



透过车展看趋势,车市发展方向愈加清晰

2021齐鲁国际车展呈现四大亮点

9月6日,为期五天的2021齐鲁国际车展在山东国际会展中心落下帷幕,透过车展看趋势,整个车市的发展方向也愈加清晰。跟历届车展相比,本届车展给人的整体感觉是,各个品牌迭代换新的步伐更快了。随着环保政策的从严收紧,无论是传统汽车厂家还是新兴科技公司,都开始重金布局新能源汽车赛道,而层出不穷的车型则不断刷新着人们的认知,给消费者不断带来惊喜。

同时,各大汽车品牌除了拥抱时尚元素,二孩及三孩政策下,六座、七座车型也成为各品牌纷纷布局的赛道。



车展最后一天,络绎不绝的市民在抓紧时间看车订车。齐鲁晚报·齐鲁壹点记者 戚淑军 摄

齐鲁晚报·齐鲁壹点记者 马辉 朱洪蕾 杨璐 田汝晔 李静

亮点 1

新能源车,占据各展区C位

走进齐鲁国际车展观展的市民肯定会有同样的感触,就是与前几届车展相比,燃油车虽然依旧是车展主流,但是不得不向新能源车让出最好的展位。

本届车展,除蔚来、小鹏、理想、上汽大众纯电、上汽R、比亚迪新能源、一汽-大众纯电SUV、赛力斯等诸多新能源汽车品牌齐聚之外,极氪、极狐、天际更是首次在山东亮相。可以看出,整个行业都在朝向纯电动化的方向迈进,“油改电”的策略渐渐被纯电动的大势所覆盖,以大众为例,在短短半年时间内推出其第三款纯电动量产车型ID.6,其他合资品牌也均有纯电车型作为主推产品亮相车展。

尤其是以比亚迪、极氪、极狐等为代表的本土汽车厂家,均在本届车展带来了各自的新能源力作,整个新能源汽车的市场变得多元化,消费者的选择也变得更多,未来的新能源车赛道的竞争会变得更加激烈。而品牌、品质、安全性等方面的成熟度,也将是考量这些车企的关键。

在未来,还会有更多的科技公司、互联网公司涌入新能源车这一赛道,以小米、格力等为代表的新能源汽车,也将在不久加入到这一竞争十分激烈的赛道中来。

亮点 2

时尚来袭,锁定两大人群

时尚,亦是本届齐鲁国际车展的关键词之一。从阿斯顿·马丁、保时捷、玛莎拉蒂等豪华车多彩的“外衣”,到国产品牌不断提升“天花板”高度的新锐车型,再到各大品牌潮流引领的展区元素,整个车展更像一个大型的时尚秀,只不过主角除了

靓丽的车模外,更是这些展示于聚光灯下的新车型。

据主办方介绍,本届车展仅首次亮相山东的各色新车型就接近50余款,其中不乏大家争相追逐的热点车型,例如奔驰全新C级、广汽丰田赛那、极狐阿尔法S华为HI版、极氪001、天际ME5、长城小野猫、比亚迪海豚、上汽大众新帕萨特、新途观L等,每一款车背后都有着忠实的追随者。

而各家主推的车型和打出的宣传,以及在现场推出的各色促销活动,很多都在突出一个“新”字,这恰恰也迎合年轻一族和女性群体的好感。欧拉品牌的“猫”系列,每一款产品都契合着不同年轻女性的用车需求,名字俏皮而有趣,产品的细节也都围绕着不同年轻女性的细节来打造,满满的公主范儿。而北汽Jeep、魏牌等品牌所展出的车型,不少则抓住了年轻男性追求自由、释放个性的特点,外观硬朗大气,还留有众多的改造空间,赢得不少人气。

此外,作为城市通勤新宠,酷炫“大玩具”,越来越多的年轻一族开始把目光朝向帅气十足的摩托车。本届车展上,唯一的摩托车参展商BK2销量再创新高,总共订车58台。

可以说,未来的车市,针对不同消费群体的竞争更加细分、下沉,汽车厂家在智能化、时尚化、年轻化的方向上所下的力气也越来越大。

亮点 3

顺势而为,为家庭新需求而生

随着我国二胎政策的执行和三胎政策的落地,家庭的第二辆车的消费潮正在起势,而这一轮趋势则正在慢慢燃起了六座、七座车型的家庭消费热潮。六座、七座车型也不仅仅是商务用途,而要格外考虑家庭用车需求,尤其是“保姆车”的需求,在本届车展上,众多参展的车型和观展市民的“高度围观”,就足以证明这一点。

本届车展上,国产化的广汽丰田赛那

成为流量车型,很多周边城市的市民也慕名前来体验试驾,近距离了解细节。丰田赛那是一款大中型MPV,车身宽大,内部空间充裕,再加上其亲民价格,让很多二孩、三孩家庭不由心动。这也彰显了本次车展所释放的一个风向标:六座、七座车型的家庭消费热潮正在快速酝酿之中。与此同时,其他品牌的MPV也不甘示弱。

“三孩政策是对车市的重大利好,蕴含结构性增长的机会。多生孩子的家庭需要买大车,特别是七座车。”乘联会秘书长崔东树表示,中国车市是以中青年消费群体为主,尤其是30岁到34岁的群体,未来会逐步走向中老年消费为主的市场。而目前,我们的入门级车型增长相对放缓,高端车型增长相对较快。三孩的推进,对车市相对来说是结构性增长的机会。

亮点 4

车展价值,更在于培育新消费理念

截至目前,人气持续高涨的第四十四届齐鲁国际车展已落下帷幕,本届车展可谓收获满满,也正式拉开了齐鲁车市“金九十银”销量大战的序幕。

自1999年至今,齐鲁国际车展逐渐形成了“三小时车展圈”,在齐鲁大地,“买车就到齐鲁车展”已经深入人心,齐鲁国际车展已经成为整个山东车友的盛会。

更为重要的是,车展的价值并不仅仅是“搭台唱戏”、展示新车,更重要的一点是,齐鲁国际车展以“引领汽车时尚生活”为主题,恰恰抓住了当下人们追求美好生活、消费升级的需求,不断赋能美好生活,培育新消费理念,让更多的山东车友在车展上洞察车市新动向,在同台展示的千款车型中,选择适合自己的那一款。

每一届车展都会衍生很多的话题,让人回味无穷;每一届车展都会给我们带来许多新鲜和惊喜,让人为科技进步而感叹。

下一届齐鲁国际车展注定会更加精彩,值得期待!

相关新闻

齐鲁晚报·齐鲁壹点 记者 朱洪蕾 马辉

9月6日,为期五天的2021(秋季)齐鲁国际车展暨第四十四届齐鲁国际汽车展览交易会,在山东国际会展中心圆满落幕。

历时五天的齐鲁国际车展,每天都吸引上万名市民参观,车展后三天,虽然天空一直飘着雨,却没有拦住市民观展和购车的热情。

“一进会展中心,就看到好几辆坦克300在那儿停着,挨个看了一遍,进展厅后又有好几辆”,市民赵先生在车展上购买了一辆坦克300,“现在就希望能早点交车。”

“下雨顶多出门晚点儿,该来买车,还是得来买。”一只手提着参展商赠送的订车礼品,另一只手提着主办方赠送的订车礼品,李先生说道,“之前早就看好了一款车,趁着车展期间价格便宜就来了,而且赠送的礼品多,还有一些金融礼、置换礼、终身保养之类的,来车展买车很划算。”

孙女士一家选择在周日带着孩子来车展,“孩子周末在家没事,带着出来玩玩,也看看车,涨涨见识。”孙女士说道,“孩子进了展馆就撒了欢。天气不好,没想到人还不少。”

“下雨对于观众前来展馆看展的热情影响不大,反而有不少人觉得因为下雨,来展馆的人会更少一些,专门趁着下雨来看车展。”主办方一位工作人员介绍,“为了满足大家的观展需求,我们周末还专门向会展中心那边申请了延迟闭馆时间。”

络绎不绝的参展观众,为参展商带来一笔笔订单,多个汽车品牌成交量突破上届车展数字,如北京现代获得668个订单,东风日产获得619个订单……

摩托车销量同样创新高,58台,作为唯一的摩托车参展商,这是BK2在齐鲁国际车展卖出的摩托车数量。仅齐鲁国际车展最后一天,就有16个订单飘向BK2展台。

2021(秋季)齐鲁国际车展的盛大举办,获得了参展商和参展观众的一致认可。上汽大众山东销售服务中心市场总监梁峰表示,齐鲁国际车展历经20余年,已成为山东地区标杆性车展,更是山东消费者选车、购车的风向标。上汽大众致力于打造标杆车展中的标杆品牌,共同为齐鲁车市,为广大消费者奉献一场最精彩的购车盛宴。

多个汽车品牌成交量超上届

2021(秋季)齐鲁国际车展圆满落幕

您的中秋礼品准备好了吗

济泉黄岩蜂蜜是您不错的选择,8折优惠,活动期间:9月1日—10月7日

自己吃好蜜,送别人也要送好蜜,这样才是做人表里如一在送礼上的真实体现。——王依增



品、保健品等有助于健康养生的产品。“的确如此,逢年过节,来购买蜂蜜的顾客都会大幅增加。蜂蜜的好处众所周知,老少皆宜,非常适合节日走访。”济泉黄岩蜂产品开发有限公司董事长王依增表示。

“喝蜂蜜,认准济泉黄岩”,这是扎根济南50多年的济泉黄岩蜂蜜打下的金字口碑,拥有了5万多名忠实粉丝。人们越来越意识到健康饮食的重要性,越来越多的年轻人开始加入到济泉黄岩蜂蜜的会员队伍中来。王依增说,这些年轻人中,有些老顾客的孩子,被亲切地称为“蜂二代”或“蜂三代”,也有许多慕名而来的新顾客。

在此也提醒消费者,选购食品时要确认它是否是正规企业的产品,不要受华丽的包装或低廉的价格所诱导。

其实,济泉黄岩蜂蜜被运到生产加工车间到进入市场,中间还有非常严格的加

工流程:原料抽样检验——过滤灭菌——真空净化——预包装——检验成品,整套工艺完全在封闭的流水线下完成,严格按照食品安全“四个最严”要求,认真执行我市食品标准管理制度,亮标承诺,对标生产核标检验。

电话:0531-82717024 82861416
公司总部:济南市市中区英雄山路84号鲁润名商广场一楼(北排东首)
二七店:济南市市中区英雄山路35-5(黄河大厦,原保健品市场对面路西)
益康超市、银座超市、大润华、华联超市活动内容以各店自行规定为准。