感恩百万销量 比亚迪年末钜惠

为答谢广大消费者对比亚迪汽车的厚爱，比亚迪汽车特举办“感恩百万销量，真情贺岁钜惠”活动。2011年12月19日，比亚迪汽车安徽华民销售服务店双重豪礼送！

L3轿跑作为比亚迪品牌年建设的战略车型是专为年轻都市精英量身打造的一款激情轿跑。L3外观动感时尚，从车头上升一直延伸至尾灯的“犀利”腰线，灵动犀利的熏黑前大灯，配合前格栅和粗壮的镀铬饰条，运动范儿十足。F0尚酷爱国版全系钜惠5000元，F0采用了比亚迪自主研发的BYD371QA全铝发动机，这款发动机曾获得博格华纳杯“中国心”十佳发动机的美誉，具备了耗油少、动力足、节能环保等众多优秀品质。F3R金钻版舒适型、时尚型、自动挡参加本次钜惠活动，钜惠额度最高6000元。比亚迪F3R Relax(休闲)，Romantic(浪漫)，Reins(激情)的产品理念与这一年轻群体的生活态度不谋而合，而超值性价比也更贴合年轻家庭需求，因此许多年轻家庭选F3R作为自己的第一辆车，开始自己精品生活的追求。

2010年，比亚迪成为国内销售最快突破100万辆的汽车品牌，成为中国汽车业的奇迹，为“品牌年”交出了一份满意的答卷，“股神”巴菲特先生亲自到中国为比亚迪第100万辆车的车主许先生交付钥匙。除了销量创新高，比亚迪还在新能源汽车领域取得突破。纯电动大巴K9下线、纯电动车e6作为出租车在深圳投入规模化运营，目前累计运行里程已突破百万公里。（华民）

SUV增幅巨大
自主品牌明年全面反攻

2010年中国SUV市场井喷，20余款不同品牌的SUV竞相登场，让本已火暴异常的SUV市场更加热闹，继2009年SUV实现60%的超速增长后，今年SUV再度跑赢市场大盘，成为车市中强力崛起的一股力量。

SUV强劲的增长势头，让国内汽车厂家垂涎，尤其是在SUV市场相对产品较少的国产品牌更是个个摩拳擦掌，还没有SUV的国内汽车厂家计划在明年推出SUV车型，已有SUV车型的也不敢放松，加紧在明年推出自动挡、改款车型，或推出更多排量车型，以丰富产品线全面征战。 记者 谈正民/文

SUV迅猛增长 合资、进口占大半

乘联会数据显示，SUV的销量虽然不足百万辆，份额还不到乘用车市场的10%，但是近年来增幅惊人。数据显示，2009年SUV累计销量达到73万多辆，同比多出20多万辆，增长49.7%，明显高出乘用车整体增长水平。

从今年1至11月每月的SUV销量增幅排名来看，排名前30的SUV车型中，绝大多数SUV车型都在增长，增幅少的几个百分点，大的甚至超过了10倍。业内有专家分析，这轮增长还将持续2至3年时间。

虽然今年国产SUV品牌增幅力超合资品牌，但相对来说，SUV市场仍然是国内车企的短板，除了华泰、长城、江淮、陆风、黄海、长丰、奇瑞等汽车企业有SUV产品，并主攻5万至16万元区间之外，自主品牌车企大都以轿车为主，将很大一部分SUV市场拱手让人。从目前的市场不难看出，15万至100万元的SUV市场大量被通用、本田、丰田等合资或进口品牌占领。

自主品牌加速推新 主打10万至20万元价位

随着自主品牌“上攻”之势，一些自主品牌车企在竞争中选择以定位更高的轿车和SUV产品为发展突破口。据了解，除已推出的奇瑞威麟、海马骑士、华泰圣达菲C9、陆风X8等SUV之外，明年很可能成为自主品牌SUV反攻年。

12月5日，江铃汽车率先推出了首款乘用车——SUV驭胜的两款车型，并公布了明年将推出的5款柴油版和汽油版车型。此外，从未出过SUV产品的自主品牌吉利、比亚迪、力帆等也都将推出自己的首款SUV车型。而华泰汽车、海马、长城、江淮等也计划推出高端新车，或者更丰富排量的改款车型和自动挡车型。从这些新车的定位不难看出，自主品牌SUV大部分的定价都在10万至20万元区间。

有消息称，吉利帝豪EX7将在12月20日的广州国际车展上发布。EX7早期是全球鹰旗下的概念车，随着帝豪轿车EC7系列车型的成功，帝豪品牌占有速度超过了吉利汽车的预期，所以丰富产品线成为帝豪汽车的重点建设项目。

一直生产SUV车型的华泰汽车明年将有较大变化，除了推出首款轿车B11外，还将推出定位更高端、豪华的全新SUV车型华泰B35。外观酷似保时捷卡宴，底盘基于现款圣达菲，但经过了优化升级，售价或在20万元左右。

今年已经上市的海马骑士明年将推出自动挡。海马总经理助理、市场部部长汤斯表示，骑士是海马首款B级平台的车型，在这个市场做SUV比做B级轿车更容易成功，容易得到市场认可。

目前主推2.0L汽油版的江淮瑞鹰也将在明年推出更适合大众消费的小排量1.6L瑞鹰。长城汽车旗下哈弗品牌，以成熟的技术和出色的性价比成为制胜法宝，SC60和哈弗M3也将于明年年末相继推向市场。

