



懂车
鹏哥

汽车消费热线 82888000

青岛车展大数据出炉

高大上「展示」 接地气「带货」

5月3日,历时6天的青岛国际车展正式闭幕。车展恰逢五一假期,观展人数创下最高纪录。更让人振奋的还是成交量,来自车展主办方的统计数字,现场成交再次破万,达到了创纪录的12700台。今年一季度以来,国内汽车市场掀起了一轮又一轮的疯狂降价和补贴狂潮,但并未取得预期的刺激效果。消费者对降价幅度期望值越来越高,开始观望进入持币待购状态。而这次车展凭借超强展出阵容和前所未有的优惠,彻底打破购车者的观望情绪,让汽车行业迎来强势复苏。除此之外,青岛国际车展承担的不仅仅是买车卖车的功能,还让参展者体验到更多的汽车生活,传递汽车文化,展示汽车内涵、汽车品牌文化、车企最新科技,更展示出整个汽车业内的动态、发展方向。通过本届车展热销车,我们也可以清楚地发现青岛人在汽车消费方面的偏好。



青岛国际车展上,消费者的选择更个性,更多元。

数读车展

42

车展开幕首日,32场新闻发布会,共发布品牌新车42款。包括蔚来ES6、别克E5、广汽传祺E9、魏牌蓝山、哪吒GT、东风Honda HR-V、沃尔沃新款C40、比亚迪海鸥、一汽红旗H6、林肯全新一代航海家、上汽大众新途岳、起亚赛图斯、长安马自达CX-50、吉利博越cool、长安汽车第三代cs75plus、全新一代路虎揽胜运动版、岚图追光、一汽奔腾M9、广汽本田十一代新雅阁、长安福特锐界L、2023款欧拉好猫GT、一汽丰田新荣放、智己LS7、哈弗枭龙……众多车型都是刚刚在上海车展发布的,第一时间出现在青岛车展现场。

60%

以“绿色,未来之路”为主题,青岛国际车展见证了新能源汽车从占比两成的初具规模,到占比超过五成的开枝散叶,车展现场的展示规模也在连年提升。今年车展发布新车中,新能源占比超过60%。参展品牌中,比亚迪、睿蓝、一汽-大众新能源、上汽大众新能源、广汽埃安、深蓝汽车、理想、奔驰EQ、阿维塔、智己、蔚来、极氪、蓝电汽车、欧拉、零跑、雷达、AITO问界、小鹏、沃尔沃新能源、哪吒、极狐、腾势、飞凡、岚图……二十余个新能源品牌携旗下最新科技产品亮相。车展现场,阿维塔11、小鹏P7i、智己LS7、极氪X、哪吒GT等全新车型一经亮相,迅速吸引年轻人视线。

12700

6天展期,共成交12700台,青岛国际车展作为青岛参展品牌车型最多、展出面积最大、规格最高的车展,不仅展出车型全,同时也是厂家最为重视的展会。车展特价成为展会大卖的重要驱动力,让青岛车展成为国内“带货”能力最强的车展之一。

生活化 买车不只为通勤

2023年青岛车展现场,消费者最爱什么功能的车型?

车展上,一个最明显趋势是,MPV和SUV的销量明显高于其他车型,而这也从侧面反映,车主对于汽车用途的多元化。“买这辆车主要是为了出去露营,后备厢能全放平,放个充气垫就可以睡在车里。”在车展现场,来看车的孙先生告诉记者,他选车一个重要标准就是后备厢放平后能躺得下一家三口。“儿子今年4岁,我希望能带他出去辨认星座,去看萤火虫。”按照他的设想,一辆车除了能满足上下班的需求之外,更需要承担起孩子认识世界的作用。用一辆车来实现露营的效果,成了很多购车者的新需求,很多展台也抓住了这一场景,例如别克展台,就把刚刚上市的E5布置成了“房车”样式,而别克GL8更是通过遮阳棚打造精致的露营区。

当然,不仅仅是露营的需求,高科技也让很多车型具备了更多用途。例如在智己展台,一个零重力座椅被单独展示。“我们这个座椅模拟的是宇航员升空时座椅的角度,对人体的压力最小。”展台工作人员告诉记者,这样的零重力座椅,可以用最放松的姿势来完成长途旅行。它最重要的应用场景,还是工作日的中午,你可以去车里美美地睡上一觉,可以说这样场景化的用车模式更受青岛购车者的喜爱。

平民化 买豪车压力变小

2023年青岛车展哪个展馆最热闹?当然是豪车展馆。

和以往很多人看热闹不一样,这次很多人是真的掏钱买。“车展6天的销量抵得上我们过去一两个月的销量。”在路虎展台,销售人员告诉记者。同样在奔驰、沃尔沃等展台,几十人的销售团队依然无法应对突然涌入的购车人群,常常需要一个销售顾问同时接待好几组顾客。

促使高端品牌受宠的主要原因,除了消费者购买力提高之外,由新能源汽车带来的影响也明显增大。为全力抢占市场份额,各品牌不惜透支营销资源、品牌资源和企业实力,压低产品价格,使终端销售出现罕见的大幅优惠。奔驰、奥迪、沃尔沃、路虎市场优惠幅度纷纷加大。据了解,此次车展最大的优惠就是来自豪车,其中路虎展台某SUV车型综合优惠已超过了15万元,26万元就可以入手一辆中型SUV。而在林肯展台,32万元可以买到一款中型SUV,还是拥有超大液晶屏幕的标准配置车型,这样的性价比让很多青岛购车者心动。

个性化 选车型不再扎堆

2023年青岛车展哪款车卖得最好?这似乎很难找出答案。

过去车展总有一两款旺销车型异军突起,显示出聚合效应。但今年的青岛车展,旺销车型却变得非常分散,个性化让很多车型分别在自己的领域大放光彩,但很少有一款车能满足所有人的胃口。例如在哪吒展台,一款双门跑车哪吒GT受到年轻消费者的追捧。这款车拥有经典的双门跑车造型,3.7秒的百公里加速,不到20万元的售价,车展上让很多年轻人拥有了人生第一台跑车。当然这台车无法打动家用车的用户群体。

而在魏牌展台,魏牌蓝山首次亮相,这款车拥有宽敞的第三排空间,同样得到很多二孩甚至三孩家庭的青睐。比亚迪海鸥,作为一款代步电动小车,用较低的价格来满足基本出行需求,在展会现场,这款车明显受到年轻人和老年人的青睐。年轻人希望买一款小车开着上下班,很多老年人要满足接送第三代的需求。

相比之下,很多特点并不突出的普通轿车,在展会上却鲜有人问津。探究这一现象的原因,现场一位购车者给出了答案,这次展会他是来选购家庭的第二辆车,“第一辆车能满足基本需求,那第二辆车就需要满足一些个性化要求。”这位购车者告诉记者。



扫码关注懂车鹏哥