

目前，随着卡罗拉、明锐的强势加入，各大厂商频频降价、优惠促销，中级车市激战正酣。在国内车市全面步入“消费者主导”的时期，各汽车厂商如何才能制胜中级车市场？其实，套用业界“得消费者得天下”的说法，中级车市场的竞争，实际上就是各厂商围绕着如何满足消费者不断升级的需求展开的竞争。有关调查显示，消费者对中级车的需求点，特别是10万 - 15万元区间的中级车，主要集中在空间、配置（安全性）以及价格三大方面。

数字：40个月产销50万辆

消费者对中级车的偏好，从“新三样”：伊兰特、福美来、凯越的持续热销中，不难得到见证。在目前“消费者导向”的市场环境下，中级车的产品卖点必须符合消费者的实际需求。回顾中级车市，通用公司的凯越，包括其三厢车型和旅行车，用了4年时间实现50万辆的销量；而北京现代“后起之秀”伊兰特则创造了40个月产销50万辆的神话，消费者称其为“家轿之王”。这两款车之所以能一路高歌猛进，是因为它们恰好迎合了国内消费者的消费需求，但以“新三样”为代表的福美来一代车型，在竞争力始终没有达到伊兰特以及凯越的高度，福美来二代的任务之重可想而知。

卖点：经济实惠消费者才买账

在中级车中，伊兰特、凯越车内空间都很宽大，伊兰特轴距长一点，高度上凯越比伊兰特高2厘米。伊兰特巨大的后备厢空间是许多同级车无法比拟的，后备厢容积达415升，在放倒后排座椅后可增至1221升。福美来总长较短的车身长度，加之较小的转弯半径，让人在繁华的都市拥挤的车流中行车更加自如。伊兰特齐全的配置也值得一提，伊兰特的前后轮都采用了盘式制动，配置有ABS+BAS系统。在被动安全方面，1.8L伊兰特是同级车中惟一一款将侧气囊和TCS列作基本配置的车型。另外伊兰特座椅加热器也很受消费者喜欢。目前，福美来二代售价达到8.18万元至11.18万元、伊兰特的价格已优惠到9.2万元；凯越也到了9.5万元。高性价比，经济实惠才是卖点，这样的车消费者才买账。