

## 看天下·中外观



在北京车展上,作为“配菜”的美女风头盖过汽车。事实上,国际上大多数车展,车模仅仅是个点缀而已,有的车展甚至干脆没有车模,车模拼身材似乎“过气”了。业内人士表示,国内车展赛“模”,主要的原因就是国内车展还停留在卖车阶段,而国外车展很多展示的是技术和新车。

# 车展赛模特 在欧美已经过时了

“小钻裙”、“透视装”、“大露背”,雅虎英文以《性感车模北京车展最惹眼球》为题报道称,宝马汽车公司22岁车模李颖芝因穿着暴露,引发激烈辩论。更有报道称,北京车展上的性感车模引发了道德之争。

美国《福布斯》文章称,美国底特律车展也用美女招徕眼球,如菲亚特公司的车模就是选美冠军。对此,英国《卫报》提出疑问说:“为什么有些车展还在用女车模吸引眼球?”加拿大《环球邮报》的文章给了一个回应,称在汽车



2012北京车展上身着“钻裙”装的车模。

这个男性占主导的领域,车展中的车模似乎是销售工具。不过,文章称,车模的出现对于吸引潜在购车者的购车热情的确起到过积极作用,但在发达国家,这招儿有点过气了。

分析称,国外很多车展如今越来越成为单纯的业内交流活动,回归到新车发布、消费者评价调查、经销商洽谈等原始功能上来。所以车展上美女如云的景象已经大不如前,有的车企甚至用端庄又有经验的销售人员取代了车模。

## 国际汽车品牌 车模着装要有品位

某国际品牌的负责人接受记者采访时表示,企业选车模首要出发点是:模特的气质要能够体现品牌所要展现的特点,比如欧式的、日式的和意大利风情等。

“不过,大部分企业并不希望通过车模来吸引公众对品牌的关注。”他说,最终出现车模尺度太大,这其中更多是一种炒作。有些企业掺杂了恶意炒作成分。

沃尔沃公司相关负责人Trevor Hale表达了类似的观点:“车展中最抢眼的肯定是汽车,我们不想让其他人把汽车风头给盖过去。”

他告诉记者,沃尔沃聘请男女车模并且确保其服装有品位、优雅。“我们都是和模特公司合作,最终选择合适的模特及服装,”Trevor Hale说,“我们不认为美女模特会成为展台上最抢眼的角色,但是其优雅却能衬托汽车。”

对于车模的服装,某国际品牌负责人表示,其实对模特的行为只要加以管理和引导,是可以对汽车展出有一定帮助的。但如果通过恶俗的表演来吸引观众,对品牌来说是没有帮助的。“车模尺度太大这种结果也不是企业的意愿,因为任何一个企业都不会通过这种方式冒这个风险。”他说。

“全球选车模标准都不一样,最主要的就是针对产品的特点。”一位业内人士告诉记者,对于同一车企来说,不同车展车模也大有不同。不过,他也告诉记者,其实国外对车模没有这么高的要求。因为在国外车模的展示功能没有那么强烈,其展示功能已经弱化了。

车企有可能不需要这个环节。

他说,其实,国内车展成为“赛车模”,主要的原因就是国内的车展和国际车展有一个很重要的区别,那就是国外的车展展示的是技术和新车,而国内还停留在卖车阶段。

## 日内瓦车展 禁止车模太“露”

有着88年历史的日内瓦车展非常注重的就是其专业性和权威性,避免“砸牌子”。在那里,车展就是车展,除了车还是车,不少厂商会用大屏幕、水幕等设施制造出令人惊艳的视觉效果来装饰自己的展台,但就是很少用车模。

日前,日内瓦车展新闻发言人布莱特纳·席尔瓦女士告诉记者,车展是否有车模由各厂商自行决定,但是作为组织者,不会允许女车模几近“裸体”出现在展台上。

“日内瓦车展媒体日和公众开放日有一点不同,那就是车模。往往媒体日有车模,而到了公众开放日就很少了,因为车展主角是车。”她说。

此外,她表示,厂商邀请的车模当然都是美女,但是她们并不会刻意穿着性感的服饰,也并非穿得越少越好。她们穿着的标准是按照她们所代表的汽车所宣扬的理念而决定,而这些车模的穿着在外人看来至少是得体的。

她认为,公众对于车展的关注更多是在于汽车本身,媒体关注的焦点也在各个厂商和汽车的身上。“没有谁会对日内瓦车展的模特有过多关注,更不会有人以此作为噱头来炒作车展的新闻。”她说。

## 北美国际车展 模特要懂汽车

“性感车模少,多的是职业讲解员,要么就是‘能说会道’的车模”,这是人们对有着上百年历史的北美国际车展的印象,该车展也是世界上历史最长、规模最大的汽车展之一。

北美车展公共关系部总监乔·罗汉斯基接受记者采访时说,北美车展对车模着装没有限制,但他强调,组织者会引导参观者以健康的方式来观展。

他说,不同于北京车展的车模定位,美国车展中的模特大都是专业汽车模特,他们甚至能够在展台上强调汽车的一些优势功能,或者引导观众应该注意汽车产品的哪些方面,很多车模甚至对代言车型现场答疑。

之所以会有这样的区别,他解释说,美国车展一般都是让一家子来参观,所以组织方也是顺着宣传健康绿色的理念,重点就是让汽车怎么走进人们平时的生活,把一家子都吸引住。

“我们鼓励参观者能够更多地关注车展的汽车部分,对于车展的花絮部分只能说希望达

到宣传汽车理念、普及汽车知识以及娱乐大众的目的。无论是产品本身还是车模,我们都认为其传递出的信息应该是适当的。”他说。

## 法兰克福车展 车模不能当摆设

法兰克福国际汽车展是世界上最早举办的国际车展,也是世界上规模最大的车展之一,这里的车模着装非常得体,并不是我们想象中的越暴露越前卫越好。

展方会根据自己的车型来选配车模,而车模的着装也必须与

车子相匹配。车模会进行相应培训,必须符合展方要求,比如对车的基本性能必须有一定了解,而不只是傻傻地站在那儿。

## 东京车展 越是大牌越端庄

在日本,车模工作对模特在自身综合素质和体力上的要求是非常严格的。此外,东京车展的车模衣着落落大方,越是大牌车企,越讲求车模的端庄和内秀。

车模穿着方面非常得体,相对比较古典一点。

据《法制晚报》

●延伸

## 国内还没有真正的车模

记者了解到,目前中国还没有真正的汽车模特,这在中国观众与老外心目中都是一大怪。

国内大部分车模均为职业服装模特或平面模特。虽然国内曾经举办过一些汽车模特大赛,但参加比赛的大多仍是服装模特,即便有一些专门参加车模比赛的新人,但最终还是进入时装模特的行列。因为在国内,车展都是以点为主,一个车展几天,一年最多几个车展,而且分散在全国各地,而服装展示或者产品展示每个城市都会有很多,以面为主。

## 国内与国外 车展四大差别

隔年轮流举办的上海车展和北京车展,已经成为国际知名车展,跻身全球顶级车展之列。据观察,国内的顶级车展与国外顶级车展相比较,主要有以下四大差别。

一是观众结构不同。海外车展观众以专业观众为主,而国内车展观众则以社会公众为主。海外车展是业内的技术交流和产品展示,观众不是为了买车而去车展的,没有那么多多的社会观众。

二是海外车展没有国内车展那么闹。国外车展场馆内没有那么大的噪音,相对比较安静。而国内车展更像是一场嘉年华,像是一个大PARTY。

三是海外车展新闻发布会安排得井井有条,一个接一个,媒体不会感到太紧张。国内车展的硬件超过海外车展,但在软件上,确实还有差距。

四是海外车展没有国内车展的品牌那么多。海外车展参展的主要是国际大品牌,数量有限。而国内车展除了国际品牌悉数参展外,还有国内的自主品牌,以及合资企业的自主品牌。



国外的汽车模特着装更注重品位。