水城车市兴起“城市展厅”

市民在家门口既能逛街也能赏车买车

本报记者 张召旭

长期以来,聊城人所熟悉的汽车4S店多集中在光岳路、东昌东路、建设东路等路段,距城区稍微偏远,市民购车多有不便。随着车市竞争的日益激烈,一些汽车经销商把目光瞄准了寸土寸金的城市中心,甚至是大型商场,从2011年开始,城区一些汽车展厅开始崭露头角。

五星百货商场内的东风标致展台。 本报记者 张召旭 摄

城区“迷你店”逛街也能赏车

1日上午,记者在五星百货商场东风标致展台前看到,虽然是工作日,但前来看车的市民不在少数。“这辆进口跑车真漂亮,就是太贵了。”一对准夫妻告诉记者,他们两人准备“五一”结婚,想买辆标致308,听说五星百货有标致的展台,所以过来看看。“离城区最近的东风标致4S店在光岳南路,去那里看车不大方便,在五星百货看车不用来回折腾还能逛街,一举两得,只可惜这里没有308那款车。”

伴随着生活节奏的加快,人们的时间观念越来越重,地处“城郊结合部”的汽车商圈显然无法满足市民的购车需求,但倘若在市中心建4S店,寸土寸金的昂贵费用也令车商们望而却步。于是,仅仅具备展示与销售功能的“展厅”应运而生。

2011年,东风悦达起亚K5销售店在振兴路开业。在当时酒店、居民区林立的振兴路上显得很是“另类”。K5销售店工作人员介绍,K5的城区展厅设计风格、服务模式完全参考了起亚汽车韩国本土的先进模式,提供更为高档、专业的服务。相比原来4S店所在地,消费者也能以更便捷的交通、更低的时间成本前往,一定程度上改变、影响了人们的购车习惯。毫不夸张地说,“城市展厅”为聊城车市带来了一番新的景象。

“城市展厅”豪华车最亲民

近年来,4S店向外走的习惯逐渐发生了改变,不仅仅局限于传统的4S店模式,以豪华车领衔的众车企开始反其道而行之,开始把目光投向城市中央商务区,寻求各种途径与消费者“亲密接触”,建造城市展厅成为它们亲民的崭新平台。

2011年7月份,以奔驰、宝马、保时捷、路虎、进口大众等高端进口车为主的鲁源进口车文化馆在东昌路开门营业。随后,东风标致及雪佛兰两家汽车品牌的进口车,同时落户扩建装修后的五星百货商场。

这些城市展厅所在地大多都是市中心或者是市区范围内最具价值的地块。城市展厅盯上的都是人气旺的地方,而展厅外观醒目时尚,落地玻璃窗,将靓丽车型展露无遗,行人过往,总会忍不住驻足观赏。这些“城市展厅”在为消费者带来便利的同时,也对经销商的销量起着举足轻重的作用。

条件所限 尚有不足

相对于4S店模式而言,“城市展厅”大多地处寸土寸金的繁华闹市,受运营成本和各种条件所限,展厅面积往往较小,周边配套不尽完善,展示的车型不够齐全,而且不能提供试乘试驾。采访中,这也被一些消费者所诟病。“城区这些汽车展厅,卖的至少都是二十万上下的车,还有一些进口豪华车,不能简单地看看就买回家。”市民周先生说。

“消费者在初步确定购买意向后,完全可以由展厅工作人员引导至4S店深度体验,然后再决定买不买。”对此,城区一家“城市展厅”工作人员表示,“城市展厅”不是完全意义上的4S店,它没有售后,只是展示品牌形象和车型,而更注重展示的是品牌形象、企业文化、文化价值等。城市展厅对于4S店来说是一种延伸和补充,而非取代传统的4S店,反而更贴近、更直接的满足消费者需求,对于汽车品牌推广以及企业形象建立有促进作用。就像家用电器一样,消费者可以在城市中心多个店面购买,但是售后服务集中到几家店里进行,提高整体运作效率。