

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, 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 派单在周口市区门面和街头集中发放; 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、福田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。各商家结合自身实际, 纷纷制定优惠促销措施, 有的优惠幅度前所未有, 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, 并分别设置了奖项。

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

指数排名中, 以国别计, 自主品牌居于榜首夺得最大份额。但在易车指数细分数据中, 自主品牌的高关注度来源于更多车型的集合。2014 年, 自主品牌在售车型数量远高于德美日韩品牌。

值得关注的是, SUV 成为车型关注指数增长主力, 以长安轿车为例, 不仅 CS35 关注排名上升 18 位进入前十, 2013 年底上市的新车 CS75 更实现关注指数提升 329 位, 直接跻身关注 Top20 榜单。

然而, 如果以车型数量做平均, 自主品



牌单一车型的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任。

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)



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