

活动3天销售汽车312辆，客流量超7万人次 西部惠民车展暨西部消费文化节落幕

■ 本报记者 林书喜

5月10日下午6时，为期3天的2020第四届西部惠民车展暨消费文化节圆满落幕，汽车展区共卖车312辆（含摩托车），为历届之最；市县农副土特产品展区也收获满满。与此同时，活动3天共吸引超7万人次前来逛展，部分酒店全部被参展商和游客“占据”，极大带动了儋州当地消费。

活动主办方海南日报报业集团充分发挥旗下媒体矩阵优势，在活动前期大力宣传，加之车商优惠力度空前，从而激发了西部消费者的购车热情。儋州、临高、白沙等市县的特色产品经过活动大力宣传，也进一步广为人知。

展会活动为儋州西部消费中心建设注入了强劲动力。



第四届西部惠民车展暨消费文化节上，展商与消费者交流互动。

各车型优惠力度空前

活动期间正逢高温天气，依然挡不住市民前来看车的热情。5月10日下午，那大突然乌云密布，但仍有不少市民前来看车，各个车行的销售代表卖力地介绍自家的新车。

据介绍，本次展会参展的车商多达50余家，参展的新车型超过200款。既有奔驰、宝马、沃尔沃等高端品牌，也有日产、丰田、本田、大众、现代、起亚等深受消费者欢迎的合资品牌；参展的车型既有市场上成熟的、口碑好的车型，又

有今年上半年新推出的车型，吉利几何、广汽新能源、威马汽车、哪吒汽车等品牌也精心安排了多款新能源车型参展，为西部消费者带来更节能环保的购车选择。值得一提的是，宝马摩托与川崎摩托也首次参加西部车展。价格上各家车商均给予了最大优惠，除低折扣外，还给予各种补贴，真正给出“全民购车、全民底价”的购车实惠。

奥创集团儋州4S店是本次展会最大的参展车商，共带来起亚、一汽大众、

奇瑞、中兴皮卡、Jeep等5个汽车品牌30多款新车。其中奇瑞新能源车除政府直补1万元外，医护人员、教师、军人等购车还可享受厂家的1万元补贴优惠。“相当于直接省下两万元。”该集团儋州4S店总经理符应添说，自公司2008年入驻儋州以来，前三届西部车展公司都有参与，且每一届销量都很好，因此本次展会该公司一口气安排30多款新车参展，第一天就售出5台车。

符应添说，作为公司主打品牌，起

亚各车型在价格上诚意十足，此外凡是疫情防控一线工作人员购买，折扣基础上还可再减5000元。

别克英朗也是市场上深受消费者喜爱的欧美车型。“起步价11.89万元，还直接优惠4.5万元，7万多元就能把英朗开回家。”海南安骅集团儋州4S店总经理郭仁章说，本次展会该店精心挑选了英朗和昂科威两款车型参展，这两款车型也是海南本地销售最好的车型。

展商首次参展尝到甜头

车价优惠巨大，激发了市民的购车热情。在5月8日车展开幕不久，儋州市民羊先生就出手购买了一辆广汽三菱奕歌越野车，成为本次车展首位下单的市民。“一直想买台越野车，购买之前也到各4S店看了不少车型，经过对比，加上车展价格优惠大，就决

定买这台！”羊先生说。

本次车展除众多主流汽车品牌参展外，顶级摩托也首次参展。海南乐骑组织了宝马、川崎、KTM、VESPA等4个国际知名品牌的进口摩托车参展。车展第一天就有客户订下一台7.98万元的川崎火神摩托车，让海南乐骑总经

理李阳柯既感到意外，又觉得在意料之中。“意外的是没想到第一天就有人订走这么贵的摩托车，意料之中是因为儋州本地就有宝马摩托队，充分说明儋州人民消费能力较强。”

展会成功与否，要看主办方办展能力强不强、专不专业、品牌够不够权

威。海南日报报业集团举办过多年的金秋车展，积累了相当丰富的办展经验，也取得了良好的口碑。西部车展经过三届，也在当地取得了一定的影响力，因此销量才一年比一年好。“以后，只要是海南日报报业集团举办的车展活动，我都会参加。”李阳柯说。

全媒体宣传提升影响力

海南日报报业集团每逢举办活动，都充分发挥旗下媒体矩阵优势，在旗下海南日报、南国都市报、南海网以及新媒体“两微一端”等刊发活动报道，同时还在央媒、知名网站和自媒体等发布活动内容，让活动广为人知。本次车展热度爆棚，除儋州本地消费者外，还有来自昌江、临高、白沙等市县的消费者前来购车，西部车展的知名度进一步得到提升。

对此，符应添也深有同感。“这就是我们愿意参加海西部车展的原因，无论是前期还是活动期间，宣传都很到位。”

据车展组委会介绍，本次展会取得历届最好成绩，主要原因有四方面，一是该展会已成功举办三届，在车商、农副产品企业等参展商中有口皆碑，是西部最大规模的综合展会，也是西部最大规模车展，已形成了品牌效应，本次还成功吸引宝马、奔驰等品牌前来参展；二是受新冠肺炎疫情影响，市场积蓄的消费能力急需出口，因此汽车展区和农副产品销量都非常不错；三是车商深耕西部市场多年，为西部消费者“量身定制”了诸多购车方案，且优惠力度大；四是组委会媒体宣传力度大，除海南日报报业集团全媒体传播外，还邀请中央驻琼媒体和省级重点媒体报道，并使用抖音等新媒体平台，还邀请了网红直播带货。

“发挥自身优势，做好客户服务，助力客户赢得市场，让消费者以最大优惠买到产品，从而拉动消费，带动当地经济社会发展，是举办此次活动的目的。”车展组委会有关负责人表示，活动将西部车展和西部市县特色产品一起组展，打造属于西部人民自己的消费盛宴，并进一步提升西部特色农产品和特色美食小吃的知名度。（本报那大5月10日电）



第四届西部惠民车展暨消费文化节上，主办方邀请网红直播带货。

临高农产品精彩亮相 质优味好受追捧

■ 本报记者 林书喜
通讯员 王信隆

日前，在2020第四届西部惠民车展暨西部消费文化节上，专门开设的临高特色产品展区，提供一个展示临高特色品牌农产品的舞台。为此，临高专门组织汇临农业、绿旺农业、和舍罗爷种养专业合作社、地地道农业、皇桐中林香芋种植农民专业合作社等10家企业和合作社参展，带来了临高烤乳猪、小银鱼、沙丁鱼、瑶柱、乳猪、九品香莲、海鸭蛋、皇桐皇橙、红树林蜂蜜、荔枝蜂蜜、龙眼蜂蜜等24种当地特色农产品和扶贫产品，受到了儋州市民及游客的热捧。



活动现场，参展商户展示临高柚子蜂蜜。

临高特色产品受热捧

本次西部惠民车展暨西部消费文化节为集中展示西部品牌农业发展新成果新成就，大力宣传西部市县特色农产品，主办方特意邀请了中央驻琼媒体、省内主流媒体等10多家媒体到场集中进行宣传，并邀请“网红”现

场直播，为西部市县农产品造势。通过立体化的宣传态势，进一步提高西部市县城市形象、文化旅游、特色产品的知名度，助力产品走出省外，推向全国。

临高是我省农业大县，也是渔业

第一大县，小银鱼、沙丁鱼、瑶柱等海货是临高特产，多年来在国内外享有很高的知名度；临高烤乳猪是海南名菜之一，一直深受广大消费者欢迎。

“每次到临高出出差，烤乳猪是必点！”来自海口的李先生一边品尝一边点赞：

“临高烤乳猪皮脆肉嫩，油而不腻，百吃不厌。”

本次展出通过展示展销、品鉴试吃等方式，进一步提高了临高农特产品的品牌影响力和美誉度，为进一步拓展市场打下了良好基础。

擦亮“临高田品”品牌

临高地势平坦、土地肥沃、物产丰富，发展农业生产的自然条件得天独厚，素有“鱼米之乡”的美誉。为提升农业品牌知名度，提高农产品附加值。同时临高着力塑造农产品品牌特色，增强农产品竞争力，加快构建现代农业品牌体系，推动临高特色现代农业提质增效。粮食作物方面则正稳定水稻产量，重点发展优质稻米，加大淮山、地瓜、芋头、毛薯、大薯等产业的发展步伐。养殖业将重点围绕乳猪养殖和海产养殖两大特色板块进行发展。

此外，临高借国家电子商务进农村综合示范项目实施契机，根据相关标准及要求主动出击，重点打造柚子、波罗蜜、凤梨、百香果、荔枝、火龙果、莲雾、地瓜、蜜枣、芋头、香蕉、空心菜和乳猪等13个产业，打造特色品牌。陆续在北京、上海、广州、青岛、海口、三亚等地举行主题推介活动，让临高农产品品牌知名度越来越高。

近年来，临高围绕“临高田品”公用品牌，实施“五光十色”品牌战略，按照“稳粮、优养、扩新”的思路，加快构建全县农业“稳优扩”品牌发展策略，集中对全县“五大阳光健康食品”和“十大特色农产品”进行标准化、品牌化提升。同时打造具有临高地域

特色、绿色安全、质量上乘的农产品，提高临高农产品的市场竞争力，推动全县农业经济提质增效。

“临高田品”蕴含着临高人满满的幸福感。据临高县有关负责人介绍，“田”代表临高大地广阔平坦的地貌，“田品”喻指临高“鱼米之乡”，其大田农产品物产丰饶。同时，“田品”又与“甜品”谐音，喻示临高农业是甜蜜的事业。



活动现场，商户带来了皇桐皇橙。



活动现场，商家通过手机向消费者展示海鸭蛋。

本报图片均由本报记者 陈元才 摄