

数百款新锐车型汇集市体育中心

# 2015 春季大型车展 3 月 27 日精彩亮相

□记者 侯国防

**本报讯** 3月27日至29日,周口汽车界将再掀波澜,受广大市民关注和期待的2015春季大型车展将在市体育中心隆重举行,届时,周口40余家主流汽车经销商携数百款车型参加,将为广大消费者奉献一场精彩的豪门盛宴。昨日记者获悉,截至目前,车展招商工作已经结束,各项筹备工作正在紧锣密鼓进行。

## 大张旗鼓营造声势

周口报业传媒集团主办的2015春季大型车展,旨在为打造周口汽车市场的良好消费环境,宣传展示汽车品牌及车商形象,让消费者与经销商建立一个良好沟通与互动的平台。自春节过后,主办方多措并举,提前造势,大力宣传:连续刊登宣传及造

势广告;加印周口晚报DM派单在周口市区面和街头集中发放;派专职记者对参展企业负责人专访,为活动造势;通过中华龙都网进行网上造势;在周口手机报同步宣传;在《周口日报》、《周口晚报》头版开设“10天倒计时”牌;展会前出版《2015春季大型车展特刊》。

## 汽车展位抢订一空

得知周口报业传媒集团要举办2015春季大型车展的消息后,广大车商给予高度重视和密切关注,他们抓住这一展示汽车品牌的良机,迅速行动,果断出击,积极参与,踊跃报名,有的还未签订协议就选定了黄金展位,有的还未获得厂家批准就来了个“先斩后奏”。截至目前,招商工作已经结束,汽车展位被参展商抢订一空。别克汽车、威佳上海大众、东风标致、长安福特、广汽

传祺、宝骏汽车、广汽吉奥、泰和长安、亿顺比亚迪、广汽丰田、中德上海大众、广汽本田、雪佛兰、荣威MG、长安轿车、长安铃木、一汽丰田、东风风神、雪铁龙、东南三菱、东风日产、东风风行、江淮汽车、奔腾汽车、斯柯达、长城、帝豪、长安商用、北京现代、众泰汽车、东风风神、北京汽车、奇瑞汽车、全球鹰、郑州日产、开瑞汽车、中华轿车、福迪汽车等周口主流汽车品牌已报名参展。宝马、奔驰、克莱斯勒、道奇等名车品牌以及众恒名车汇等本地名车专营店也已选定好展位。

## 商家优惠力度空前

作为周口的第一展会品牌,广大车商无不看好今年春季的大型车展。据了解,目前,已经报名参展的车商都在紧锣密鼓

地筹备,全力备战此次盛会。各商家结合各自实际,纷纷制定优惠促销措施,有的优惠幅度前所未见,有的让利幅度一步到位……另外,市民在赏车、购车的同时还能领取商家给大家准备的精美礼品。

## 精彩活动轮番登场

为营造一种热烈隆重的车展气氛,周口报业传媒集团还将组织举办婚纱摄影大赛、联通4G随手拍大赛,模特走秀等活动。另外,主办方还将在展会期间现场举办换轮胎大赛和放风筝大赛等活动,并分别设置奖项。

由于此次展会参展品牌众多,名车豪车荟萃,车商优惠力度空前,并有精彩活动轮番登场,市民一定要抓住此次良机,到现场开心逛展、开心购车。

易车指数揭示 2015 年购车趋势

## 中国用户偏爱个性车型

刚刚出炉的易车指数2014年度报告显示,中国购车用户整体消费升级的大趋势是,不仅买得起更贵的车,还愿意购买更个性、更细分的产品。伴随着更多年轻消费者成为主流,这种新兴势力对传统势力的替代,将在汽车消费的品牌、车型、价格、配置等各个层面逐步体现。

### 紧凑型车市场最成熟

易车指数显示,SUV 和 MPV 市场的火爆已经引起各方注意,尤其在消费者购车关注度数据方面,2014 年 SUV 关注指数超越紧凑型车,成为最抢眼的细分市场,也是关注指数增幅最大的细分市场。

然而,进入实际购买环节可以发现,SUV 市场的用户购车指数占比远低于关注指数。这表明在高关注度之下,持观望态度的用户比例还是较高,大量 SUV 潜在用户还有待转化。SUV 的预购倾向度低于整体乘用车平均水平,仍处在“高关注,低购买”的进化状态。反而是占比略小、增速更高的 MPV 产品,不仅关注指数增幅明显,其购买转化率也更高。

相比于 SUV 和 MPV,紧凑型车作为多年来用户基数最大、市场分布最大的细分市场,其市场发展最成熟,消费者对产品的了解和购买意愿也最为丰富,直观反映在易车指数当中,就是紧凑型车的用户买单最爽快。从销量看,紧凑型车用户买单率远高于其他细分市场,其在销量指数中的占比也远高于在关注指数的占比。

### 消费呈现两极化趋势

根据易车指数2014年度报告,目前中国汽车消费市场中,大约30%的销量来自于增购和换购用户,这种趋势在一线城市尤为明显。与此相对应的就是汽车消费升级的趋势,在全国范围内波次体现,这也是近年来中国汽车用户市场的一个基本趋势。

不过从2014年易车指数的具体指标来看,这种消费升级又体现出一些有趣的细节。在平均车价较低的紧凑型车市场,高价位车型受到追捧,关注指数增长明显;在平均车价较高的中大型车、SUV、MPV 等细分市场,低价位车型则更受关注,关注指数增长明显。可以说,目前低端车高价位、高端车低价位成为中国汽车市场消费升级的新态势。

### 自主品牌单车指数低

与实际销量情况不同,在2014年关注



牌单一车型的关注指数明显低于合资品牌。在2014年销量排行榜TOP10品牌中,仅有上汽通用五菱代表自主品牌进入榜单前十,自主品牌无论从消费者前端的关注度,还是实际成交的单车销量来看,都缺乏起到明显品牌带动作用的明星车型。因此在关注指数和销量指数两端,如何提升单车成绩,依旧是自主品牌的重要任务。

### SUV 关注度仍持续增长

面对中国用户汽车消费的种种变化,

自主品牌的嗅觉显然最灵敏。体现在消费者购车行为当中,就是在2014年SUV和MPV两个增长最迅猛的细分市场,自主品牌不仅获得了最多的用户关注比例,也实现了最高的关注指数增长。

根据易车指数报告,中国消费者“喜新厌旧”的心态依旧明显,新产品依旧是拉动消费者眼球的第一推动力。但需要注意的是,尽管蒙迪欧、CS75等新车推广初期伴随关注指数大幅攀升,而消费者购车意愿的体现则有一定的滞后性,预购倾向度则受其影响偏低。

业内预测,作为近年来汽车市场增长最快的细分市场,预计2015年汽车厂商仍会集中在SUV市场推出新产品,保持在各类细分市场中的最高增速,市场份额将进一步扩大。

(蓝朝晖)

## 易驾 SUV 瑞风 S3 6.58 万元起心动来袭!



周口龙耀江淮 4S 店

地址:周口市大庆路与太清路(原北环路)交叉口向东 300 米宏源精品汽车城内  
销售热线:0394-7861666 24 小时售后服务热线:0394-7861888