

齐鲁车展:在感动中成长



□ 牛翔宇 李璟瑶 整理

齐鲁车展,给我们的印象总是光鲜亮丽、热闹非凡,在外界看来,满满的订单、攒动的人群、精彩的演出、美艳的车模……这些元素是车展永恒的主题。然而很少人知道,在这些光鲜背后,有太多的人在默默付出,可能作为一名普通观众,很难发现现场的感人细节,但是有一群跟车展密切相关的工作人员,他们在辛苦的工作之余,更是车展最真切的观察者,他们眼中的车展,格外让人感动。

这是一场全民Party



离齐鲁车展只有不到一个月的时间了。人们常常喜欢用“三十而立”来形容一个人到了成熟的年纪。然而我们的齐鲁车展从1999年至今虽然已经举办了32届,却还是个只有16岁的青年。

这是我入行的第3年,经历的第6届车展。虽然

谈不上伴着它长大,但也算见证了它的成长。

身为一个媒体人,观察最仔细、感触最深的当然是同行们的变化。这些年,车展现场从只有大众网直播间,演变到了现在每个媒体都有了自己的直播间和发声渠道。在这里,他们充分发挥着才能和想象力,为汽车厂商们和消费者们之间搭起了一座座沟通的桥梁。

对汽车来说,这其实并不算是一个太好的时代。我们的车市正处于整体销售市场增速放缓的时期。也正因为这样,齐鲁车展的作用才显得尤为重要——每年两次,刺激车市,激发消费者的购买欲望。

所以怎样把消费者吸引到自己的展台前,成了重中之重。到车展现场逛逛你就会发现,除了买车之外,也能在这里喝喝免费的咖啡,抽抽免费的彩票,商家们派红包、发礼物,让每一个到这里来的人都能尽兴而归。这样想起来,齐鲁车展其实更像是一场全民Party。

说到底,消费者来车展就是为了“便宜”二字。在即将开始的齐鲁车展上,不用来回奔波看车、不用反复比价就能买到更心仪的车型,这样的诱惑难道还不够吗?

自然地契合,静静地感激



孙波
济南九重天广告总经理

齐鲁车展从第一届的简单、简陋,到今天的规模空前、众多汽车品牌云集,车展上销售订单屡创佳绩,被称为“华东第一车展”,我是一名经历者、见证人。

第一届车展设在省体育中心的露天广场,随着汽车消费市场的火爆,各汽车品牌对齐鲁车展越来越重视,车展就由露天场地搬到室内专业展馆——舜耕国际会展中心,后来又扩展到高新国际会展中心,两馆齐展,展位仍然炙热抢手,同时参展商的展位搭建也开始和北上广车展接轨。我们作为专为齐鲁车展服务的广告公司,给参展客户提供的服务也越来越多。展台的搭建也已经从背景板的桁架、喷绘布升级到了华丽大气的声光电的运用,营销活动也日益升级,各品牌厂家也更注重品牌形象、形象、内涵的推广。

展台搭建3天时间,对于特装展台,灯光、音效、电路、画面要求一丝不苟,施工人员必须日夜施工,争分夺秒。等到开展前后半夜,各种调试全部完毕,搭建施工人员往往都是熬夜熬到虚脱。

每一届我们除了日以继夜赶工搭建展台外,还要竭尽全力为参展客户策划车展活动。当车模、舞蹈、抽奖、砸金蛋之类都已经成为车展营销常规模式时,参展客户对我们也提出了更高的要求:大多数车展营销都只在2D世界里运作,我们开始从2D到5D感官空间,有效运用被忽略的三种感官,以五感综效取代淡而无味的常规模式。

有几个很典型的例子,见证了齐鲁车展营销水平的跨越:比亚迪汽车提出车展期间的活动既要有文化内涵,还要让客户记忆深刻,我们就现场安排了4名速画师,为每一位交了定金的客户现场画一幅素描画像,与所订的车型合影留念,让每一位订车的客户都能感受到浓浓的人情味和比亚迪品牌的温度;我们为另一国产汽车品牌在现场安排了十名汉服美女在展台发资料,“最是那一低头的温柔,恰似水莲花的不胜娇羞”,成为车展上一道靓丽的风景;有许多目标客户是带着孩子来参观车展的,为此,我们请来小孩子最喜欢的喜羊羊、美羊羊、灰太狼、红太狼大头人偶给小朋友们送礼物、拥抱、合影。

与齐鲁车展一起走过了16个春秋,细数每一届的每一个细节,我能感知到我的心跳是永远被齐鲁车展莫名牵引着的,没有完整经历过的人,永远无法体味到,如一只蜜蜂和一树盛开的繁花,我们自然地契合,静静地感激。

齐鲁车展,不忘初心



李璟瑶 本刊记者

记得第一次参加齐鲁车展的报道,是2009年秋季。当时,领导给我布置了一项任务,让我去拍摄车展的亮点。虽然这项任务在现在看来十分容易操作,但对一个刚踏入汽车行业,对汽车、车展几乎一无所知的我来说,这项任务艰巨而无从下手。车展开展的第一天,当我背着单反,踏入展馆的那一刻,立刻

被现场惊呆了,满眼望去全是人,展台上吆喝声此起彼伏,我目不暇接。

我似乎也一下子进入了状态。当我听到有人高喊“十点在MG展台将有一场求婚仪式”,我内心立刻激动起来,拼命全力地挤过里三层外三层的人群,只为挤到前排拍到一手照片。因为如果拍的不够好,说明你离的不够近。就这样,我捕捉到了求婚仪式的每一个瞬间。

拍完这一场活动之后,我开始在每一个展台上寻找可以拍摄的亮点,每看到一个我认为有特点的模特,我都站在她旁边仔细的观察她,寻找她最美的45度角,我快门的节奏也跟随车模的一举一动而律动起来,似乎拍到每一个最美的时刻,我的呼吸都跟着紧张起来。

就这样,我背着相机,在车展上整整转了四天,拍了上千张作品,最后,我把文章和照片交给主编时,得到了她的夸奖,我开心而意外,从未想过自己能够得到认可,当时的我只是一心想把这件事情做好。

再后来,我经历了一届又一届的车展,掐指一算,竟然有12届了,我也成了汽车媒体圈所谓的“老人”,回望这六年里,车展上的车模来了一拨又一拨,营销的形式也跟随流行的趋势换来换去,入行的那一年,也正是中国车市黄金十年的顶点,我有幸见证了中国车市的辉煌,齐鲁车展也成为中国车市的一个最完整的缩影。齐鲁车展见证着汽车品牌在山东市场的发展壮大,也见证了我一个普通汽车记者的成长,在历史面前,我们能做的不多,唯有一句话:不忘初心,方得始终!

本版图片/老K

镜头中的感动



老K
摄影发烧友



因为工作的关系,我参加过二十多届齐鲁车展;因为爱好的原因,我用手中的相机记录过无数的车展瞬间。这些图片见证了十多年来车展的许多变化,车展中的参展车辆不断更新、销售人员更为专业、展台布置日趋精致、演绎节目逐步丰富……这其中,也包括我个人看车展的视角。

香车、美女是大多数车展摄影师的最佳目标,也是我最初的选择。聚光灯下,展台中央,美丽惊艳的目标很自然地就吸引了人群的目光,也消耗了我巨量的底片。直到有一次,我坐在展场一角休息,不经意间看到了接待台后的一双脚。那是一位温婉可人的前台姑娘,踩着高高的高跟鞋站了很久,她偷偷将脚从鞋子里抽出,稍作休息。她身前的桌子挡住了观众的视线,却被坐在地上的我看到了。这时,我才意识到

很多光鲜亮丽的背后或许都有这样一份辛酸的付出。于是,这些细节开始进入我的镜头。在不被大家注意的车展角落,有布展人员、销售顾问、发资料的学生、现场采访的媒体,也有保洁、保安,甚至还有收废品的大爷大妈。他们遍布展场的每一个角落,他们大多默默地付出,又默默地收获着,他们把最好的一面呈现给大家,又独自承受着各种压力。这就是他们生活的片段,细节才是生活的本意,我用镜头记下了它们。

车展,它是展台,它使车辆与模特光彩照人;车展,已不完全是展台,它已是更多人的舞台,他们借车展展示着自己,追逐着梦想,维持着生计。车展,它是展会,它为经销商与消费者搭建了良好的平台;车展,已不完全是展会,它在不经意间承载了更多。

