

有效激活海南汽车市场消费活力，美誉度进一步提升—— 金秋之约甜蜜收官

本报记者 孙慧

4天车展期间



车展上的车模吸睛。

车展现场，展具吸引游客互动。



9月12日，金秋车展闭幕，销售人员合影留念。

A 汇聚百个品牌 展出阵容、规模、档次创新高

9月12日，为期4天的2021年海报集团金秋车展落下帷幕。本届车展吸引了100个汽车品牌参展，通过品牌展示、现场促销、采购洽谈、节目互动、福利赠送等形式不断引爆人气，为海南车迷带来了一场时尚的汽车盛宴，为稳定和扩大海南汽车消费注入了新动能。

已经成功举办15届的金秋车展，让人们见证品牌展会的魅力，4天展期内，交出成交量4200台、成交金额6.3亿元的亮眼成绩单，为本届金秋车展画上圆满句号。金秋车展在有效激发海南汽车市场消费活力、推动海南汽车市场发展的同时，其美誉度也进一步提升。

B 推出专属优惠 购心仪好车，抽奖、赠礼享不停

海报集团金秋车展既是汽车品牌推广和新品展示的平台，更是各大汽车品牌决胜年终销售目标的重要平台。本届车展针对不同的消费群体推出了多种类、大力度的专属购车优惠以及购车礼。

本届车展上，不少汽车品牌车商推出的多款车型不仅可以零首付、零利率，置换补贴金额从2000元至8000元不等，展区车型的折扣价格也从2000元至5万元不等。车展举办第二天恰逢教师节，不少汽车品牌车商还策划了教师节特惠活动。

为让购车客户第一时间享受到优惠服务，在车展现场，建设银行还设立了车贷办理柜台，让在场购买汽车的客户可直接到柜台办理按揭贷款。

除了划算的购车优惠之外，组委会还为参展的市民游客准备了超值“锦鲤大礼包”，每天

不少豪华车在金秋车展上集体亮相。今年，保时捷3款经典车型在4号馆亮相，给参展群众又带来了不一样的观展感受。此外，BBA（奔驰、宝马、奥迪）系列几乎携所有车型参展。

本届车展的新能源车也是一大亮点。据组委会相关负责人介绍，本届车展新能源汽车占参展品牌的三成，包括理想ONE、小鹏汽车、广汽埃安、合创、长城欧拉猫系列等，车商纷纷展出最新车型，搭载5G网络的自动驾驶智能汽车参展数量创新高。从这四天的展出现场情况来看，海南新能源车销售热度持续攀升，成为海南汽车消费市场的风向标。

C 精心铸就品牌 展会品牌运营下足功夫

随着海报集团2021年金秋车展落下帷幕，至此，海报集团金秋车展已成功举办15届。不少汽车品牌参展商认为，作为海南车展的开拓者和引领者，海报集团金秋车展是华南地区规模最大、影响力最广、人气最旺的专业车展之一。

“海报集团金秋车展有较好的市场推广资源，各大车商几乎每年都能在4天的展览时间内，创造可喜可贺的销售业绩。”省汽车流通行业协会会长刘远说。

今年，海报集团金秋车展在展会品牌运营上可谓下足了功夫，注重展会策划，注重展会服务，注重品牌推广。本届金秋车展通过靓车云集、抽奖有礼、新车首发、车商直播、网红主播巡展、模特表演等内容，使展会更具吸引力、更具服务性。

主办方海报集团、海南广电采取“纸媒、广播、短视频、网络、硬广、直播”六位一体的全媒体宣传组合拳，并借助今日头条、抖音等媒体全方位加大对金秋车展的宣传力度。

车展期间，主办方还开设了“车商直播间”，每天及时搜集、发布车展优惠信息等；海南日报头条号、视频号、抖音号、新浪微博、客户端5大平台联动直播，4天总流量突破110万人次；海南日报微信、微博、客户端、头条号、视频号、抖音号4天共发稿100余条，总阅读量达165万。

为了让购车需求的消费者及时接收车展信息，今年组委会在各个市县精准投放，充分调动万宁、儋州、琼海、文昌、澄迈、琼中、屯昌、定安等各市县融媒体平台开展宣传，周边市县购车客户明显增多，金秋车展的影响更加广泛，覆盖人群更加多元。（本报海口9月12日讯）

参展商 忙碌的喜悦 洽谈室天天爆满，销售额节节攀升

■ 本报记者 习霁鸿

“太火爆了！”在2021海报集团金秋车展的最后一天，中升捷丰广汽丰田展厅经理文世林向海南日报记者抱怨。

“我们的洽谈室里天天爆满。车展前两天是工作日，我们的销售人员还能按时吃午饭。进入周末，客流量翻了几番，展位上80%的工作人员到下午3点才能吃午饭。”说话间，文世林的脸上笑容不断。

广汽丰田是海报集团金秋车展的“常客”，早已见识到了“海南最会卖车的车展”的影响力。因此，广汽丰田对本届金秋车展也格外重视，本次共布置了800平方米的展位，为本届车展最大规模；同时设了两层洽谈室，可同时容纳百人。

“每天从10点半开始，我们的洽谈室就会迎来第一波客户，之后就一直满员。”文世林说，也正是因为如此，店里为销售人员准备的6大盒金嗓子喉宝很快就被横扫一空。

忙碌之后是丰收的喜悦。文世林介绍，平时该品牌单店4天的销售量约为50辆车，而在金秋车展的4天时间里，参展的两家店共售出433辆车。

火爆，不是个例。在12日下午，雷克萨斯展位就挂出了一张红色喜报：雷克萨斯订单突破100台。

在东风日产展位前的砸“金蛋”活动区，密密麻麻的彩带散落一地，现场热闹非凡。海南东风日产营销支持科市场经理习飞娥介绍，该公司为每款车型分别准备了五六箱宣传资料供销售人员使用，几天下来，几款畅销车型的资料都需要频繁补货，“比如14代轩逸就补充了200多份资料。”

金秋车展最后两天是周末，车展迎来了又一波看车热潮。“我们发现，周末不但人流量翻倍，海口以外市县的客户大约占了三分之一，这足以说明全省的客户都对金秋车展很感兴趣。”习飞娥说。

（本报海口9月12日讯）

主办方 硬核的推广 海报集团短视频作品受参展商好评

■ 本报记者 习霁鸿

“15万级轿跑怎么选？拥有光感天幕的星空战舰AION S Plus了解一下。”2021海报集团金秋车展期间，广汽埃安展位的电子大屏上频频播出一段短视频，推介广汽埃安全新车型S Plus。这段时长2分30秒的视频不是广汽埃安官方宣传片，而是海报集团的作品。

据了解，为了更好地发挥媒体办展的优势，海报集团专门为多家展商拍摄了不同品牌代表车型的推介短视频，并发布在海南日报抖音号、海报集团视频号等不同平台账号上。

“相比之下，官方宣传片更突出科技感，比如一键泊车等功能。而海报集团的宣传短视频主要是从消费者的角度来评价，容易让客户代入其中。”广汽埃安海口江东店总经理符兴旺说，海报集团的宣传视频很好地表现了车的亮点，内饰、天幕等细节方面也都注意到了，“这条视频拍得很好，就连厂家都转发了，我们也在车展期间轮播。”

“帅气的造型，大大的溜背，隐藏式的门把手，20寸的轮毂，缤纷的卡钳，双边四出的排气……长得像不像你的第一辆SUV？”近日，在长安汽车工作人员的微信朋友圈里，广泛传播着一条推介长安UNI-T改款的短视频。这也是海报集团的作品。

海南丰众华优尼汽车销售有限公司销售经理陈舟对其竖起拇指：拍摄到位，剪辑专业，画面清晰，介绍全面。

长安UNI-T改款于今年8月25日上市，在金秋车展上的亮相也是该车型在海南的首次亮相。“这是一款新车型，我们希望它能够尽快打开市场。”陈舟说，海南日报受众众多，而且权威性强，很受大众认可，是很好的宣传渠道，“我们把海报集团拍的短视频转发到朋友圈后，很多客人到店专门问这辆车。”

（本报海口9月12日讯）



参展者在和销售人员咨询洽谈。

车展现场人气爆棚。
本报记者 张茂 摄

九月十二日，车展现场车辆销售旺盛。