



前三天“吸金”超3.2亿元,观展购车热潮涌动

金秋车展购火热

➔ 9月13日,2025海报集团金秋车展第三天,恰逢周末,现场人头攒动,入场人数3万多人次。

车展现场人气爆棚

■ 海南日报全媒体记者 王培琳

9月13日,2025海报集团金秋车展进入第三天,恰逢周末,海南国际会展中心一开馆便迎来汹涌人潮。展厅内人声鼎沸、盛况空前,销售顾问应接不暇,购车者挤满展台,新能源车型成为最大亮点,金秋车展迎来人气峰值,九月车市掀起年度销售高潮。

金秋车展组委会工作人员介绍,许多消费者带着明确的购车意向前来,现场签单量持续攀升,各大展台洽谈区座无虚席。组委会统计数据显示,当天入场人数3万多人次,预订车辆超过1250辆;前三天总计入场人数超过6.5万人次,现场销售和预订超过2750辆,销售额超过3.2亿元。



9月13日,金秋车展现场,不少亲子家庭逛展。



2025海报集团金秋车展现场,主播热情开播。

置换需求持续释放

“新款车型东风猛士M817豪华智能越野很受欢迎。”东风汽车展台工作人员表示,成交的三辆车全是用油车置换购车。

金秋车展现场,随处可见置换补贴、置换优惠之类的广告语。各家车企针对置换客户推出了特色服务。大多数汽车品牌都提供“置换无忧”服务,旧车评估、过户手续全部由专人指导或者代办;一些品牌则推出“置换分期零利率”方案,降低消费者购车门槛。

“我家里的油车开六年多了,正好赶上置换优惠,算下来很划算。”刚完成置换手续的海口市民李苹表示,现在新能源汽车技术更新快,置换购车既能体验新技术,又不会增加太多经济压力,“我买了一台吉利星愿,卖二手车加上购车补贴、厂家优惠,再加上购买车险才花了3万多元。”

比亚迪展台工作人员表示,目前不少顾客逛展是为了换车,有的是购买家庭第二辆用车,新能源汽车备受消费者青睐。

据车展组委会工作人员测算,本届车展置换购车的比例达到60%以上。

为何置换购车如此火爆?从全国数据来看,自新能源汽车推广以来,海南的新能源汽车保有量占比一直名列前茅。截至今年6月底,全国新能源汽车保有量占汽车总量的10.27%。而海南地区,截至今年6月底,全省新能源汽车占汽车保有量比例远超全国水平,达到21.2%,也就是说,马路上跑的每5辆车中就有1辆是新能源车,标志着海南新能源汽车市场已进入“大众化”普及阶段。

家庭休闲新去处

金秋车展期间,也让市民们多了一个遛娃去处。

周六的车展现场,人声鼎沸,“含娃量”也再创新高,大部分家庭都是带娃出行。在广汽丰田的休闲区,孩子们来来往往玩耍,看车群众换了一拨又一拨;展馆内,一些汽车品牌的展台免费提供爆米花吸引孩子家长纷纷排队;展馆内外的饮食休闲区,也成了孩子的“天下”。

“今天带孩子来既能看车,又能玩耍,一举两得。”带着两个孩子前来参展的市民王锦表示,如今车企都很注重家庭需求,不少车型都配备了儿童安全座椅接口、后排娱乐系统等贴心配置。

多家车企也瞄准家庭市场,推出了大空间SUV和MPV车型。这些车型不仅空间宽敞,还配备了适合全家出游的配置:车载冰箱、后排娱乐屏、可调节座椅等,吸引了不少多人口家庭的关注。

“金秋时节是传统的购车旺季,加上车展的各项优惠,这几天的销售情况超出预期。”多位参展商表示,消费者的购车热情高涨,对今年车市的表现充满信心。(本报海口9月13日讯)

市民逛展购车更舒心 金秋车展综合服务全面升级

本报海口9月13日讯(海南日报全媒体记者王培琳)“太方便了,比往年都方便。”9月13日,海口市民朱立强带着家人一起到海南国际会展中心逛金秋车展,将车停到国际会展中心地下车库后,乘坐扶梯可直达2号展馆门口。

朱立强是一位新海南人,在海口定居3年,几乎每年9月的金秋车展都会来逛,他对今年的停车服务印象极佳、尤为满意。

据金秋车展组委会工作人员介绍,本届车展不仅汇聚了众多品牌和新款车型,组委会在服务方面也实现全面升级,停车保障是众多服务内容之一。为解决以往展会交通拥堵问题,本届车展特别优化了停车指引系统,并通过设置多级引导牌等举措,有效缓解了展馆周边的交通压力。

在参展品牌方面,组委会发挥19年老车展品牌优势,用最大的客户黏性吸引众多车商参与。为回馈观众,今年,组委会推出了特别礼品赠送活动,每天有500份精美礼品送到到场观众。

为了让参展观众提前了解车展信息,今年车展首设媒体开放日,通过新闻传播让广大市民游客提前了解各大品牌的最新车型,深入了解产品特点,为消费者提供第一手的新车资讯。

值得一提的是,今年车展,全品牌均提供试驾服务,试驾车型在地下车库整装待发,意向购车观众能够亲身体验心仪车型的驾驶感受,不再局限于静态观赏,大大提升了购车决策的准确性。

此外,为进一步降低观展门槛,组委会今年继续实行免门票进场政策。观众可直接进入展馆参观选购,无需购买门票,这一举措有效吸引了更多人流,也为参展商带来了更多的潜在客户。

在配套服务方面,组委会协调银行、保险等金融机构,为购车群众提供一站式金融服务,并设置饮食休闲区,为参展群众提供综合性休闲餐饮服务。

本届车展再次实现与海口家博会的联动举办。从9月12日起,海口家博会在海南国际会展中心同时举办,消费者可以一站式选购家具家电和汽车等大件商品。

本版图片均由海南日报全媒体记者陈元才摄



线上线下齐发力 逛金秋车展,体验『双倍精彩』

■ 海南日报全媒体记者 王培琳

9月13日,2025海报集团金秋车展第三天,参展车商和逛展群众热度持续攀升。

走进展馆,映入眼帘的不仅有几十个品牌流光溢彩的新车,还有一道独特的风景线——上百名网络主播手持直播设备,在不同展台前进行实时直播。

线上线下深度融合的新型车展模式,正在无限放大车展的集中展示效应。

“这是2026款C16,我给大家看下全貌,车展期间优惠力度大……”在零跑展台前,主播田慧敏正在与线上粉丝互动,不断有观众询问车型细节和优惠信息。

田慧敏告诉海南日报全媒体记者,通过这种网络直播的形式,可以让没空来现场看车的网友也能了解车市资讯与购车优惠等情况。

“昨天一天就有200多人在直播间留下联系方式,表达强烈的购车意愿。”田慧敏说,目前车商进行直播已成常态,但是在车展期间,直播会更容易吸引有潜在购车需求的网友,从而增加汽车销售量。

“当初进公司就是直接到新媒体部,平时工作就是进行直播。”田慧敏在零跑汽车工作将近一年,她明显感觉到,金秋车展期间,直播间的流量好了很多。

记者在现场看到,每个品牌的展台前,几乎都有主播在进行直播,广汽丰田、零跑等展台上,同时就有四五个主播在直播,整个2号展馆有上百名主播在不停地直播讲解。

广汽丰田展台现场负责人罗德文表示,在展会上,优惠集中释放、车型集中展示,线上线下互动的模式,更能促进网友消费。

对于车友而言,线上直播打破了时空限制,让无法亲临现场的消费者也能“云逛展”。

某自主品牌现场负责人表示,线上线下联动不仅是流量叠加,更是了解客户需求的一个平台。通过线上平台收集的用户需求数据,与线下活动的数据相结合,品牌能够获得更加完整的用户画像,实现精准营销。

在本届金秋车展上,线上线下深度融合的新零售模式正在重塑汽车行业生态,为消费者带来全新体验,为品牌方开辟全新发展路径。

(本报海口9月13日讯)