

占据天时、地利、人和

# 烹制春季第一场购车盛宴

## “2008年春季郑州住交会暨第五届郑州春季汽车展销会”即将开幕

按照惯例，每逢春节过后汽车市场销售将会进入到一段相对低迷的阶段，直到五一前一股强有力的消费潜能才会蓄积而成，作为汽车经销商如何撬动淡季汽车销售将成为商家全年制胜的关键所在。鉴于此，作为郑州地区最具影响力的主流汽车媒体《郑州晚报·第一汽车》将在3月13日~16日在郑州市黄金地段经三路华润万家广场举办“2008年春季郑州住交会暨第五届郑州春季汽车展销会”，为汽车经销商撬动淡季销售吹响集结号。 晚报记者 陈娟

### 天时

#### 撬动节后汽车市场第一桶“金”

尽管春节前火爆的汽车市场消化了一大批购车力量，但从目前市场情况来看，消费者已经逐步成熟起来，已经学会“择机”购车，一些“在行”的消费者更是看准了年后车市低谷期的市场间隙，所以此时举办车房联展是撬动节后淡季市场最快捷有效的途径之一，更有望创造出节后汽车销售的又一高峰。

据了解，2008年春季郑州住交会暨郑州春季汽车展销会是郑州晚报新年开局重磅推出的一道盛宴，让汽车与房产这生活中的两大主题同台争辉，以郑州住交会的火爆热销带动淡季汽车市场销售。而本次春季车房联展将继承往届车房联展的成功经验，汇集目前市场上主流品牌中的畅销车型参展，并严格执行参展“准入制度”保证展会质量，通过对前期报名企业信誉、服务水平、软硬件设施、无不良记录等几个方面的审查，最终筛选出市场一线品牌及在郑州最具知名度和美誉度的汽车经销商参展。

不仅如此，所有参展企业在展会期间还将制定出“展会优惠价”，旨在让消费者得到最大实惠的同时也为企业自身赢得更多商机。

### 地利

#### 黄金地段吸引全城关注

举办如此大规模车房联展，会展地点将成为保证人气指数的重要因素之一。据了解，2008年春季车房联展在选址上可谓用心良苦，既要照顾市民观展交通的便利，还要考虑如何汇集最有效的潜在消费群体。为此，本次展会特选定郑州人流量最大、市民关注度最高、企业机关最集中的黄金地段——经三路华润万家广场。这里交通便利，近二十多条公交线路在此串行，最大限度保证了市民观展出行便利。不仅如此，经三路已经形成郑州主流商圈，更将为本次展会汇聚到一批高消费群体。

### 人和

#### 车房消费不谋而合

如何吸引更多消费潜力观展并最大限度刺激购买力的生成将是展会成功的关键所在，为此郑州晚报倡导的“车房联展”形式，让汽车与房产这两大生活主题的消费群体不谋而合。

首先，汽车与房产作为百姓生活中最重要的两个载体，在奔向小康的人们身后扮演着无可替代的重要角色。毫无疑问，对大多数中国城市的居民家庭来说，房子和汽车在未来相当长的一段时间内都将是两个最重头的消费大



资料图片

件。在车与房的消费群体中，二者重叠的区域正在加大。这也是业界开始越来越重视车房营销互动这个话题的现实依据。尤其是在当前车市处于一个相对低迷的特殊时期，以房产热销带动汽车销售已然成为汽车经销商撬动淡季销售的主流渠道，也是提升品牌、树立企业形象的大好契机。

其次，根据郑州晚报2007年春、秋两季车房联展的成功经验分析来看，消费者对车房联展这种全新的展会形式充分认可，而展会销售

此外，在本次春季车房联展期间本报还将推出一系列“汽车消费主题报道”，详细介绍参展品牌、车型、企业的优势及特色，以多层次、多角度、更广泛、更强势的宣传力度推广每一位参展企业及品牌。

数据也再次证明房产消费群体给予汽车销售业绩的提升。而作为2008年新春大戏开场的车房联展，预计本届车展人流量将达到20万人次，为经销商汇聚广泛商机。

2007年春秋两届车房展的成功，着实让我们对汽车与房产的营销互动有了全新的认识，一个车房营销互动的时代已经到来，好戏刚刚开始。让我们期待2008年春季郑州住交会暨郑州春季汽车展销会联手开创的新精彩。

年将通过稳定价格，提升品牌、品质、服务来综合满足新一轮的消费需求模式；并通过优化网络质量、提升策划能力、升级运营管理、创新服务体系和实施异常管理五大举措，使奇瑞在河南的核心网点更加稳定，渠道经营能力进一步提升。 陈仪

### 昌河铃木 1月销量全面飘红

车市动态

近日，从昌河铃木获悉，虽然受到南方冰雪的阻碍，大量新车无法及时发送到客户手中，但是2008年1月昌河铃木销售业绩仍然全面飘红。据昌河铃木销售部统计，1月份，昌河铃木的终端销量达7875台，其中，小型轿车代表“北斗星”终端销量6143台，比去年同期增加了2161台；利亚纳1月销售同比比去年同期增长14.3%。年初的捷报频传为昌河铃木2008年的快速全面提升赢得了良好的开局。

秉承“小、少、轻、短、美”的设计理念，昌河铃木坚持小排量大市场的产品战略，其生产的小排量汽车利亚纳、浪迪、北斗星或以大空间、实用性、安全性，或以灵动多功能性、良好的操控性，或以优异的节油性、丰富的配置分别堪称经济型轿车、MPV、微型轿车领域的代表车型。

岳伟华

### 河南骏驰 “养护课堂”受车友欢迎

2月24日上午，每周一次的河南骏驰“养护课堂”在骏驰车友俱乐部如期举行。讲解员先是给大家讲解了一些关于凯美瑞轿车的保养期和保养内容，接着给大家介绍了一些车主们平时在开车前和长途行车中对车辆的检查和保养问题。

坐在最前面的一位车友拿起笔细心地作起了笔记。他说，“养护课堂”几乎每次都来听，平常上班比较忙，刚好这个时间来听课，一则可以放松心情，另外还能学到一些保养车辆的知识，可以说是一举两得。

刘瑞红

### 比亚迪 F3 优惠万元

日前，比亚迪汽车在奥运年新春亮相营销第一招，即日起，比亚迪对部分热销的F3车型实行价格优惠，F31.8L旗舰型市场售价由原来的10.58万元优惠至9.58万元，优惠幅度达万元之巨，国内春季中级车市营销战随之引爆。

令人关注的是，火爆热销的F3白金版驾驭型售价也从原来的6.68万元优惠至6.08万元，优惠幅度达6000元。而F3系列车型中F3白金版豪华型和实用型则没有价格优惠。

比亚迪汽车销售公司表示，此次优惠活动是为了在奥运开年之际回馈消费者，冲击月销量新高度，以更好的品质，更高的销量，更快地发展成就F3世界级英雄车的地位。

鲁琦

### 凯迪拉克 混合动力车成为明星座驾

作为美国文化的象征之一，豪华车品牌凯迪拉克每年都会向荣膺橄榄球大联盟至高奖项——MVP（最有价值球员）的选手奖励一部凯迪拉克。

ESCALADE凯雷德是凯迪拉克家族中的传奇之车，凭借与生俱来的王者气势，成为无数人的梦想之车。今年底特律车展凯迪拉克ESCALADE推出双模混合动力车型，是迄今为止全球第一辆运用双模混合动力的全尺寸豪华SUV，也是凯迪拉克品牌在豪华车领域一次具有革命意义的突破，树立了豪华SUV车型向节能环保发展的新里程碑。 陈洁

## 品牌服务双升级 08 奇瑞河南再发力

近日，“奇瑞2008河南媒体团拜会”在郑州举行。河南省各主流媒体的记者参加了本次团拜会。奇瑞公司相关负责人亲临会议现场，与媒体朋友们共同回顾了奇瑞2007年在河南的表现和走过的历程，并对奇瑞公司在河南区域的发展前景进行了展望。

2007年奇瑞汽车在河南区域表现突出，全年销量为15126辆，汽车市场占有率8.3%，位居第三位。

在此次团拜会上，奇瑞相关负责人表示，2008年奇瑞的河南之战可谓任重道远；奇瑞今