

本报秋季精品车展圆满落幕

两天卖了 326 辆车,别克是最大赢家

本报枣庄9月4日讯 (记者 徐萌)9月4日下午,为期两天的2011齐鲁(枣庄)秋季精品车展圆满落下帷幕。本次车展现场,销售量达到326辆,达成意向的为200余辆。截至记者发稿时,销售量还在继续

上升中。

从3日开始,枣庄市中区光明广场就成了一片靓车的海洋,各个车辆展区更是人头攒动。别克、东风悦达起亚、广汽丰田、一汽丰田、东风本田、奇瑞、吉利、马自达等21个汽车品牌、上百

款车型争相斗妍,其中部分新车也首次在车展上揭开了神秘的面纱。

据了解,此次展会无论是合资品牌还是自主品牌,各个展区都使出浑身解数来吸引到场的市民,一位国产自主品牌的销售

经理说:“通过车展,我们在直接促销的同时,更注重宣传品牌和车型,并采用抽奖打折的方式吸引客户,从目前的情况来看,已经在车展上吸引了众多消费者的目光。”

据悉,在本次车展中,销售

量最高的是别克汽车。别克商家销售代表说:“本次车展,我们部分型号的商品已然售罄。市民目前只能先下订单,但是提车时间会推后。我们公司正准备补充货源,以求满足更多用户的需要。”



一位汽车销售人员正在向顾客介绍车的性能和情况。见习记者 赵艳虹 摄

>>>现场花絮

车展未开场 已卖三辆车

9月3日上午,在市中区光明广场,由齐鲁晚报主办,齐鲁晚报·今日枣庄承办的“2011齐鲁(枣庄)秋季精品车展”盛大开幕。21家品牌经销商带来100多种车型同台展示,现场参观的市民大呼过瘾,甚至在车展

还未正式开始就已有车售出。

展览现场人潮如织,市民对家庭轿车的强劲需求再一次得到证实,据记者了解,对普通家用型轿车、商务车的需求仍是消费者的主流,大部分市民的心理价

位集中在10万元左右。现场参展商的让利幅度从5千到6万元不等,极大地激发了众人的购买欲望,车展首日各种品牌销售都很火爆。

在雪佛兰的展位,车展还未正式开始,就已经有三

辆车被订购,报喜的鞭炮声响个不停。“今天我们来了10个人,但还是有点忙不过来,刚开始市民还比较谨慎,以咨询的居多,随着活动的继续,买车签订合同的消费者越来越多。”

本报记者 袁沛民

买到心仪车 又中车载冰箱

在车展上,市民吕先生以优惠的价格购得一台别克凯越轿车,还在抽奖活动中一举抽中了一台价值近千元的车载冰箱。

9月3日一早,吕先生来到了别克轿车的展

区,在很短的时间内他便选购了一款车。购车后,吕先生参加了别克商家所举行的抽奖活动,更令他开心的是,他意外地抽到了特等奖——一台车载冰箱。

“今天的收获太大了,我以便宜的价格购买了爱车,最令我开心的是,还抽中了车载冰箱,这个奖品可是我梦寐以求的奖品。”

据悉,此次车展活动的

参展商针对购车者,均有特价车、吉祥号车牌、车饰等抽奖活动可以参与。另外,参与车展活动的市民,无论购车与否,均有机会获得车展准备的精美礼品。

本报记者 徐萌

>>>记者观察

小排量轿车受青睐

随着“低碳”概念的持续升温,考虑到“出行”次数的增加和油价的上涨,购车族对“节油低碳”的因素考虑的分量在加重。

在2011齐鲁(枣庄)秋季精品车展现场,很多前来购车的市民将目光锁定在小排量环保型轿车。4日上午10点,随着一阵噼里啪啦的鞭炮声,市民邱先生购得了一辆奇瑞风云轿车。据了解,邱先生前来车展现场选购车辆前,便看中了奇瑞风云轿

车,当询问他购买该款车的理由时,他说:“购买小排量的车的主要原因是省油、低碳,现在都在倡导低碳环保,技能省油又能保护自己的家园,何乐而不为呢?”

据了解,此次车展,很多参展商推出了低碳环保的小排量轿车,受到了市民的青睐。从另一方面理解,很多市民的购车理念也在悄然发生着转变,从追求品牌效应已然转为低碳环保的理念。

(记者 徐萌)

国产车火拼合资车

“首付仅需5万元,豪华车开回家”、“降价幅度高达2万7、还大礼等你来拿”……在各个品牌车的展位上,各种优惠活动让市民眼花缭乱,车商的价格大战更让市民应接不暇。

在车展上,合资车和国产车竞争激烈,商家各出高招吸引顾客。“我们每辆车几乎都没有什么利润,参加车展就是为了销售出更多的车,占有更大的市场份额。”一位参展的合资车经理说,他们竞争的最大优势就是价格。

近几年来,国产品牌的车型越来越丰富,市民可选择的余地越来越大。在车展上,国产车型的数量与合资品牌基本相当。“我们现在买车越来越理性了,不单纯地看品牌和价格。”市民吴先生说。

业内人士表示,在部分国产车型的性能大幅度提高,达到可以和合资品牌的性能叫板的情况下,国产车型价格上更具优势,越来越多的消费者选择了国产车型。

(记者 袁沛民)

