄)

触动未来,与梦想0距离
奥迪全系0首付,让您轻松拥有!



奥迪全系0首付
更有多样金融方案供您轻松选择

驾驭非凡梦想,无须等待未来。即日起洛阳海灵奥迪为您提供奥迪全系0首付、低利率活动。多重金融方案供您选择,月供最低仅需88元、利率最低1.88%、创新弹性购车方案等多重选择,让您轻松拥有奥迪不是梦!更多活动详情敬请垂询一汽-大众奥迪特许经销商洛阳海灵奥迪展厅。

www.audi.cn

一汽-大众

一汽-大众汽车有限公司 中国·长春 洛阳海灵汽车销售服务有限公司

销售热线: 0379-65956666 服务热线: 0379-65965555
地址: 洛阳市洛阳新区政和路一号