

# 存量时代,一汽丰田亚洲狮破局而生

去年广州车展最大的看点,当属“姐妹车型”一汽丰田亚洲狮以及广汽丰田凌尚的全球首次亮相,特别是亚洲狮,启幕即是焦点。及至今年4月,半年时间匆匆而过,亚洲狮终于在一次次的预热与高光铺垫下正式上市,上海车展上依旧吸睛无数。

推枪上膛,一汽丰田终于用旗下产品的全域布阵,向对手大众汽车进行了前所未有的全方位“狙击”。而最新上市的亚洲狮,无疑是这场枪战最重要的狙击手之一,精准卡位,全副武装,朝着A+级轿车的市场高地主动出击。

## 存量时代的道与术

当整体车市步入存量时代,又恰逢新四化大潮的洗礼和冲击,新一轮的大浪淘沙,将比以往任何一次都要残酷。放眼全球车市,丰田已然用TNGA架构和电气化部署做好了攻坚准备,而在中国,一汽丰田亦深谙存量时代该如何继续保持昔日的优势、



寻找新的增长动力。而裹挟着去年销量突破80万辆大关的余势,一汽丰田在今年又以一声“狮吼”的攻势令人眼前一亮,备受瞩目ALLION定名“亚洲狮”。亚洲狮之于一汽丰田,绝不仅仅只是一款新产品,而放弃“傲澜”的原定方案,选择最终新中文名的始末,更是将“以用户为第一”的指导思想贯穿了始终。这是一面镜子,从更名的小细节,反射出一汽丰田源头上重视中国用户反馈、顾及用户情绪的严谨态度。其次,则是A+级市场的精准定位。从来就没有懈怠的余地,哪怕身处顺风之局。一家车企倘若打算长期维持出色业绩,势必



要坚持不懈,恰到好处开辟新战场、新疆域。复盘当下,A+级轿车是一汽丰田乃至整个丰田在中国为数不多的“空白”,而凭借不输B级车的产品力以及略高于A级车的价格,A+级车最近几年异军突起。一汽丰田野心不小,目标也很清晰,亚洲狮用14.28万-17.98万元的官方指导售价,以A+级的定位抢食大众速腾的市场,占领细分市场的高地,而潜在的竞争对手,还有大众阵营的凌渡,别克威朗,以及现代名图。胡绍航曾在亚洲狮发布会现场直言,这是丰田历史上第一款真正“All In”中国消费者的战略车型,本土化研发的亚洲狮将树立细分市场新标杆,并与旗舰车型亚洲龙形成“龙腾狮舞”的“越级”组合,全面满足“中升代”人群更进取的用车需求。增长9%,完成既定目标105%,占市场份额的4.3%,盈利店铺占比更是高达91%。而作为一汽丰田的销量支柱之一,亚洲龙自2019年3月上市以来销量表现就非常稳定,去年全年的累计销量更是达到11.08万辆。作为“双旗舰”组合之一的亚洲狮,能否延续亚洲龙的销量辉煌?亚洲狮的产品思路,本质上是降维打击。以A+级的姿态,用高半级的产品定位来狙击A级,用越级的配置和品质来争取B级等更高级别的潜在消费者。拥有比A级车更宽敞的空间以及更丰富的配置,而终端售价却比A级贵不了太多,这样的价格定位,A+级已将A级的部分受众群体囊括在内。而对于部分消费者来说,预算不及B级车,又不想委曲求全购买A级,那A+级正是购车首选。特别是在B级车价格不断下探且A级车配置需求不断提升的当下,越来越多的制造商们选择在A+级市场增援兵力,填补15万元-20万元的价格真空地带。定位介于B+级

## 越级配置,降维打击

在过去的2020年,一汽丰田全年累计销量实现80万辆,同比

亚洲龙和A级卡罗拉之间的亚洲狮,使得一汽丰田轿车布局更为完整,终端销量也更为可期。2,750mm轴距和980mm媲美B级车的后排空间,赋予亚洲狮超越其他A+级轿车空间优势。此外,亚洲狮几乎融合了TNGA架构的全部优势,搭载了18项亚洲龙同款配置,其中,TNGA 2.0L发动机与DS-CVT变速器的黑科技组合能以40%的热效率、百公里低至5.7L的油耗异军突起,实现了B级车的身材,A级车的油耗。此外,同级独有的威尔法同款PKSB驻车防碰撞辅助系统,配合PCS(预碰撞安全系统)可实现全速域主动刹车,最大化降低误操作带来的安全隐患;全系标配的TSS 2.0智行安全套装,具备L2级别自动驾驶辅助核心功能,入门即巅峰,让所有客户的行车安全得到充分保障。亚洲狮的出现,可谓恰逢其时。截至目前,一汽丰田累计销售TNGA架构产品已接近110万辆,从2021年开始,一汽丰田更是计划全方位多维度出击,全面推进以客户为中心的TNGA强化战略。一方面,是加速丰富TNGA产品矩阵,计划到2022年,一汽丰田将推出涵盖燃油、混合动力、插电式混合动力、纯电动等多种驱动形式的9款TNGA全新车型;另一方面,则是生态赋能,以数字化手段构建用户全生命周期体验。亚洲狮之于一汽丰田,绝不仅仅只是一款新产品,而从亚洲狮身上,我们也能看到一汽丰田进击车市下一回合的雄心与野心。

