2008,我们一同走过

现代快报举办金鼎奖年度车型颁奖典礼暨年终答谢会

1月9日中午,由现代快报主办的金鼎奖年度车型评选颁奖典礼暨年终答谢会在南京天丰大酒店举行,现场颁出了23个车型大奖和14个"最值得信赖的经销商"奖,230多位来宾共同分享了这个欢乐的时刻。

雪灾、地震、金融危机……2008年,中国车市经历了一系列的震荡。不少车企利润大幅减少,宣布亏损的厂商也为数不少。细细盘点众多厂商,却仍然不乏在困境中成功突围的领军企业。快报于2008年末强势推出的第二届金鼎奖评选活动,评选出了一批在2008年度车市中表现抢眼的车型,以及在消费者眼中最值得信赖的经销商。

我们相信,越是在市场表现惨淡的时期,获得上佳市场口碑的车型在2009年的车市中一定表现不凡,树立良好企业形象的经销商也将立于不败之地。专程从外地赶到南京领取大奖的厂商代表也纷纷表示,虽然种种迹象表明2009年的车市将十分艰难,但他们依然满怀信心。

为了答谢众多热心读者对快报长久的支持和喜爱,汽车周刊特意在参与此次金鼎奖评选活动的读者当中,随机抽取了六名幸运读者来到颁奖典礼的现场,参加汽车业界这一年一度的盛大聚会,并现场抽出了幸运读者一、二、三等奖。

本版撰文 张颖

本版图片均由快报记者 路军 摄

一步一个脚印

2008年5月1日-3日 快报五一车展

2008年5月1日-3日,现代快报"五一汽车展销会"涌进了15万观众。展会期间,在快报五一车展上成交的车辆占据了参展企业同期销售一半以上的份额。2008现代快报五一汽车展销会无论是从影响力、辐射力,还是从实际销量上,都取得了非同凡响的成绩,堪称2008南京车市一大亮点。

"2008'现代快报五一汽车展销会"依然选址人流熙攘、交通便利的南京规划展览馆,并于五一休假日的第一天正式拉开帷幕。汽车部借鉴历届五一汽车展销会的成功模式,实施跨平台协作,整合各方媒体资源,以更大的宣传力度,使此次展会成为南京地区规模空前、人气鼎盛、首屈一指的专业汽车展销会。

本届车展吸引了一汽大众、上海通用、东风日产、长安福特、北京现代等品牌经销商倾情加盟;名爵、荣威、奇瑞、比亚迪在扬威北京国际车展之后,再次登场本届车展,成为车展大军中一支不可忽视的自主品牌军。越野车、跑车、SUV、MPV、CROSS车型,以及各类型家用轿车、微型车,同台摆擂,为消费者奉上了一道可观可赏的汽车文化盛宴。

"凯迪拉克杯汽车宝贝选拔赛""广本威程杯摄影大赛""雨田车业杯南京市民最喜爱的家庭用车评比""少儿画汽车大赛""幸运购车奖",让本届车展在形式上更加丰富,也增强了展会和消费者的趣味互动。其中,"汽车宝贝选拔赛"以其独具民族特色的汉服以及泳装展示,成为展会现场一道靓丽的风景线。

2008年5月30日-6月2日 豪车与美墅的姻缘

2008年5月30日-6月2日,一场豪车与美墅的爱情在苏南四市精彩上演。这是由现代快报汽车周刊和金楼市周刊联合导演的一出大戏。常州世茂香槟湖、无锡华府庄园、苏州星岛仁恒、镇江华美香格里拉庄园……一幢幢优雅华丽的别墅让人赞不绝口,一辆辆豪华精致的名车让人目不暇接。房与车,似乎生来就是最般配的神仙眷侣。

这是快报史上首个房车联动,也是一次苏南各城市之豪车消费群体和高端置业群体的无缝对接,两大高端市场客群互享、商家优惠互享、影响力扩大化的一次创举。

苏南地区是江苏经济最发达的区域,也是中国经济发展最快的区域之一。2007年,新车上牌量高速增长,汽车消费能力在江苏一路领跑,成为汽车厂商必争之地。在苏南地区同样孕育着一股雄厚的别墅消费能力,尽管豪车豪宅售价不菲,但江苏的新富阶层已具备了把它们作为随身标签的实力,成为两大市场增长最强劲的一支支撑力量。

Acura(讴歌)、进口标致、路虎、捷豹、英菲尼迪……全面聚集苏南地区豪华车品牌的巡游队伍,每经过一个城市,总能最大程度吸引路人的目光,成为当日市民最津津乐道的话题。同时,能够成功锁定一部分购车意向者令经销商们满载而归。这场豪华车与别墅的强势互动也因此成为经典的营销案例,广受业内好评,并成功树立了《现代快报》的媒体美誉度。

2008年11月-2009年1月 快报第二届金鼎奖评选

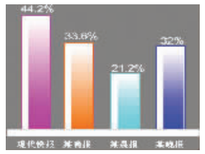
由现代快报汽车周刊发起的第二届金鼎奖年度车型评选活动从2008年11月份正式启动,共历时3个月。通过读者的选票评选,综合快报汽车周刊的专业评审意见,共产生23个车型大奖及14个优秀经销商大奖。从准备阶段的精心设置评选流程,到评比阶段的加班加点统计海量的选票,工作量虽大,我们汽车周刊的每一名工作人员却都很开心。在颁奖典礼上,我们看到的是汽车厂家来宾们对快报汽车周刊的认同,对这个金鼎奖杯的重视。

为了进一步扩大金鼎奖评选的影响力和受众范围,快报汽车周刊联合太平洋汽车网、江苏交广网、车视界、都市圈圈网、我爱汽车网、车讯网,借助网络媒体更亲民、更灵活的特质,以更强势的阵容,更专业的姿态,将本届金鼎奖评选活动打造成最透明的草根评选。

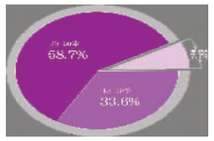
快报《汽车周刊》读者构成

新富人群平均每期阅读率排名第一

根据新生代中国新富市场与媒体研究2008年最新数据显示,《现代快报》新富群体的平均每期阅读率高达43.3%,雄居南京第一位。庞大的读者规模证明现代快报在报业市场中占有很强的优势,不仅深受读者欢迎,更是企业经营者进行广告投放的上佳平台,是南京市重要的平面媒体。



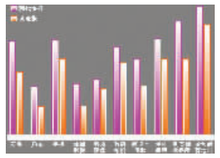
黄金年龄段现代快报读者比例最大

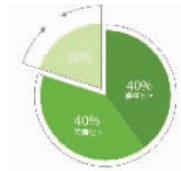


年龄是判断读者价值的核心指标,在新生代新富调查显示:《现代快报》18-39岁的中青年读者比例高于竞争媒体相应数据。30岁-39岁年龄段构成《现代快报》读者主体,这一年龄段人群正处于事业上升期,具有稳定的收入,对生活品质要求较高,是社会高端消费的领军力量。

未来一年读者预购渗透率现代快报第一

新生代新富多项产品2009年预购率调查显示:现代快报在买房、买车、笔记本电脑、手机、高档数码、旅游、购买商业保险、参加教育培训等产品预购率中遥遥领先。充分证明快报的高档类产品广告将得到更多有此购买需求的读者的关注,是投放此类广告的优质媒体。





现代快报的发行优势

现代快报全省发行,在南京地区发行量占全省发行量的40%,苏南地区占40%,苏北地区占20%。参照全省GDP分布,可以看出现代快报主要发行区域覆盖在占全省GDP70%的地区,显示现代快报全省发行结构的优质合理。

老总寄语

我们十分看重快报在广大读者中拥有的影响力和号召力。快报今年举办的几次大型活动,比如五一车展、金鼎奖评选活动我们店都参加了。希望快报2009年更带给我们更多更好的策划,举办更成功更有影响力的活动。

——江苏雨田广宏汽车销售服务有限公司总经理 祁铁英

汽车品牌都希望得到具有公信力的专业媒体的认可。凯迪拉克新CTS获得了快报金鼎奖评出的"最佳豪华车"大奖,我们很开心。天泓凯迪拉克在去年12月份已经超出了2007年同期,今年1月份截至目前的销量也非常不错。虽然典论普遍不看好2009年的市场,但我相信再冷的冬天也会过去。很多问题在市场一片繁荣的时候都会被掩盖掉,所以市场突然降温也未尝不是好事。这样,市场才会回归理性。厂家、经销商也应该趁机练好内功,迎接市场的考验。

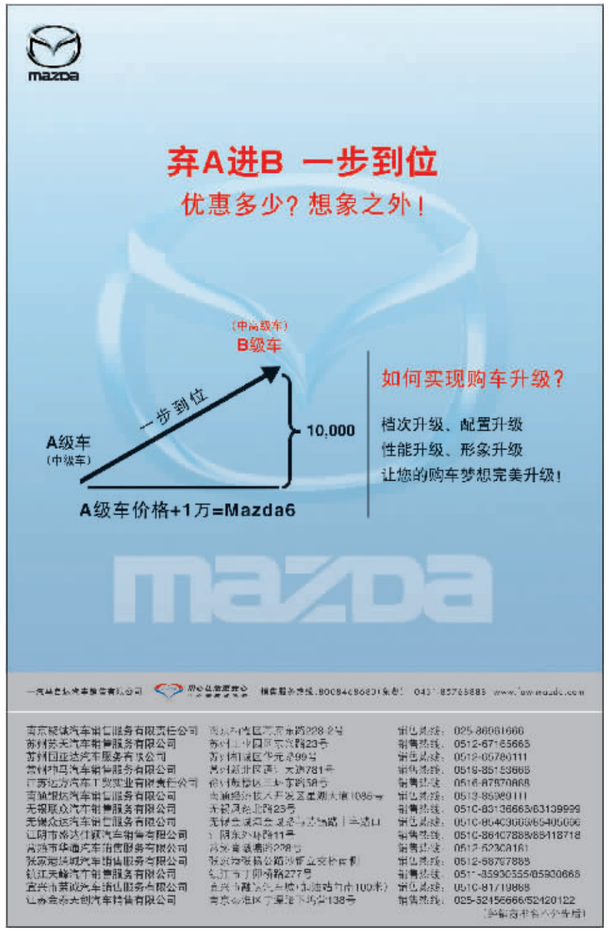
——江苏天泓凯帝汽车服务有限公司总经理 安晓玲

我们店里已经获得了三个"金鼎"了。从2007年金鼎奖初次举办开始,到2008年第二届金鼎奖评选活动,我们一共拿了两个"最值得信赖的4S店"奖、一个思域车型大奖。作为知名媒体,快报评出的这个奖项含金量特别高。我们也希望下届金鼎奖评选能够继续保持公正、透明的姿态,办成业界最有影响力的专业评选活动。另外,业界普遍预测2009年市场比较不理想,在这种情况下,4S店要不断提升自己的服务水平。

——东风本田汽车恒通特约销售服务店总经理 彭崇喜

今年我们日产文华4S店获得了快报评出的"最值得信赖的4S店"奖,这对我们经销商来说,是一个十分有分量的奖项。

——南京文华汽车董事长 宣桂祥

快报是一个很好的平台,拥有广泛的读者群。希望快报汽车周刊2009年各个栏目办得更有特色,让买车人、卖车人都能从中获得更多的帮助。我个人也是快报的忠实读者,一直都十分喜欢快报汽车周刊客观、公正的风格。这才是一个专业媒体应该秉持的姿态。所以,这次我们积极参加金鼎奖评选活动,就是希望得到快报汽车周刊的专业认可。拿到这尊"金鼎"后,我马上摆放到了展厅最显眼的位置。

——江苏天泓汽车服务有限公司诚新二手车分公司总经理 王宁