

车展给车市带来哪些启示

一年一届的“快报五一车展”，今年又在经销商脸庞写满笑意中结束了。参展的经销商为什么会喜笑颜开？关键是卖车了，而且许多经销商还没少卖。东风日产在车展期间总计售车329台，即使像凯迪拉克那样的豪华车展出的第一天也卖出了5台。这样的销售业绩，在平时的南京车市不多见。

为此我注意到，除了车展本身为汽车厂家、经销商提供了一个买卖双方零距离接触的机会外，还必须承认车展上的经销商不管是卖经济型车，卖中高级车，包括卖豪华车的，面对比平时多了不知道有多少倍的意向客户，使出了浑身解数，他们的促销十分给力，于是便有了可喜的业绩。

还有一点就是媒体超出常规的推介也十分给力。而透过这两个给力，我们看到了车展给车市带来的启示。

启示一 “酒香也怕巷子深”。再好的车如果不能让准车主及时看见并了解它，也不一定能卖出。比如坐落在江宁汽车4S园的江苏淮海凯迪拉克店即使是全国最具规模的凯迪拉克品牌专营店，但由于开业不久和坐落在江宁，而并不为大多数准车主了解。但是在该店参加“快报五一车展”的第一天就卖出5辆车。显然，若想让更多的准车主了解你的店、你的车，除了参加这种以卖车为主的车展外，还必须通过各种渠道想尽办法进行推介。而一旦有了到店率，那就应该如获至宝般

对待，直至让到店率成为销售额。我在本届快报车展上看到许多品牌展台上的销售顾问非常敬业和专业，他们把每一位看车或咨询的观众都当成潜在客户，不卑不亢地接待，不厌其烦地解答。正是如此才有了东风日产、凯迪拉克那样的销量。如果我们每一个4S店的每一位销售人员，平时也能以这种饱满的精神状态，认真对待每一位上门的准车主，那么准车主中的他或她就有可能成为你们品牌的车主。

启示二 汽车媒体在车展的作为，还应该延伸到车市中去。这届快报五一车展之所以能够取得较大成功，主流媒体的汽车全媒体推介功能，不能不起到了很大的作用。这届快报车展第一次

除了运用传统媒体报纸版面之外，还运用了快报都市圈网、快报精品周刊以及快报官方微博。同时还得到了新华网江苏频道的鼎力支持。许多参展商，甚至是快报车展组委会的同志都认为，这是“快报五一车展”有史以来推介力度最大、持续时间最长、效果最为明显的一次。这届车展虽然结束了，但它让经销商和媒体人都得到了共识，那就是经销商与媒体人是伙伴关系，只有大家相互作用才能更好地服务于广大车主，因为广大车主需要更多的汽车资讯，更多客观的汽车品牌推介，包括行业监督。

启示三 汽车厂家和经销商不仅是在车展期间，拿出各式各样的优惠政策，而且还

应该在平时就把更多的实惠惠及消费者。因为类似快报举办的以卖车为主的品牌车展，毕竟一年也举办不了几次，真正的销售走量，还要靠平时一辆一辆地积累，也只有把平时的口碑做起来，那才是长久之计，是打造百年老店的根本。另外除了优惠之外，还必须保证产品质量，以及一流的售后服务等等。

总之这一届“快报五一车展”是落幕了，但车主、车商、汽车媒体人的相互作用关系还要继续。

张思远

“远”看车市

东风日产：快报五一车展让我们大卖329台



4月28日—5月1日，五一小长假，东风日产携全车系及其旗下自主品牌东风日产启辰汽车，在快报五一车展，以“1元1吨油”的震撼促销政策，大卖329台。

东风日产南京区域督导禹皓言在谈起快报五一车展时，头头是道，颇有心得。他说，近年来车展比较多，但像现代快报五一车展这样媒体主办的展会不多。作为汽车厂商，更欢迎这样直接与消费者面对面的车展活动，因为它在展示厂商品牌形象的同时，也能促进汽车的销售；作为观众，也更喜欢这样的车展，因为他们除了深度领略汽车文化，还可以与爱车进行零距离的接触，对汽车会有更直接的印象。他说，现代快报作为江苏的强势媒体，举办这样的展会正说明了其在业界的强大影响力。

“伍零大惠”，开闸放油

本次车展，东风日产震撼推出的“伍零大惠”，全方位、超低价的为南京市民打造一场购车盛宴：0首付；二手车免费置换新车，

尊享0首付无忧购车计划；0利率、0月供；车展购车更有多种零利率购车金融计划供您选择；0距离：车展期间全系主流车型全现车供应，无需提车等待；0油耗：车展期间购东风日产任何一款车型，即可获得最高达4万元的油卡补贴，买得起，更开得起！

美女·演出·百万礼油，惊喜不断

本次车展，因为有了新轩逸亮相，以及东风日产旗下全新品牌“启辰”汽车D50的上市，显得格外的热闹。美女车模、精彩演出、整点抽奖、微博互动等活动，轮番上阵，吸引了众多车迷及摄影爱好者的关注。

同时“上门礼”“留资抽奖”“订车礼”等超震撼的回馈活动，也吸引了大量客户前来订车。一位幸运获得“豪华境外游”的订车客户乐呵呵地说：一直关注东风日产，这次的优惠幅度真是让我太满意了，还得到了境外游，连我老婆都夸我，这次钱省大发了。

新轩逸、启辰D50，格外抢眼

全新轩逸主打A级车高端市场，在动力和外观上，都更加的完美。最新采用的1.6T涡轮增压发动机是一大亮点。东风日产未来推出的车型都将采用“Pure Drive”动力系统，它将最大化提升燃油效率，实现动力输出和燃油经济性的最佳平衡。

作为东风日产旗下自主品牌——启辰，其全新推出的D50，也在本次车展隆重上市。百公里综合工况油耗仅6.4L；在品质方面，D50与NISSAN品牌共线生产、共网服务，制造品质和服务品质都达到了日产全球标杆水平。

优惠持续到本周末

因车展时间有限，东风日产及其旗下品牌启辰，郑重宣布，为满足广大客户的要求，将本次车展的优惠政策，延长至本周末（即5月6日），想购买东风日产汽车的市民，可要抓紧哦。

一汽丰田：优质媒体办车展优势明显



作为江苏地区最重要的车展——2012快报五一车展已完美收官，鉴于其独特的地位和重要性，各大汽车厂商在此次盛会上展开了激烈角逐。一汽丰田在此次车展大放异彩，不仅携厂家400平方米的标准展具，还增设200平方米的洽谈区，更带来了包含旗下5款7台重磅车型的强大阵容，凭借其优异的产品实力和高品质的服务理念征服了南京的众多意向购车客户，车展期间，一汽丰田全车系车型全城热销300多台。对于如此优异的表现，南京中升丰田吴玉俊总经理将热销原因归纳为四点：充分准备，让利老百姓；车型丰富，品质完美；售后优质，服务贴心；借助优质的媒体平台。

充分准备 只为让利消费者

对于本次车展，一汽丰田南京地区协力会及丰田厂家高层领导十分重视，车展期间，一汽丰田华东地区销售经理马鹏程先生多次亲临现场为销售顾问加油鼓气。车展现场，编排了众多的演艺节目和现场互动活动，美女香车秀、变化莫测的高端魔术、激情四溢的水鼓舞等，让路过展台的人群驻足欣赏，流连忘返。现场最引人注目的还是“20000元现金任你抓”活动，在现场订车后，参与“20000元现金任你抓”活动，抓多少金额再在订单价的基础上直减，实实在在让利消费者。现场还提供免费矿泉水和冰淇淋，所有来展台客户免费无限畅享。

金任你抓”活动，抓多少金额再

优异品质 再加贴心服务

一直以来，产品的优异品质就是丰田不断孜孜追求的目标。高品质、低能耗是丰田产品的一大重要特征。从2010年7月1日起实施的全车系保修期延长为3年或10万公里，在2011年1月1日被正式确立为固定保修政策。相比目前国内绝大多数汽车厂家采用的2年或6万公里保修政策，一汽丰田此举既包含了一种回馈消费者对丰田品牌长期支持的感恩心态，更体现了对丰田商品自身品质的绝对自信。

通过优异的产品实力做保证，再结合高品质的服务理念，这正是——一汽丰田能够绽放南京快报五一车展的主要原因。而此次现代快报利用报纸版面、网站以及iPad全媒体合力对本次车展的连续报道，也对车展的人气和销量起到了至关重要的作用。对于优质媒体办车展的能力和效率，经销商们无一不啧啧称赞。

参展品牌有话说

(紧接B31版)

这些均让观众和参展商感到满意。江苏天泓诚二手车总经理王宁在车展结束当日，便兴奋地告诉记者，尽管车展期间遭遇雨天，但销售情况依然良好。当场便有两位读者现场提车，还有近十人表示出购买意向并前往店里询问购车。他说，正是由于目前消费者对于购车的理性需求，以及媒体的积极引导，才会让二手车的交易也能在车展同样“出彩”。

江苏万帮北京现代店销售经理刘伟在接受现代快报与新华网

江苏频道现场联合采访中表示，本届快报车展可谓是让南京广大的汽车经销商在冷淡的市场行情下，感受到了最给力的一抹灿烂阳光。快报的这次车展无论从品牌宣传还是实际成交量来看，我们都是很满意的。场地与各方面安排合理，让我们感受到了这次车展较大规模与级别。从社会广告效应来看，现车购车气氛良好，不断的互动节目，让消费者领略北京现代品牌文化以及江苏万帮的企业文化与服务。4天，江苏万帮北京现代卖出了118台新车，现场人流量比我们预

计的要多，赠品一度供不应求。感谢快报与众多合作媒体单位的努力，感谢广大的消费者对万帮一如既往的支持与信赖。

此外本届车展组委会还在车展的各项服务中力求做到细致化、人性化、贴心化。除保证每家参展商价格确实优惠之外，还与宏图三胞、中国电信南京公司、中国联通南京公司等，共同为现场订车市民准备了价值50万元的订车大礼，并为每位参观观众免费提供矿泉水。快报汽车部还在车展期间推出了“谁敢坑你，我们就‘坑’谁”的

“96060汽车维权热线”，成为广大车主进行汽车消费维权的娘家人。同时，首次组建的快报汽车拍客团也为广大摄影爱好者提供了一个交流与互动的平台。而快报汽车部也与快报商业部、数码部等部门进行资源整合，与招商银行、建设银行、中邮储银行等金融机构进行合作，为消费者车展现场贷款买车提供方便。此外还携手快报《爱周刊》“现代红娘”，实现跨部门合作，将一场别开生面的观众互动节目“现代红娘精品交友会”引入快报五一车展，获得市民首肯。在活动当天，

60多岁的市民许大妈就告诉记者，他们一家三口今天来看车。但是她她对车并不感兴趣，没想到车展里还有相亲大会，各有所乐。

当然本届车展也有不尽如人意之处，某些参展商的音响太吵，让消费者难以用理性的思维去考虑买车。参观过本届车展的沈先生就坦言，“车展上喧闹的人群，商家嘈杂的宣传，最让自己受不了，没有办法理性地去思考买哪款车。”这也为下一届“快报五一车展”做得更好提出了要求。

张思远 付蕾 汪庭竹 文/摄