

黄金周“喊渴” 车市谁最畅销

谁说今年黄金周淡了？在长假的几天里，临沂车市丝毫没有闲下来，在远通车展、佳轮广场车展的助推之下，临沂车市还是高奏着凯歌，各种的优惠措施、各样的精彩演出都将黄金周的车市推向了一年之中的巅峰。

十一期间，记者走访了解到，现在市场上比较畅销的车型主要有合资的几款主流车型，大众双雄、科鲁兹、轩逸等，本周车讯为您推荐。

大众朗逸：上海大众销量冠军

朗逸目前是上海大众旗下销售量最大的，远远超越了名声在外的POLO,和那个号称经久不衰的Passat,仅仅次于一汽大众的捷达。朗逸能取得如此成绩，很大一部分都要靠自身过硬的素质和大众多年积攒下来的口碑。

动力方面，朗逸虽然之前早已推出1.4TSI+DSG的动力组合。但16.28万的定价确实有些曲高，好在2011款朗逸推出了4款1.4TSI车型，让整体车型选择更加丰富。



点评:如果没有太大的市场变动的話，朗逸应该会继续保持着不错的销量，这个非常像德系车凭借

着出色的素质，在短期内依旧无人可以替代。能给它造成最大压力的恐怕还是它的同门兄弟大众宝来。

宝来：大众经典依旧延续

虽然整体销量不如朗逸，但横向来看，宝来也是名列前茅的，众所周知，它和朗逸同样打着自主设

计的旗号，但实际上宝来的背景和用户的青睐程度要比前者大的多，大众“味儿”更加传统。



换了全系发动机的宝来使用了和朗逸的一样的EA111系列的1.6L自然吸气发动机，就是说动力系统包括变速箱的组合和朗逸没有任何区别可言。Tiptronic六档手自一体变速箱技术上依旧先进，在同级中并没有落伍。

点评:“驾驶者之车”的称号拖累了宝来，如今的宝来可谓进退两难，是彻底的脱离和老宝来的关系呢，还是该一心一意的打好舒适牌。也许也正是这个原因，才致使宝来还是在销量上要比朗逸差了一些。

日产轩逸：日系家用车的代表

日产轩逸的英文名称是Blue-bird,就是大家所熟知的“蓝鸟”，尽管蓝鸟的基因在轩逸上已经所剩无几，但它自2006年上市以来，虽然没有经历太大的改款，但凭借着出色的空间和丰富的配置依旧赢得了很多车主的喜爱。

轩逸的前脸更符合亚洲人对家用车的审美要求，圆滑的车身和相对保守的设计没有明显不协调的地方。侧面上看，有些类似“面包车”的感觉，轮廓十分饱满。只是1700mm决定了相对较窄的车身宽度，无论是使用还是外观看上去似乎都有些小气。

点评:如果您特别在意空间和舒适性，那么轩逸一定符合您的胃口，而且据部分网友反映，轩逸的CVT车型燃油经济性也非常的不错，这就更加使家庭用户没有拒绝它的理由了，前提是您得彻底放弃操控性和动力性。



科鲁兹：秀外慧中的家伙

科鲁兹自上市以来一直保持着超高的关注度，尤其受到“80后”们的喜爱，在很长的一段时间里，科鲁兹都处于供不应求的状态，也就是说到了4S店恐怕您都提不到现车。随着时间的推移，目前科鲁兹的存货情况已经大为好转，销售数量也逐步开始上升。

点评:科鲁兹的前排空间相对还是充足的，身高180cm的“胖”编辑坐在前排，头部尚有很大一块的

富余量。但同样的情况下，坐在后排就不那么乐观了，头部空间明显没有前排的充裕，后排的膝部与座椅的余量也不足一指。



卡罗拉：经典家用车型

诞生于1966年的COROLLA花冠，在此后的44年间已经取得了3200多万辆的累计销售量，现在我们在国内所见到的车型正是其第十代车型。毫不夸张的说，卡罗拉见证了日系家用轿车的发展。

卡罗拉系列一直是一款比较



中庸的车型，中庸在这里表示为没有太多特点，换句话说，卡罗拉虽然各方面都不突出，但也没有明显的弱点；外观上看，卡罗拉饱满而丰富的线条给人留下了深刻印象，丰田很多车型的设计理念都能在其身上找到设计原型。

点评:如果说卡罗拉不算是一家用车的经典，那就没有车型称得上是家用车。经典的确是个褒义词，但反着理解，它就是“古董”了，虽说家庭用户可能不在意这个，但也从侧面反映出了卡罗拉存在的定位局限性。(专刊记者 王文卿)

悦行生活

由我定义

悦行·起亚K2上市，勾勒经典全新线条；强劲的GAMMA发动机，以最大6.2L/百公里油耗释放123马力(1.6L)，超乎想象的2570mm轴距配合6:4分离座椅，让你随心所欲拓展空间，尽享无限驾乘乐趣。都市悦行派——K2，从此开始，定义悦行生活！

K2

城市悦行派

东风悦达起亚汽车有限公司 全国呼叫中心: 400-799-0000 网址: www.dyk.com.cn

东风悦达·起亚

临沂中汽4S店

地址: 金九路与沂州路交汇路西500米路南

销售热线: 7061555 服务热线: 7061567

临沂东悦4S店

地址: 临西五路北段鲁南汽车城南门对过

销售热线: 2871666 服务热线: 2871777