

潜在客户期待 展后优惠依旧

专刊记者 张辉 见习记者 韩英英

2011烟台春季车展4月11日在烟台国际博览中心圆满落下帷幕。四天的车展盛会,买车方与卖车方都满载而归,直到车展闭幕式时仍有观展市民意犹未尽,12000位潜在有意买车的客户将带来近两亿的展后效益。据悉,本次车展销售汽车4883辆,销售额6.5亿元,参观人数达16万。

对于本次车展的成交量,各大汽车品牌经销商表示满意。在汽车展区,烟台安达汽车销售有限公司市场部李明告诉记者:“我们已经订出去

了100多台车,达到了我们预期的效果。销售态势火热啊。”青岛一位汽车经销商告诉记者,烟台的汽车交易会已经具有相当大的规模,形成了自己

的展会特色。在中升奥迪,中达翔宝等汽车品牌的展区,记者看到不少样车也预订出去了,销售情况很好。据车展组委会统计数据,本次展会

北京现代以369辆的成交量位列第一,东风日产以318辆的成交量位居第二,东风悦达起亚则以221辆的成交量获得本次车展销售量第三名的成绩。



油价上涨难挡购车热

从车展的销售情况来看,4月7日的油价上调,依然挡不住消费者的购车热情。对于油价攀升对车市的影响,大成一汽大众的市场部韩经理向记者分析道:“油价的攀升不会对车市带来太大的影响,有购车意愿的消费者不会因为油价的小范围浮动而取消购车计划。像经济条件一般的家庭可以选择经济车型,小排量节能环保油耗也不会很大,而对有购买豪华车型意愿的消费者来说,估计油价的调整也不会对他们产生太大的影响,总体而言,油价

的上涨对汽车市场的稳定发展影响不大。”蓬莱的王先生是陪朋友一起来看车的,王先生说自己以往也参加过几次车展,但这一届车展的规模相比前几届都大,展出的汽车品牌数量和数量都比较丰富,高中低各种价位能满足不同消费层次购车者的需求,特别是珠宝奢侈品的参展使这次车展内容更加丰富了,办的比较成功。

和王先生不同,牟平的李女士这次是带着目标来看车的,之前已经选定了几款车,想在车展上看看自己选

定的这几款车有没有优惠政策,为接下来制定买车计划打好前站。李女士告诉记者:“没想到展会规模有这么大,因为之前也参加过一些车展,但是相比这次烟台春季车展规模都小,而且这次车展和珠宝奢侈品展同步进行,展会内容很丰富。”

车展上精彩纷呈的走秀、舞蹈、特技、选秀等表演让消费者在购车赏车的同时,增添了娱乐的乐趣。靓丽的车模是本次车展的一大亮点,外籍车模的加盟让本次车展的国际味道更浓厚。第一次参加烟台车展的于先生

是一位资深的自由摄影师,他连续三天都在车展现场摄影。他主动和记者聊起他的拍摄经历:“敬业的摄影师都喜欢敬业的车模。烟台这次车展上包括车模在内,展台布置、展会表演、人员组织、品牌安排等各方面的成熟度,都出乎我的意料。”



展后车市高温不减

豪华品牌的销售火爆出乎意料。在四楼的豪华馆D馆内的奔驰S级、宝马X5、奥迪A8L、Jeep牧马人等,成为本次车展的明星车,很多消费者慕名而来。车展第四天记者来到D馆时发现,一半以上的的样车都戴上了“本车已售出”的牌子。而车前仍围着不少前来观看的市民,其中不乏有购买意向的消费者。奥迪展馆的一位工作人

员告诉记者,上午一位市民来看到已售出的奥迪样车后,表示愿意订购另一款,同型号但是配置不同,价格高出30万元的A8。

据业内人士分析,在车展结束之后的一段时间内,会出现展后效应,由在车展上达成意向的购车客户带来的购车小高峰,使车市高温短期不减。针对这种现象,部分经销商还推出了展后优惠

延续的政策。东风风神烟台达盛昌专营店市场经理梁延臣告诉记者,本次车展东风风神烟台达盛昌交易数46辆,总体达到了预期的销售效果,车展结束后,东风风神车展期间的优惠政策会延续,时间截至时间4月15日。



从青岛赶来参加本次车展的中达燕宝市场部经理梁广义介绍,烟台往届的车展他们都参加,本次车展带来的两款新车:MINI clubman和MINI cooper,已售出十几台,其中mini cooper连样车也已售出,clubman已售出4台。纵观近几年的烟台车市,梁广义说:“一年比一年好,不管是从品牌还是从销量上来看,都是越来越好。”

据烟台汽车商会范部长介绍,商会意在三年内把烟台车展打造成山东半

岛最具影响力的品牌车展,把烟台车展打造成国内知名的车展。

编辑:张辉
美编/组版:于洁

编采统筹 Editor Director
曲是捷 Qu Shijie 王世新 Wang Shixin

视觉总监 Creative Director
牛长靖 Niu Changjing

