

杭州车展五天成交 10 亿元 名车、新车成最大亮点

文 / 华晨

为时五天的第九届杭州车展于 10 月 20 日在杭州国际会展中心落下了帷幕。本届车展汇聚了 60 余个汽车品牌参展,共吸引了观众 15.02 万人次,促成成交车辆达 4737 余辆,成交总额达 10.42 亿元,应该可以说是国内各大汽车厂商 2008 年下半年在浙江车市的不错表现了。



名车、新车成最大亮点

作为国内大型车展之一,本届杭州车展向浙江消费者展示了精彩纷呈的汽车盛宴。展会期间,各展商推陈出新,纷纷带来各种精彩看点。如进口三菱不仅带来了“iMIEV”纯电动环保概念车,还推出了 Hellokitty 版格蓝迪;上海通用雪佛兰请来了《变形金刚》中“大黄蜂”出场等等,尤其是美女车模的云集,让前来看展的观众享受了一道时尚大餐。

而作为历来各厂商进驻浙江市场的阵地,本届车展,名车、新车云集也成为吸引观众眼球的最大看点。展会期间,组委会专门对前来看展的观众做了一项调查,调查显示,95%以上的观众认为本届车展最大的亮点是名车云集、新车投放力度大。据了解,本届车展,吸引了十几个高端汽车品牌参展,占据了整个参展品牌数量的 1/4,法拉利、宾利、保时捷、玛莎拉蒂、阿斯顿马丁、奔驰、宝马、凯迪拉克、阿斯顿马丁等均悉数到场,其中阿斯顿马丁是首次亮相杭州车展。另现场首发新车达二十多款,如比亚迪 F0、瑞鹰 1.9TCI 柴油版、东南三菱 V3 菱悦等均在现场举行了揭幕仪式。

展商期间,不仅展商带来的看点不断,组委会精心准备的汽车文化节活动,如汽车摄影大赛、千人购车团、第九届杭州车展开幕式、微笑天使评选活动、浙江省汽车市场“十大年度车型十大品牌经销商”评选活动、第九届杭州车展答谢晚宴等也引起了各界的关注,不仅吸引了众多观众的参与,同时也吸引了众多前来报道的媒体。在前来看展的观众调查中,许多观众认为本届车展的宣传做得比较到位。

五天引发购车潮

浙江的消费力惊人,是国内外各大汽车厂商的共识,尤其是高端车,很多品牌在浙江的销量均是名列全国第一的,由此各大厂商将浙江作为掘金之地。尤其是杭州车展,作为浙江省规模最大、影响力最大的车展,每年高成交量的交易平台,更是令国内外各大汽车厂商竞相角逐。

与往年一样,今年 5 天的展览,带来的规模效应再次引发了汽车消费热潮。据了解,宾利在

16 日开展的第一天,就有一辆价值几百万的车被买走了;法拉利在开展第二天也被买主相中买走;首次参展的阿斯顿马丁第一天 V8、DBS 两款车也已有意向客户;GMC 高级豪华商务车在开展当天被预订了一辆,另意向客户达 5 人;萨博在开展的第二天卖出了 10 辆车,5 天以来共售出 20 台车,另预订了 19 辆,同时意向客户达 350 人。奥迪 5 天共售出 11 辆车,被预订走 22 台,意向客户达 198 人。奔驰 5 天售出 28 台车,23 台被预订,另有 100 位意向客户。凯迪拉克 5 天销售 32 辆,意向客户达 400 个。高端车的受欢迎程度,再次证明了浙江消费市场能力的强大。

不仅是高端车品牌,一些中高级车品牌在车展现场也创下了不菲的销量。如东风日产在开展的前两天卖出了 17 台车,5 天以来,共有 47 台车被预订,意向客户达 1704 人;上海大众在开展前两天就卖出 20 台车,5 天共有 32 台车被预订,意向客户达 579 人;北京现代 5 天现场卖出 39 台车,另有 18 台车被预订,意向客户达 765 人。另自主品牌也在现场实现了销售,如比亚迪现场卖出 22 台车,46 台被预订走。

观众、展商满意度提升

以服务立展,是本届杭州车展的办展基本原则。虽然展馆的硬件上无法改变,但本届杭州车展组委会在服务上做了诸多的升级,比如首次启用了电子门禁系统,使得展会显得更规范化。

同时,今年组委会在软件方面的服务设施也得到了很大的提升。如不仅增加了就餐点和休闲区点,同时还在休闲区引进了高档的西点,并在现场设置高档沙发,使前来看展的观众逛累了后可以小憩一会,享受一下舒适的感觉。另外其他相应的服务设施,如医疗中心、总服务台、车展直通车等也一应俱全。

而服务的提升也让前来看展的观众和参展的观众对本届车展的满意度也有了相应的提升。据调查显示,95%以上的观众对展会整体服务表示很满意,另 90%以上的参展商对展会整体服务表示很满意。