



第三十七届齐鲁车展豪华品牌参展规模创历史新高

豪华车扎堆, 价格趋向亲民化

随着豪华车消费能力的持续增强,近年来不断有世界顶级豪华品牌抢滩济南。汽车行业的消费报告显示,豪华车消费已经呈现年轻化和超前化的趋势。而为了适应这一变化,不少豪华汽车的设计也更加个性化,价格更亲民。

本报见习记者 刘晓

作为山东省内的车展标杆,齐鲁车展积聚了超高人气和超强购买力,吸引了来自世界各地的豪华汽车品牌前来参展。劳斯莱斯、英菲尼迪、保时捷、捷豹路虎、奔驰、宝马、凯迪拉克等早早的就已经在豪华展厅“跑马圈地”,期待为观众奉上一场奢华的视觉盛宴。

豪华车消费年轻化,90后成新主力

“现在开的是一款比较大众化的车,车展上想买一辆英菲尼迪,对这个品牌一直比较欣赏”,今年不到30岁的车友刘先生,跟妻子都是工薪阶层,手头资金虽然不算太宽裕,但这次车展还是准备贷款买一辆心仪的豪华车,“就是个人喜好吧,也是为了生活品位,而且现在很多豪华品牌价位也能接受。”

随着消费观念的改变和车贷越来越便捷,像刘先生这样选择购买豪华品牌的90后一族越来越多,“购

车人群越来越年轻正成为一种趋势”,某豪华品牌汽车经销商陈先生介绍,以前来店看车买车的主要是40岁左右的人群,现在二三十岁的顾客已成为主力,“这些年轻人穿着时尚、有主见,比较注重品牌,而且更能够接受车贷。”

这一趋势也得到了汽车行业相关消费报告的证实,早在2013年,新购车人群中“80后”、“90后”所占比例就已超过53%,并首度超过原来霸占市场的“70后”。

“除了年轻化,近年来豪车市场还表现出了超前消费的趋势”,陈先生介绍,部分车主并不是高收入人群,但家庭经济条件殷实,即使自己买不起或还不起车贷,也会有家里人支持。

这一变化也催生豪车市场趋向于运动型,“中国的豪车市场一向以奢华、舒适为主要风格,近几年不同了,豪车市场也刮起了运动风”,陈先生介绍,这一变化反映了年轻化的消费群体更加注重个性的



张扬,而且他们的消费已经触及到了豪华车的消费本质——具有操控性,在操控过程中享受快感。

豪车设计个性化,价格更亲民

豪车市场的持续火热让各大品牌跃跃欲试,抢先登陆齐鲁春季车展。在本届齐鲁车展上,济南舜耕国际会展中心继续作为豪华品牌的主战场,约1.2万平方米的展厅就迎来了英菲尼迪、保时捷、捷豹路虎、奔驰、宝马、凯迪拉克等众多知名豪华品牌参展。同时还有进口大众、进口福特等进口车品牌,纷纷展示旗下平时比较罕见的车型。

“一些车企,如雷克萨斯、奥迪、宝马等都捕捉到

了豪车市场趋于年轻化的这一变化,从而迎合这个变化,很多品牌车型都开始向运动、豪华、时尚、个性方向发展”,车展组委会工作人员介绍。而对豪车消费人群的年轻化以及消费的超前化,不少车企也不断做出应对措施,“汽车设计更加个性化,加强汽车的科技创新,同时豪车价格也更亲民。有些车企也开始为中国市场量身定做适合年轻新贵的豪华座驾。”

本届车展上,最吸引眼球的豪华品牌当属雷克萨斯,据介绍,本次车展雷克萨斯将携带旗下2018款古斯特参展,这款价值超过500万豪车的亮相,届时肯定会吸引众多车迷朋友,成为本届车展最受关注的亮点之一。

江淮iEV受青睐 一次交付客户1000台

3月31日,江淮新能源在山东再掀交车狂潮,以“科技引领 大众e行”为主题的江淮新能源汽车千台交车盛典在青州东虹工贸公司举行,一次就交了1000台。

此次交付的车型共有iEV6E,iEV7S以及iEVA50三款车。在交车仪式现场,江淮汽车还向潍坊市女企业家协会、青州市花都市巾帼创业联盟代表各赠送1辆iEVA50新能源汽车三年使用权,也是借此希望女企业家们做好表率,加入到推广新能源汽车行列中。本次千台交车活动是江淮新能源乘用车与共享汽车企业、网约租赁企业的再一次牵手,也标志着江淮新能源汽车开始全面进入公务用车改革服务领域和私人出行领域。

江淮汽车作为国内最早从事新能源汽车研发、生产和推广的企业,始终坚持新能源汽车行业普及者信念,研发推广百姓买得起,用得好的新能源汽车,以实际行动倡导绿色低碳出行,做负责任的新能源汽车企业。(林琳)



走,去齐鲁车展去看人!

时间: 4月12日-15日
地点: 济南高新国际会展中心(合资品牌及自主品牌展区)
济南舜耕国际会展中心(豪华品牌及进口品牌展区)

2018齐鲁春季车展

ILU MOTOR SHOW 齐鲁车展·品质生活 since 1997