

2010 春季周口大型车展暨精品房展落幕

现场销车 316 台 意向购房 830 组

□晚报记者 孙建珍

本报讯 昨日下午,“易天国际广场杯”2010春季周口大型车展暨精品房展圆满落幕。参加展会的共有12家房地产企业和18家汽车经销商。本次展会较之以往,规模更大、规格更高,参展实力更强。在为期3天的展出中,吸引了10万余人参观,俨然一场“车房嘉年华”。

“哇,好壮观。”不少市民来到市区五一广场房车联展现场,都不禁一阵惊呼。偌大的五一广场遍布着百余款靓车和数十家房产商展厅。耀眼的红、青翠的绿、沉稳的灰……高水平的“装扮”令整个展会充满个性。阳光·半岛城邦二期阳光美墅的精装修,整个展厅设计气势恢弘,大气蓬勃;择邻名苑、景秀北城·幸福里

等展厅的装修也别具一格。汽车的展厅也不例外,大红的地毯、金黄的底座,再配上流线型的新车,有的稳重大气,有的灵动可爱,有的时尚活泼,与万种风情的车模一起成为展会前所未有的风景线。为了“一饱眼福”,观展的市民摩肩接踵,一些汽车品牌和房产商的展位,甚至一度被围得水泄不通……

“我女儿马上就要结婚了,想陪送她一辆新车,正苦于没有太多时间四处踩点,正好借这次展会,可以将国内外主流汽车品牌、最新车型、最有代表性的经销商‘一网打尽’。”市民张女士对记者说。

“去年的车房展我也来了,感觉今年的规模更大些,有些展馆设计得很漂亮,像阳光·半岛城邦的精装修就给了我深刻的印象。我主要是来看看有什么好楼盘可以投资,刚

才看了一圈,发现前来参展的房子很多,我正在考虑。”市民王先生说。

昨天是房车联展的第三天,虽然天气阴冷,但现场的气氛依然热烈。在展会现场,不时传来成交后“噼里啪啦”的鞭炮声,前来参展的市民络绎不绝。

“效果太超出我们的预期了!”提起3天的参展感受,几乎所有的参展商异口同声。

开展首日,虽然还是工作日,人气就很旺,这给每家参展商都打了针“强心剂”。之后的两天,每天都人潮如织。“虽然今天的天气不好,但是前来的客户还是不少的,并没有影响我们的销售。”比亚迪汽车周口亿顺汽车销售服务有限公司孟经理高兴地说。“周口楼市这样的气氛是大家所期待和希望的,市

民也希望我们的房地产市场能够健康平稳地发展。”每天超旺的人气,展台前穿梭不息的人流,香檀山销售部经理刘跃对展会效果赞不绝口。“房车联展是一个非常好的活动,给经销商和消费者之间搭建了一个很好的平台,希望以后多搞些这样的活动。”长安福特周口铭阳4S店展厅经理王超兴奋地说。

为了使本次展会能达到预期的效果,组委会也使出浑身解数、精心筹备,做足展会文章,充分利用报纸、网站、手机报、公交广告等多种宣传形式,向市民传递信息。展会前,除重磅推出房车联展特刊外,还发送20多万条手机短信。展会期间,50多名摄影爱好者和近200名晚报小记者到展会现场采风并参观所有展厅。本次展会无论在现场规模、参展规模还是配套服务、

宣传推广等方面都有很大提升,这场房车饕餮盛宴,在市民和车商、开发商之间搭建了良好的平台。

据不完全统计,整个展会期间,前来观展的达10万余人次,18家汽车经销商销售和预订汽车316台,12家房地产企业共接待意向客户830组,预订订金购房58套,其中阳光·半岛城邦收到预订订金12套。

据组委会有关负责人介绍,本次房车联展不仅给汽车销售商和房地产商增加了销售额,也为我市购房选车者提供了很好的条件,充分体现了主办方的社会责任感。与此同时,这也使本次房车联展会真真正正实现了参展商和消费者的共赢。同时,此次展会对我市房地产和汽车市场的健康发展起到了一定促进作用。

房车让人开眼界

□晚报记者 付永奇

在我们周口,拥有高档小汽车的人成千上万,但是拥有高档房车的人可能一个也没有。因此,在本次车房联展上,首次在我市亮相的中欧奔驰房车成了众人瞩目的焦点。

4月10日上午,记者和众多小记者一起近距离目睹了它的“芳容”。这次来我市参加车展的房车共有两辆,展位在主席台正对面,是主办方从北京特邀而来的。

这两辆中欧奔驰房车都为银灰色,车长近6米,宽近2米,高3米左右,单从外观看很像一辆大的南京依维柯。上午10时,记者和小记者们一起登上其中一辆。许多小记者用惊奇、艳羡的目光观察着这个安在轮子上的流动的家,也深深地被里面舒适、丰富的配置所吸引。

房车也称为旅居车,它除了具有汽车的一切功能外,还为使用者提供了野外生活的一切生活便利。车上有床,可以睡觉;有厨房可以做饭;有餐厅便于就餐;有卫生间,卫生间里不仅有抽水马桶还有洗漱台、淋浴器;另外衣柜、酒柜、电视、冰箱、空调应有尽有。房车在欧美一些国家已流行30余年。两三年前,房车才进入中国市场。“这个多功能桌可以升降,全部降下后,铺开折叠式沙发,这儿就成了一张长1.8米、宽1.5米的双人床,床头柜的液晶电视可接收40多套节目。”听着技术人员的讲解,一名小记者说,“长大后我也要买辆这样的房车,带着爸爸妈妈周游全世界。”

来自杭州中欧奔驰房车公司的营销人员告诉记者,该车价位是110万元,目前房车销售市场主要是长三角经济圈的江苏、上海和浙江地区。该车车内除设有卧室、厨房及卫生间外,还配备有GPS卫星导航、多媒体视听、无线通话、无线网络,以及传真机、车载电话等办公设备等,可以满足高端客户的需求。

“房车内的生活设施堪比星级酒店,我们真是开了眼界。”“拥有房车可是一个遥不可及的梦!”参观完房车,许多小记者和家长发出这样的感慨。

香车美女夺人眼球



房车联展上,香车美女最吸引人眼球。记者 王映 摄

展会经济当大力发展

□付永奇

为期3天的“易天国际广场杯”2010春季周口大型车展暨精品房展在市区五一广场已降下大幕,这是展会经济在我市初露锋芒,但它所取得的骄人成绩和产生的巨大影响值得我们对照会经济进行思考。

在现代经济体系中,展会活动已成为经济活动的重要方式之一。在一些区位优势优越的地方,它可成为经济发展的主要推动力,被誉为展会经济。展会活动的经济功能主要表现在信息传递、供求调节均衡、创造市场机会、促进流通、价值实现与权益转移、产业与区域结构调整等。展会经济因为其投入不多、没有污染、产出巨大等特点被列为21世纪的“朝阳产业”,全球很多城市都将其列为重点发展产业,成为城市发展的绿色引擎。

在我国,无论是作为首都的北京,东北的大连,长江出海口的上海,还是南部开放城市深圳,西北地区的重要商贸口岸西安,展会产业都呈蓬勃发展之势,并给当地的经济带来不可限量的商机。如较早组织服装展会的大连服装节,目前已经形成了由服装产业带动旅游业、广告业等相关产业全面发展的良好局面。据不完全统计,我国目前每年举办的各种类型展览会超过2000个,展览总面积1200万平方米。近几年来,我国会展业年均增幅超过20%,根据专家估计,到2010年全国展览市场收入将达到130亿,社会效益近1000亿元。

我市地理位置优越,交通便利,物产丰富,市场需求极大,是发展会展经济的好地方。近年来,我市在这方面也作出了不懈的努力,先后举办了多届房展、车展、家电展、农资展等,而且我市会展活动的规模、档次一年比一年有提高,营造了规格高、人气旺的繁荣景象,带动了城市旅游、消费市场及其他相关产业的发展。

经济专家指出:“展会是现代城市的面包”,一个好的展会能对整座城市产生1比9的效应。也就是说如果展览业的收益是1,带动相关产业的收益则是9。我市举办的历届展会也证明,现代展会产业是一种投入少、社会效益高的绿色产业,经济带动作用巨大。因此,相关部门应出台相关政策,支持展会经济快速发展,为我市经济快速发展注入新的活力。

房车展采风“小记”长本领

□晚报记者 吴坤

本报讯 “这辆车怎么像房子一样?”“这款车共有几种颜色?”面对小记者有趣而直率的提问,现场工作人员一一作了回答。房车联展期间,本报组织近200名小记者现场采风,他们不仅锻炼了自己,也使房车联展现场掀起一次又一次的波澜。

10日是房车联展第二天。当日上午,北风虽然呼呼地刮个不停,但小记者们却早早来到现场采风。在房车联展现场熙熙攘攘的人群中,头戴小红帽的近200名小记者是一道亮丽的风景线。他们或拿着采访本采访车商、售楼人员,或拿着相机拍照。

车展展出的100多辆车,让小记者们目不暇接,小记者们拿起相机,捕捉到不少精彩瞬间。一来到奔驰房车前,小记者们便频频发问了:“这辆车怎么像房子一样,在里面可以睡觉、做饭吗?”“价格是多少?”“这款车共有几种颜色?”面对如此有趣而直率的提问,现场的销售人员用通俗易懂的语言一一作了回答。

每看到一款车,小记者们都向工作人员频频发问,有的还好奇地体验一番。

小记者不仅对靓车感兴趣,对楼房也表现出莫大好奇。在建业·森林半岛展区,小记者刘航在楼房模型周围转了几圈后,才鼓起勇气向工作人员发问:“你们的房子是建在森林里吗?”他的问题逗得工作人员大笑。随后,工作人员向他详细介绍了建业·森林

半岛的企业文化和居住理念。这时的刘航边记录边点头。

小记者黄磊和爸爸一起参观了很多展位。每到一位展位,他都细心地收集楼房或车辆的宣传资料,以作为回家后写文章的素材。采风结束时,黄磊高兴地说:“这次参与大型展会采访的机会太难得了,以后有这样的活动,我一定还参加。”黄磊的爸爸对儿子的表现也很满意。



市民“逛”房产商展厅。记者 陈卫东 摄