

蛇年新春第一展盛大启航

周口主流品牌汽车县市巡展首发太康

□记者 杨运栋 侯国防

本报讯 阳春三月，暖意融融。由周口报业传媒集团主办的2013春季周口汽车县市巡展将于本周六隆重启动，首站直奔太康。

据了解，在当今汽车日益贴近百姓生活的今天，以“服务百姓，促进消费”为主题的2013春季周口汽车县市巡展即将拉开帷幕。众车商及巡展的车商将携百款靓车与市民见面，这将是一场汽车与汽车、汽车与人的零距离交流盛会，也是近几年来规模最大的一次汽车巡展。

在目前汽车消费市场竞争日益激烈的情况下，为方便日益富裕起来的农村消费者购车，同时

为汽车经销商开拓广阔的农村市场，周口报业传媒集团将隆重推出2013春季周口汽车县市巡展。本次巡展首站太康，第二站鹿邑，第三站郸城，第四站沈丘。

汽车县市巡展期间，周口众多车商及巡展的车商将携百款靓车供广大市民欣赏、选购。同时，县市巡展也是为4月12日至14日的周口五一广场大型车展预热，聚集人气。扶沟、项城、淮阳、西华等地汽车巡展具体时间，将会在周口春季房车展后确定。

本次汽车县市巡展的消息发布后，就吸引了我市众多主流汽车销售商的积极参与，参展的各种新锐车型超过100辆。



资料图片

女性消费者渐成车市主角

在北京等一线城市，男女购车比例早已接近1:1。此外，由于家庭购车行为中往往最终拍板的是女性，因此车商对女性顾客的重视程度已经明显超过了男性，女性消费者渐成车市主角。

女人节临近，记者调查发现，不少商家已经有针对性地面向女性顾客推出了多种购车优惠。相关调查显示，女性车主比例已由2005年的25.3%增加到了去年的43.2%，7年多提高了近20%。

几年前男性消费者购车比例占七成以上的局面已被彻底打破，汽车再也不是男人的专利，女性在汽车方面的消费已成为汽车市场一股不可忽视的力量，是汽车厂商和经销商考虑的新增长点。

女性车主比例逐渐增大

随着“90后”日渐走上工作岗位，独立的

女性消费者成了今后最有潜力的购车人群。随着房价的不断攀升，车价的逐渐降低，更多的年轻女性开始将拥有一辆自己的车作为工作后的首选目标。

调查显示，目前在多数驾校，女性学员的比例高于男性。一位业内人士称，“这也决定了未来女性拥有汽车的比例将逐渐增大”。来自市场的反馈信息也证实了这一点，记者走访经销商后了解到，近年来单独到店看车、购车的女性顾客比例提升速度很快。

“过去到店购车的消费者中，仅有不到10%的是单独一人前来的女性车主，但现在完全不同了。”据一家广汽本田4S店的负责人透露，近年来女性车主比例上升很快，据其粗略估算，眼下他们店的固定老客户中，大概有三成左右为女性。

在东风标致、一汽丰田、上海大众等品牌4S店，记者了解到类似的情况，近两年女性车主比例增长迅速，除了工作不久的年轻女性，30岁以上事业有成的高级女白领也占比很高。而且，在所售车型外观靓丽、更受女性青睐的品牌4S店中，女性车主比例更高。

除了单独购车的女性消费者比例不断提升之外，记者在采访时还发现，以家庭为主的购车行为中，女性拍板的比例已明显高于男性。也正因如此，女性正在成为车市中真正的主角。

据京城一家长安福特4S店的一位销售人员介绍，现在家庭购车一般都是男性先做功课，在大量的品牌中选定三四款车型，然后一家人实地考察，但到了最后决定时，往往是由家庭中的女性拍板。

一家一汽丰田4S店的负责人给出了同样的答案：“目前我们店接待的客户，购车意向以家庭使用居多，他们选择车辆一般都要满足携带子女这一点，因此更多是由女性决定购买哪款车型。”

车商针对性营销

面对车市出现的女性车主增多趋势，汽车厂商和经销商纷纷开始调整经营策略，将更多注意力转向女性消费者。

据悉，目前汽车厂商在车型设计上普遍开始考虑到女性客户的需求，除了外观、颜色外，各种配置也尽量丰富，以满足女性在细节上的追求。甚至有个别厂商还专门成立了女性顾客消费心理评估小组，站在女性的视角来审视正在开发的新车型。

有数据表明，女性车主中，超过四成的人最重视车辆的外观造型，其次才是性价比和质量。另据调查，很少有女性在选车时会询问车辆的最高时速、油箱容积等较专业问题。也就是说，女性更多的是凭“感觉”去选车，汽车的外形、颜色是最能左右女性购买行为的因素。

因此，一位业内人士在总结女性购车时表示，外形时尚、靓丽，车身具有流线造型，这样的车型肯定是女性购车的首选；动力性能与操控性不需要顶级，只要能满足简单且容易的操作即可；但内饰、配置一定要丰富。不过，鉴于多数女性车主对车辆的操控往往不如男性娴熟，因此一些实用的配置还是需要关注的，特别是安全性，一定要出色。“这也是为什么近年来越来越多的女性消费者倾向于购买SUV车型。”该人士说。

事实上，各大车企在推出新车型时刻意瞄准女性消费群体，早已不是新闻，不少款就是针对女性开发的，如长安铃木雨燕、上海大众新POLO、斯柯达晶锐、东风日产骐达、广汽本田飞度等，都曾经被视为女性特征明显的车型，其中不少还被冠上了“女性车”称号。

如今，虽然女性购车需求逐渐呈现多元化趋势，但对于个性、时尚的追求，依然是女性在购车时不变的主题。那些更能张扬个性，富含更多高科技配置的车型，永远是女性的最爱。

(据《北京商报》)

广告

