快报五一车展独领风骚

小黄金周车市含金量十足

“五一”假期,被誉为小黄金周,今年南京的小黄金周对于汽车市场来说可谓含金量十足,新车大举登场,车商们纷纷出台优惠促销方案,众多车展等汽车活动催热“五一”小黄金周的车市消费。

车展催热车市 快报独领风骚

说众多车展催热“五一”小黄金周的车市这话一点不假,细细一算,五一期间南京举办的大大小小的车展加起来有三个,这一现象在全国也不多见。据精确统计,快报五一车展3天现场成交总量达317台,而记者多方了解,同期南京市举办的所有车展共成交车辆近600台,快报车展成交量超过总数的一半。

在众多车展中为何单单快报举办的车展获得巨大成功?业内人士分析,快报五一汽车展销会已经成为南京地区拥有巨大影响力的专业汽车展销会品牌。虽然本届快报车展延续了往届车展的运作模式,像汽车宝贝大赛、摄影比赛等传统亮点都得以保留,但快报汽车周刊多年的运作经验和理念是其他展会难以复制的。

当然快报车展的软实力也为成功贡献了力量,现场向观众赠送清凉饮品、为参展商提供饮品、为消费者提供订车礼、幸运购车奖……这一系列的举措将“车展的目的是销售”这一理念发挥到极致。此外,太平洋汽车网、网上车市这样的新兴媒体的大力助阵也使快报车展如虎添翼。

1.6排量含金量最高 SUV市场日趋活跃

根据快报车展销售车辆的数据统计显示,1.6排量10万元左右的精品小车成为车展最大的赢家,据统计这类车型占总销量的60%。究其原因业内人士认为主要有以下两点,其一、根据新购置税优惠政策规定,1.6L及以下排量的车型购置税减半,以十万元的车价计算,可节省购置税将近5000元,这成为众多车主选择1.6L及以下车型的重要原因。其二、结合今年1月开始实行的燃油税政策,排量较小以及较省油的车型的税费支出减少,这无疑也是一项小排量车型的利好。双管齐下,为黄金排量车型大行其道彻底铺平了道路。

快报车展的另一个亮点即为SUV销售异常活跃。据统计,今届车展上SUV的成交量占总销量的7%,这个比例和中国汽车工业协会公布的第一季度中国SUV销量百分比完全一致,虽说其依旧是小众车型,但在2.0以上排量的车型销售中,SUV的销量却占到了30%,这较往年有了大幅提升。分析人士预测,SUV具备多功能性、驾乘舒适等特点,可以满足多元化的消费需求,随着我国汽车市场的成熟,肯定会受到越来越多消费者青睐。随着汽车生产企业的转型和针对市场变化作出的调整,预计今年国内SUV市场增长幅度有望达到10%~20%。

刚性需求旺盛 节后车市难现低谷

有业内人士担心,随着消费能量的释放,五月份车市将回复平淡,前四个月的火爆情况将难以为继。

五一的火爆或许能让汽车厂商悬着的心放下来,除四月份刚上市的新车将成为五月车市销量的提升点,政策拉动的1.6L及以下排量的车型的消费能量也尚未释放完。另一方面,从五一车展收获的大把意向客户,也成为各经销商的定心丸。“车市的刚性需求很大,前四个月还不足以消化完,相信车市火爆的情形还会存在较长时间。”一位业内人士认为,今年五六月不会出现往年节后车市进入低谷的情形。 沈宁

■新闻链接

合作网媒风采

太平洋汽车网·南京站

作为网络合作媒体的太平洋汽车网·南京站在此次车展期间,通过制作会展专题并及时发布现场新闻,以大篇幅、多角度的深入报道,在互联网上为此次五一车展描绘出了浓墨重彩的一笔。其中,连续三篇关于一汽马自达·南京聚诚杯汽车宝贝评选的报道,则更是多达260余万次点击,创历史车模类专题点击量新高。

网上车市·南京版

网上车市·南京版围绕本次快报车展展开了专题宣传活动,为全面集中报道本次车展还制作了“2009现代快报五一汽车展销会”的系列报道的专题页面。为了及时在第一时间把本届车展进行的动态信息向广大网友传递,网上车市·南京版把直播工作间搬到车展现场,保证了第一时间多角度、全方位展示本届车展。

■花絮

3天产生9个千元订车奖

五一车展期间,快报在现场订车的车主中抽出了9名幸运车主。他们分别是:来自雨田广宏的车主李小云、来自汇达4S店的车主张惠勤和陈桂兰、来自日产文华专营店的车主薛松、来自华海和成的车主刘伟、来自天泓雪莱4S店的车主卜德喜、来自江苏天泓雪莱4S店的车主钱伦武、来自雨田海达4S店的车主顾如喜,以及来自雨田广宏4S店的车主邹婷。他们分别获得了由快报提供的1000元现金大奖。

请以上9位车主带上您的购车凭证及身份证,于5月8日至现代快报汽车周刊(南京市洪武北路55号置地广场1810室)领取您的奖金。联系电话:025-84783533。

名爵老爷车魅力非凡

虽然本届车展上新车云集,但最有明星风范儿的车型莫过于一辆绿色名爵老爷车。这辆名爵MG B产自1966年,简单的结构和可靠的特征让它成为MG产品中销售最成功的车型。MG B家族可谓“人丁兴旺”,从1962年开始的18年内,MG共生产了超过50万辆各种型号的MG B车型,而且这项世界纪录一直保持到了21世纪。

这辆重量级的老爷车也获得了快报五一车展组委会的特别关照:一条护栏将其和观众隔离开来。不但如此,组委会还特别安排了一位保安当“保镖”。车展现场,市民们争相与其合影。 张颖

众商家热评快报五一车展

5月1日,快报五一汽车展销会在南京市规划建设展览馆举行了盛大而隆重的开幕仪式。因为前期的宣传工作很到位,再加上活动期间精彩的抽奖活动,吸引了如潮的人流。活动三天,本公司共取得了21份订单的喜人成绩。希望今后快报组织更多的活动,我们将积极参与。

——朗驰苏润

在金融危机的大环境下,今年的五一车市比预想的好,总体成交量上来了。同时作为上汽荣威的经销商我们连续参与了数届五一车展,今年的车展我们感到无论是荣威品牌还是我们的团队都在进步发展,也感谢《现代快报》提供了一个良好的平台。

——华海和成

2009年的快报车展让我们耳目一新,对我们的销售带来了更大的助力;整个活动的三天,我们达到预期销售和集客的目标,十分感谢快报举办的此次车展,不仅为广大消费者谋得了福利,也给我们经销商打造了个很好的平台。祝快报的车展每年都如此成功!

——南京汇达

由于我店地理位置在江宁河定桥,现在由于修路,所以客流有些影响,但快报的本次活动,给我们的客户购车提供了便利,同时给了我们东风日产文华专营店展示自己的舞台,辛勤的努力回收丰盛的果实,三天的车展效果很好,业绩喜人。

——江苏文华

江苏东源参加本次五一汽车展销会主要有两个目的:1、让广大消费者进一步更加深入了解进口现代汽车;2、提高进口现代的品牌形象,积累更多的意向客户。通过此次快报车展的成功举办,从整体效果来看,圆满完成了此前设定的总体目标。感谢现代快报为我们经销商提供的这么一个与消费者零距离交流的平台。

——江苏东源

三天活动安排得井井有条,简单而隆重的开幕式,美丽的车模秀,都让我们感觉很舒心,大乘机电作为三菱在南京的唯一经销商非常看重快报的影响力,每年快报的车展都参加。今年三天活动下来,我们收获了不少意向客户,非常感谢快报提供这个平台。

——江苏大乘机电

“为期3天的车展,2辆展车原计划安排4个销售人员,但现场看车客户实在太多,我们不得不又调来5个销售人员才勉强应付过来。3天时间,我们现场成交了34台车,每天接待的意向客户有60多个。

感谢《现代快报》提供这么好的平台,这次车展真可谓赚足了人气和商机,也充分说明南京市巨大的市场潜力。

——宝铁龙起达

令人难忘的《现代快报》2009年五一车展结束了,主流媒体的号召力、车主们的热情点燃了车市的激情。3天时间,江苏天泓(集团)携别克、雪佛兰、凯迪拉克、萨博全系列车型参展,共订出车辆70台。一部分是家庭首次购车的客户,更有相当的数量是家庭第二次购车的车主,消费结构的悄然变化让我们这些业内人士有理由相信,中国汽车市场又一次高潮正在到来。

——江苏天泓集团

北京现代再次展现了其独特的魅力,整个朗驰现代展台,人头攒动,所有的销售顾问都忙于接待客户,短短的三天时间,现场订车还超预期。如此令人瞩目的成绩,得益于北京现代优质的品质和完美的性价比。在此,我们感谢《现代快报》提供了这样的机会,同时朗驰现代将为所有北京现代的车主和准车主,提供更大的优惠和更好的服务。

——朗驰苏昊

激情五月天,现代快报携手各大汽车品牌在江苏展览馆与这个五月天一起“蒸腾”。3天的时间,展会现场共涌进18余万观众,出售汽车数百辆,再次迎来五月车市的开门红。南京协众友旭——作为华东地区首家高规格的4S店(B+级),在此次车展中共销售车辆十余台,集客数量也达到了预期目标,再次刷新了历年参展的纪录。

——协众有旭

通过五一车展,我们对2009年下半年的车市更加充满了信心与期待,车展期间汹涌的人潮,表明了购车刚性需求的旺盛。五一期间,仅MG名爵南京绅华店就销售了73台。随着“尊荣体验”活动的不断推进,广大名爵车主都将在原有服务内容的基础上获得更多的增值服务。

——南京绅华

随着斯柯达三天整体销量突破60台大关,现代快报五一汽车展销会落下华丽的帷幕。展会的3天时间里,参展的汽车品牌也多达30多家,斯柯达品牌旗下的晶锐与明锐在竞争如此激烈的环境下,斯柯达双线品牌齐发,双剑合并,共同出击车展,不仅在节日期间让客户买车得到了实惠,也更进一步地提高了上海大众斯柯达品牌在南京的品牌影响力。

——宝铁龙轩达

海马汽车南京雨田4S店携福美来09款、普力马、欢动参加了现代快报主办的“五一”车展,受到了众多消费者的青睐,取得了非常好的效果。在此谢谢现代快报,祝愿现代快报越办越好。

——雨田海达

自现代快报五一车展开幕以来,长安汽车市场反应热烈。由参展商南京大有汽车贸易有限公司带来的奔奔、志翔、悦翔、杰勋,更是成为市民关注的焦点。尤其是新上市的“悦翔”,以其大气的造型、卓越的品质和高性价比为消费者带来全新的购车理念。

——南京大有

本次五一车展,南京聚诚携一汽马自达旗下全系车型亮相,上演了一场佳人靓车交相辉映的视觉盛宴。我公司选定现代快报五一车展作为黄金周的主要阵地,主要是看重前三届五一车展旺盛的人气和极高的成交量。这次参展,我们也取得了非常满意的销量。祝愿快报汽车周刊越办越好。

——南京聚诚

五一期间,世贸泰信参加了位于江苏展览馆由现代快报主办的车展活动。世贸泰信本着“三多”原则,即参展车型之多,参展人流之多,购车人数之多,成为了此次车展最大的亮点。世贸泰信在参展的第一天,就被客户订购一辆价值68万8千元的捷豹汽车,成为当天赏车会现场订购车价最高的参展商。取得这样好的成绩也特别感谢现代快报社,谢谢他们的工作人员为这次活动付出的努力。

——世贸泰信

快报五一汽车展销会搭建了一个汽车经销商与消费者集中接触的优秀平台。通过此次活动,我们不仅完成了一定的销量,同时也结识了很多意向客户。现代快报在活动组织方面的周到服务和特别赠送的礼品,也让我们和客户都感到放弃假日来参与此次活动是“不虚此行”!

——雨田广宏

南京国通带着高目标参加了此次车展,参展第一天就基本完成指标,其后两天突破指标,超额完成。快报车展已经打造出一个完整的汽车平台,让五一黄金周变得名副其实,对于我们接下来的销售任务开了个好头,特此感谢快报,感谢快报车展!

——南京国通

东风本田恒通、宝铁龙运通4S店携CRV和新思域参加了现代快报五一车展。此次车展前来本品牌的客流量比以往要高出三成,销量比预期高出了三成,并积累了大量的客户资料。黄金周的节假日效益比较明显,不管是人气还是成交量都大幅上升,比前三届车展均有上升。

——江苏恒通、宝铁龙运通

江苏宁枫君豪参加了此次快报车展,三天的成交量是惊人的,同时也收集了大批意向客户。无疑,本次车展是成功的,特此感谢主办方现代快报,感谢此次车展中支持我们的所有消费者。

——宁枫君豪

作为宝马的授权经销商,我们南京宁宝/南京凡德同样看重现代快报在南京地区的媒体影响力,而首次选择参加今年的汽车展销会。展会上隆重推出了3系、5系以及X5三款最受欢迎的车型参展,吸引了众多客户的目光,也获得了一些潜在客户。本次汽车节对BMW品牌以及南京宁宝起到了很好的宣传作用,希望现代快报的五一车展能越办越好!

——南京宁宝

MAGOTAN迈腾 前瞻未来的领先科技 尊贵尽显

一汽-大众 FAW VOLKSWAGEN