



家有宝贝，购车换车需求更高

齐鲁国际车展大数据显示，25岁-44岁为主要购车人群

齐鲁晚报·齐鲁壹点记者 边艺
齐鲁晚报·齐鲁壹点大数据分析师 陈田 朱瑞

9月2日-6日，2021(秋季)齐鲁国际车展暨第四十四届齐鲁国际汽车展览交易会在山东国际会展中心举办。

自1999年至今，由齐鲁晚报主办的齐鲁国际车展已经成功举办43届，齐鲁国际车展逐渐形成了“三小时车展圈”，在齐鲁大地，“买车就到齐鲁车展”已经深入人心，齐鲁国际车展已经成为整个山东车友的盛会。

品牌多、车型全，是山东车友选择齐鲁国际车展的重要原因。那么，哪些品牌最受观众关注，哪些车型受观众欢迎呢？

通过对用户最关注品牌的统计分析，大众系列、奔驰、宝马成为老百姓最关注的三大汽车品牌，而比亚迪、长安、长城汽车、红旗则是最受关注的国产品牌。

在三大最受关注的汽车品牌中，大众系列的迈腾、朗逸、途观L，奔驰的奔驰C级、奔驰E级、奔驰GLC级以及宝马的5系、3系、X3，成为最受用户欢迎的车型。

购车时，性能和品牌始终最受用户的关注，而随着新能源汽车的迅猛发展，越来越多的人也开始关注和选择新能源汽车。

通过大数据，对逛展人员性别和年龄进行分析发现，男性逛展比例要高于女性，25岁-44岁的人群成为主要购车人群，从历年数据分析，意向客户年龄段也有年轻化的趋势。

婚姻和家庭对用户购车的影响也在逐渐增大，家庭用车成为婚后的重要考虑支出。而随着国家生育政策的调整，宝宝的出生成为一个家庭买车换车的重要因素。

车展部分大数据

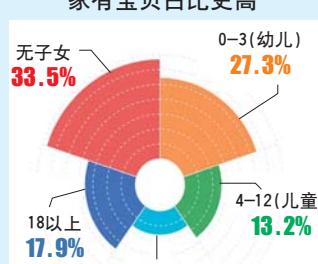
哪些品牌最受关注

NO.1	大众系列
NO.2	奔驰
NO.3	宝马
NO.4	本田系列
NO.5	丰田系列
NO.6	别克
NO.7	比亚迪
NO.8	长安汽车
NO.9	长城哈弗
NO.10	红旗

购车考虑主要因素



家有宝贝占比更高



十大摩托车品牌联手亮相，引来众多摩友打卡。



街舞表演营造出年轻时尚的氛围。



大胆的配色让新能源车更趋年轻化。

从通勤代步到炫酷“大玩具” 摩托车新风口来了

文/片 齐鲁晚报·齐鲁壹点记者 杨璐 马辉 朱洪蕾 李静 田汝晔

从代步到潮酷玩乐 各类车型齐亮相

在4号馆摩托车展区，摩托车主题公园BK2携手MV奥古斯塔、比亚乔、摩托古兹、阿普利亚、川崎、贝纳利、QJMOTOR、标致、光阳、晓胜等十大摩托车品牌进驻。

这次车型覆盖了从小排量代步车，到大排量玩乐车型，不仅有非常热门的贝纳利、川崎、标致、光阳、晓胜等品牌，还有来自欧洲的摩托车品牌摩托古兹、奥古斯塔、比亚乔等。贝纳利在本次车展亮相Tornado252，是山东首发。光阳摩托电动机车I-ONEX（标准版）在周末将会进行产品发布，这是一台专门为都市骑士所设计的时尚美学电动摩托车。

“平时在市里开车太堵了，在高峰期，摩托车比汽车快一些。”济南市民高先生是一位两个孩子的爸爸，他想买一辆踏板摩托车，满足日常代步，接送孩子、上下班、买菜。他说，家里已经有一辆约40万元的SUV汽车，主要是周末开，带孩子到周边游玩，由于居住工作在老城区，交通较为拥堵，平时工作日接送孩子、上下班都骑电动自行车，但续航不理想，就想换一辆好一点的踏板摩托用来代步。“预算在两三万左右吧。”高先生仔细了解了标致、比亚乔、光阳的几款高端踏板摩托，带着资料准备回去和家人商量。

展区还有不少年轻的摩托车骑行爱好者来打卡体验。大学毕业刚工作的小王是机车爱好者，在他看来，骑行不仅更便捷，更是一种自由，骑摩托能结交一群志同道合的朋友，“在路上的感觉很好。”

据摩托车展区工作人员介绍，开展首日就预订了十几辆车，周末两天人气更旺，于是加派人手，为摩托车爱好者和全

2021齐鲁国际车展除了近千个汽车车型可供选择外，十大摩托车品牌联手亮相，引来众摩友打卡体验。齐鲁晚报·齐鲁壹点记者采访发现，近两年摩托车市场不断升温，产品样式丰富且更加个性化，消费者对排量的诉求越来越强，中等排量的代步车和性能强劲的大排量车型占比逐步提升。摩托车不再仅仅是单纯的代步通勤工具，也成为“都市骑士”的炫酷“大玩具”。

省消费者提供最优质的服务。

缘何越来越多人 爱上摩托车

近两年，整个中国摩托车市场正处于升温之中。

据中国摩托车商会统计93家行业骨干企业，2020年共销售摩托车1706.67万辆，今年以来，我国摩托车行业仍呈产销两旺发展态势。1-4月，共生产两轮摩托车575万辆，同比增长45.27%；进口摩托车3.67万辆，同比增长44.49%；出口摩托车290万辆，同比增长64.33%，接近历史最好水平。

从2020年11月20日起，推行摩托车驾驶证全国“一证通考”。申请人只需居民身份证，在全国范围内任一地都可申领摩托车驾驶证。对于摩托车驾照的普及来说，是利好的消息。

据公安部统计，2021年第一季度，摩托车新注册登记203万辆，与去年同期相比增加95.4万辆，增长88.63%；与2019年同期相比增加107.7万辆，增长113.08%。

记者观察发现，摩托车的再度火爆，最根本的还是通勤方便。城市道路拥堵客观上造成了汽车出行的不便，进而让机动灵活的摩托车有了市场。

前来展会咨询摩托车的群体大体分为两类，一类是30岁以上已婚人士，大都家庭已经有一辆汽车，但怕堵车很少开，这类人群多询问踏板摩托

车，对排量要求不高，满足通勤代步需求，用于接送孩子、上下班。另一类是机车爱好者，以二三十岁年轻人为主，但也有四五十岁的资深爱好者，多以休闲娱乐、参加骑行活动为乐，更偏向中大排量。

“骑得多了，摩托车在客户心中就从通勤工具转变成一个大玩具，车主会渐渐被驾驶乐趣深深吸引。”摩托车主题公园BK2负责人认为，随着物质生活的丰富，人们的生活方式和生活态度发生很大改变，追求更高的生活品质和精神上的快乐，这也是摩托车热的原因所在。娱乐型摩托车市场是一个“圈子型”市场，车主们喜欢集体活动。摩托车改装和购买骑行装备是车主的刚需，是展现自我、表达个性的一种方式，成为一种时尚潮流文化。

中大排量崛起 布局纯电动摩托车

“一个很明显的趋势，就是中大排量摩托车的兴起。”中国摩托车商会秘书长张洪波表示。

据中国摩托车商会2020年摩托车行业产销数据显示，虽然从全国摩托车市场总量来看，大排量摩托车仅占3%，仍有巨大的发展潜力。排量250cc以上摩托车产销量约为20.08万辆，同比增长13.32%，与2013年相比增长了14倍。

“并不是所有的摩托车都好卖，而是中大排量的车型一车难求，卖得最好的就是价格在1万到3万元的车型，几千块钱的反而不好卖，市场呈现出两极分化。”一位商家说。

从车展看，高性能、时尚炫酷的仿赛车型摩托越来越受到年轻人的青睐，摩托车从低端代步工具向高端休闲娱乐转型升级。

在张洪波看来，发力新能源市场，驶入电动化车道，是摩托车产业的另一个趋势。他表示，未来摩托车产业将朝着智能化、绿色化的方向发展，高科技的应用将会为高端摩托车行业开辟一条新的路径。

时尚之风扑面而来 年轻化风格成主流

齐鲁晚报·齐鲁壹点记者 马辉 朱洪蕾 杨璐

走进本届齐鲁国际车展，除了靓丽的车模之外，动感十足的音乐和街舞表演已经成了各个参展品牌抢抓眼球的利器。

领克展厅甚至将整个场景布置成了一个时尚的迪厅，有DJ在二楼操控着音乐，几位青春帅气的姑娘小伙现场跳起了劲爆的舞蹈。满满的时尚之风扑面而来。为什么把街舞带到了车展现场？“还是为了彰显品牌的年轻化，通过与年轻一代产生共鸣，从而让年轻消费者认同这些品牌和车型。”一位业内人士告诉记者。

与往年相比，各个汽车品牌的展厅不再是千篇一律，而是大胆启用了很多全新的元素。

刚上市不久的WEY玛奇朵，则在室外搭起了一个咖啡厅，通过请观众喝咖啡的形式，让年轻的观众通过现场体验和品尝咖啡，从而对款车型有更深的好感和更深刻的印象。

再例如东风日产就带来两台模拟机，坐在模拟驾驶舱内，三块大屏幕环绕在周边，仿佛真的驾驶赛车奔驰在赛道上贴地飞行。现场吸引了不少年轻人坐上去体验了一番。

而在极氪展厅，则是把展厅装饰得极具未来感，就算是互动的礼品机也可以根据观众的表情，送出带有不同表情的饮用水。

鎏金绿、太空银、珠光白、青岩灰、星夜蓝……配色花哨、多样化的品牌，不再是豪华车展厅中像保时捷这类品牌的专利，无论是各种新能源汽车，还是国产品牌的新锐车型，车的配色也开始朝向多样化、个性化尝试，主要因为消费者对车身颜色的包容度更大了，对这些较为跳跃的颜色接受度更大了。

通过寻找车展中有关声音、互动和色彩的元素可以发现，时尚之风不可抵挡，年轻化的风格已成为主流。



扫描二维码，获取更多车展数据新闻内容。