关注2025海报集团金秋车展

海南日报
2025年9月15日 星期一
值班主任：丁静 主编：徐慧玲
美编：孙发强 检校：李彪 陈旭辉

9月11日至14日，金秋车展

吸引	斩获	总销售额
近9万人次入场	超3300笔购车订单	达4.3亿元

超过60%的购车者均为置换购车，再创新高

制图/孙发强

2025海报集团金秋车展落幕

累计入场近9万人次，成交金额达4.3亿元

本报海口9月14日讯（海南日报全媒体记者王培琳）9月14日下午，人气爆棚的2025海报集团金秋车展落下帷幕。作为海南地区最具影响力的汽车盛会，本届车展自9月11日开幕以来，吸引了几十个汽车品牌参展，汇聚了多种车型，累计入场近9万人次，成交金额达4.3亿元。这场被誉为“海南最会卖车的车展”，再次创下多个新高。

从参展比例看，本届车展参展新能源车占比超过80%，创下历史新高。销售数据方面，本次车展共斩获超3300笔订单，订单销售额达4.3亿元。其中，订单额较去年实现稳步增长，销售额与去年持平，整体成绩亮眼。今年新能源车延续热销态势，销量较去年显著提升，成为本次车展的一大亮点，充分反映出消费者对绿色出行的需求持续升温。

从展览形式看，本届车展首次实现了线上、线下深度融合的新型展览模式。除了流光溢彩的新车，几乎每个品牌的展位上都有不止一位主播进行直播。粗略统计，展馆内同时进行直播的主播超过百名。

据金秋车展组委会工作人员介绍，这些主播都是各汽车品牌专门招聘的专业队伍，将线上+线下相结合的展会效应无限裂变，产生非常好的传播效应。

从购车需求来看，今年超过60%的购车者均为置换购车，远超去年的40%，再创新高。

组委会保障的贴心程度再升级。据介绍，本届车展组委会在服务方面实现全面升级。为解决以往展会交通拥堵问题，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。历年来首次实现车展期间完全不售门票，全员免票进场政策。

此外，今年金秋车展全品牌均提供试驾服务，组委会在会展中心地下车库为试驾车型提供停车区域，意向购车观众能够亲身体验心仪车型的驾驶感受，大大提升了购车决策的准确性。

参展品牌纷纷表示金秋车展人流旺盛，超出预期。“参展后，大家排队试驾，方程豹钛7出现了爆单现象，效果超出预期。”方程豹海口旗舰店总经理陈厚慷已经在汽车行业工作13年，对金秋车展一直看好。

“13年来，参加海报集团金秋车展从未中断过，我们对海报集团的金秋车展很有信心。”陈厚慷说，方程豹新店还没正式开业，但也不想错过这次金秋车展，他们抓紧向公司申请参展流程，终于在车展第二天成功进馆。

对于新品牌来说，参加车展更是增加品牌曝光率的绝佳时机。ICAR是刚成立两年的新品牌。ICAR海口德众店总经理江灿表示，海报集团金秋车展的影响力、宣传曝光度以及现场人流量，对品牌和车型的推广都有重要的作用。

历经19年的发展，海报集团金秋车展已成长为海南最具影响力的车展之一，“海南最会卖车的车展”招牌也越擦越亮。

2025海报集团金秋车展虽已经闭幕，但它为海南汽车市场注入的活力将持续影响后续的汽车消费态势。

9月14日，2025海报集团金秋车展最后一天，车展洽谈区热闹非凡，不少市民现场签订购车合同。

展会观察

斩获超3300笔购车订单

从金秋车展解码海南汽车消费潜在动能

■ 海南日报全媒体记者 王培琳

椰风海韵，驭车而行。9月11日至14日，2025海报集团金秋车展在海南国际会展中心举行，近9万人次入场、斩获超3300笔购车订单，总销售额达4.3亿元。

这场汽车盛宴，不仅仅是汽车展销的舞台，更折射出海南百姓汽车消费的变革、生活方式的改变。

2025海报集团金秋车展人气火爆，不少观众仔细了解汽车性能。

从车展“吸金”能力 看海南汽车消费潜力

4天进场近9万人次。这一庞大的数字，宛如一面镜子，映照出海南汽车消费市场巨大潜力。近9万人次中，很大一部分是意向购车群众，他们怀揣着对“梦中情车”的期待，穿梭于各个展台之间。

“不知道接待了多少客人，加了很多客户的微信。”位于展馆入口的华为鸿蒙智行展台一直维持火爆的状态，工作人员小符忙得不亦乐乎，为络绎不绝的观众介绍车辆的各项性能与特色。

零跑展台上，智能座舱前围满了人，大家纷纷体验着科技带来的便捷与新奇。意向购车者们仔细询问着车辆的座舱功能、智能驾驶辅助功能等关键信息。

从年龄层次来看，进场的观众涵盖了各个年龄段。年轻人对新势力品牌的智能科技车型接受度更高，他们关注车辆的外观设计是否时尚、智能交互是否流畅，希望拥有一辆既能彰显个性又能满足日常出行需求和休闲生活的座驾。

中年群体则更注重车辆的实用性和舒适性，对于比亚迪、吉利等成立时间较久的自主品牌更感兴趣，且对空间宽敞、配置丰富的车型青睐有加。

也有一些老年参展观众在展台前驻足，了解新能源汽车的便捷性和安全性，想为家庭的出行增添一份保障，畅想全家出行的场景。

这种多元化的消费需求，为汽车市场带来了新的发展机遇，也彰显了海南汽车消费市场的巨大潜力。

从生活方式变革 看汽车从驾驶机器到智能移动空间

汽车正从单纯的交通工具，转变为集工作、娱乐、社交于一体的“第三空间”。

今年金秋车展，新能源车占比超80%，再创历年新高，这一趋势很大程度反映着汽车消费趋势。

数据显示，今年1月至7月，海南新增汽车消费中，新能源车占比全部保持在60%以上。在各汽车品牌“同台竞技”中，自主品牌车型销售占比均超过50%，最高可达70%。

从金秋车展现场看，新能源车不仅科技感更强，功能性的延展也达到极致。

在展馆内，最热闹的展台，往往是最能展现“科技感”的区域。家长们带着孩子体验智能座舱的娱乐功能，年轻情侣调试着车载投影仪，享受移动影院带来的乐趣。

“十年前卖车，讲的是发动机、变速箱、底盘；五年前，讲的是续航、充电、加速；现在，我们首先要讲的是芯片算力、屏幕交互、智能驾驶和座舱体验。”一位入行10多年的汽车销售顾问这样总结行业变迁。

生活场景需求成了很多人买车的主要考虑因素。

金秋车展现场，不少参展观众对车辆的外放电功能表现出浓厚兴趣。“支持外放电插排这个功能太实用了，周末去海边可以直接用电烤炉烧烤，还能接上投影仪看电影。”观展的年轻女士李明明说。

汽车文化的转变也在悄然发生。以往以豪车、跑车为荣的消费观念，正在被绿色、智能、共享的新出行理念所取代。许多年轻人将新能源汽车视为科技潮品，而非简单的代步工具。

从海南独有条件 看其如何催生绿色出行需求

与其说是新能源汽车的广泛应用改变生活方式，不如说，是海南得天独厚的条件正催生着大家对新能源汽车的需求。

海南独特的地理条件为新能源汽车推广提供了天然优势。全岛范围直径仅300公里，续航焦虑在这里得到最大程度的缓解。随着环岛旅游公路的全线贯通，自驾游已成为市民游客探索海南的首选方式。

新能源汽车提供的移动办公、休闲娱乐功能，让长途旅行变得更加丰富多彩。一位观展的自媒体工作人员说：“我现在可以在车上剪辑视频、开直播，真正实现了在路上办公和生活。”

车企也抓住这一趋势，推出适合海南特色的车型。譬如ICAR专为金秋车展定制咖啡改装版V23，广汽丰田、零跑等品牌都主推后备箱变身“大床房”，可以配备车顶帐篷、支持外放电功能等配置，完美契合了海南蓬勃发展的露营休闲文化。

此外，海南充电桩布局已经可以充分满足新能源车主的充电需求。

截至2024年12月底，全省累计建设充电桩18.38万个。实现全省44个高速公路服务区和200多个乡镇充电桩100%全覆盖，基本满足电动汽车全岛出行的条件。许多住宅小区停车场也安装了充电设施，居民在家门口就能方便充电。

9月14日，在金秋车展上订购了一台深蓝S05的海口市民王女士表示，买新能源车就是为了带孩子出去玩，后排座随时变成大床，方便孩子休息，成本也不高。

“现在周末我们经常开车去周边市县游玩，用电成本只有原来油费的三分之一。”海口市民陈先生说，自从换了新能源车，出行半径明显扩大，周末又陪朋友来车展置换购车。

海南这片热情洋溢的土地，正以得天独厚的自然条件和前瞻性的政策布局，成为新能源汽车与可持续发展理念完美结合的试验田。

车展闭幕，汽车引领人们生活方式的变革，仍在继续。

（本报海口9月14日讯）

2025海报集团金秋车展现场，模特走秀展示汽车。

本版图片均由海南日报全媒体记者 陈元才 摄

车展花絮

金秋车展人气旺，销售人员忙不停——

“恨不得一个人掰开两半用”

■ 海南日报全媒体记者 王培琳

9月14日，2025海报集团金秋车展进入最后一天，展厅内人来人往，比亚迪展台工作人员回茹茹声音已经有些许嘶哑，却仍耐心地接待一拨拨参展观众。

“您好，请问想了解哪款车型”“这款是宋plus的升级版”……回茹茹面带笑容，她一边接待一对年轻夫妻，一边侧身回应一位中年男士对海狮06EV的询问。脚步几乎不停，语速快而清晰。

“恨不得一个人掰开两半用。”回茹茹已经记不清自己接待过多少拨参展群众，忙的时候，同时为两三桌客户结算价格也是常有的事情。

在跟海南日报全媒体记者沟通的过程中，回茹茹也无法完全闲下来，她一会儿接到客户的询问电话，一会儿又收到客户咨询签合同所需材料的信息。

看好汽车消费行业的前景，回茹茹今年2月正式入职比亚迪，开始从事汽车销售工作。入行大半年来，回茹茹已经参加过三次车展，但她对这次金秋车展的火爆人气深感震惊。

“这次车展人流最大，我接待的几乎都是新客户，光是加有购车意愿客户的微信，这两天已经加了20多个了。”回茹茹说，车展第四天通常是“冲刺期”，很多观望客户决定在这一天下单。

“‘金九银十’是车市传统旺季，而车展则是这期间最重要的‘战场’。”回茹茹说，对比亚迪一线销售人员来说，车展期间的工作强度远超平常。

不仅拼体力，更要拼专业。像回茹茹一样的很多汽车销售人员表示，如今消费者越来越懂车，很多人进店直接对比配置表和芯片数据，销售人员必须更精准地把握产品优势和政策亮点，才能帮助顾客做出选择。

“车展结束后，邀请您到我们店里试驾……”闭馆时间临近，回茹茹又接到一位客户电话，她盛情邀约客户到店。对她来说，车展的结束不代表忙碌终止。

（本报海口9月14日讯）