

揭秘全国首个“死亡微博”博主 每一条微博 承载一条逝去的生命

■B06 微关注

上海各大商场“迷路指数”知多少

■B04-05 帮你试

金山城市沙滩 本周六重新开放

■B09 微生活·城事



浦东车展中,销售汽车的优惠力度不如4S店。

本版摄影 记者 吴恺

豪车、靓模、高分贝?昨天,2012浦东国际汽车展览会首次在上海新国际博览中心拉开大幕。虽然百余个整车汽车品牌如约亮相,虽然有一些豪华车支撑场面,但缺少首发新车和概念车,又鲜有令人眼前一亮的明艳车模,让浦东国际车展更像是一场汽车展销会。

既然是立足市场的“汽车大卖场”,那么商家开出的价格有多诱人呢?记者在现场注意到,尽管各个品牌展商都打出了类似“惠民补贴”、“巨额优惠”的标语,但懂行的参观者一语道破:“优惠力度普遍不及4S店。”

本报记者 顾卓敏

2012浦东国际车展开幕 诸多方面不尽如人意 经销商唱大戏 优惠力度还不如4S店

期待颇高
打造“买得起”的车展

“全系优惠5000元,享3000元惠民补贴”、“享受超乎想象的巨幅优惠”、“全系列品牌优惠”……昨天一早,当记者步入浦东国际车展现场,伴随震耳欲聋的音乐声,映入眼帘的便是这些写着优惠幅度的易拉宝。

也许因为是车展的首日,记者在现场注意到,虽然也有不少赶早前来的参观者,不过其热闹程度与上海车展时的人山人海还不能相提并论。

对于沪上爱车一族来说,每两年一次上海车展绝对是场不容错过的视觉盛宴,但只可惜“看得起,买不起”。

而此次浦东国际车展则云集了国内外绝大部分的豪车品牌、合资、自主品牌,此前外界认为,“浦东国际汽车展览会”不仅将填补上海双年无车展的空白,还将成为爱车者买得起的“汽车超市”、“汽车大卖场”。

“调查显示,除了互联网,消费者获取车型信息的最重要途径就是车展,占比甚至超过了汽车杂志与电视。”

据主办方介绍,根据全球各大汽车厂商对重要车展的统计,58%观众看车展是为买车做准备。“为了促进汽车消费,本次浦东车展将以家庭用车、实惠车型的整车展出为主。”

价格对比
优惠不如4S店 有空间

“在车展看车的效率远大于在各个品牌的4S店之间奔波,而且到货比三家也更方便些。”

冲着第一天开展人流不是很多,特意请假前来看车的王先生夫妇告诉记者,他们9:15就进场了,逛了一圈感觉这次车展的优惠力度似乎还不如外面4S店。“我们之前也看了不少车,不少品牌报出的优惠价格确实不具诱惑力。”“参展商、参观者在内的各方人士也都坦言,确实没有比4S店更大的优惠。”

为什么一个定位于“大卖场”的车展,会出现这样的情况呢?记者了解到,相比上海车展的厂家直接出面,此次有相当部分的品牌都是由经销商组团代参展,代替厂商唱主角。

“××专营店”、“××销售公司”、“销售顾问”、“大客户经理”……面对手中一摞名片,不少“专业”参观者都表示,车展由经销商出面还真不多见,难怪这优惠幅度比不过外面的4S店。

原因解析
没有单店冲业绩的刺激

在广汽菲亚特展台,记者了解到,此次唯一有现金优惠的是菲跃一款7人座车型,有4000元优惠,再送全车装饰配件、内置导航、全车美容的售后礼包。

而记者从广菲汽车销售公司获悉,购车可享受4000元的现金优惠是厂方

指导价,真的有诚意可以到店里谈”。

同样,在宝马展台,展商强硬地表示,“一分钱优惠也没有,送1万元售后礼券”。但一家宝马4S店的销售顾问告诉记者,价格优惠的事情电话里不好说,可以到店里找她面谈,“价值1万元的售后礼包说到底没什么东西,肯定不如实在的车价优惠来得实惠”。

“浦东车展的参展模式属于‘车商搭台,经销商营销’。”业内人士表示:“事实上,单店销售有着‘业绩返点’一说,在冲业绩的刺激下,很多4S会推出自己的让利,但往往这种让利仅限于单一的门店。在车展这个官方平台上,肯定不如4S店单店营销模式灵活。”

组织乏力
开馆后销售人员还没到

如果说,价格的优势不再已让



浦东车展首日在组织上略显混乱。

不少有意买车的参观者有些失望,那么,展方的一问三不知的服务态度更让人有种不专业的感觉。

“9点正式开馆,可到现在,展商的工作人员还没到位。”在挂着“现场预付定金完成订单,享受超乎想象的巨幅优惠”的奥迪展台前,市民陈先生拿着显示“9:05”的手机向记者反映:“安保人员早就到位,但迟迟不见销售人员的身影,想问问他们优惠力度到底有多大,居然没有一个人能出来回话的。再问问他们,说工作人员堵在路上还没进场。”对此,陈先生大呼离谱。

而在宝马展台,记者也亲身体会到了“豪车的牛气”。当记者咨询汽车价格以及优惠情况时,销售人员表示“要问市场部”。而市场部人员出现后,有表示“这个是销售顾问负责的”,最终在记者的一再追问下,销售顾问表示,“具体情况我们也说不清楚,要么你晚点再来”。

这一切反常之举,无怪乎不少参观者都表示:“感觉有些不受待见”。

除了车本身之外,历年车展中又一个热门“看点”就是随同各大品牌新款车型登场的靓丽车模。然而,现场记者发现,尽管百余个主要整车汽车品牌亮相车展,却难见车模的身影,在5个展馆中,只有丰田、起亚等品牌有车模“驻场”。“老实说,看车展,除了看车,还是希望能看到一些美女。”采访中,不少特意带着相机前来“围观”“香车美女”的观众坦言,“有些失望”。

》微博提醒

车展需提防“偷镜”

除了车展上拍摄器材被盗,掏包、拧镜更成为小偷的主要下手方式。观展时一定要将摄影包、照相机放在视线所及范围内,镜头丢了已是不小的损失,关键场面再没拍到可就是双重损失了。

今年的北京车展上,治安点接获不少媒体和摄影爱好者报案,称忘记了身后的“有心人”,镜头等摄影器材在展会上被盗。随着浦东车展大幕拉开,一些热心人把当时流传在网上的一系列模拟镜头被偷的场景照片,重新“炒”热。

曾是摄影记者的杨先生笑称,自己是这组图片中的“主人公”。早在2007年一次外出采访拍摄时就丢失了价值一万多元的广角镜头,“我拍摄时身后挂着一个相机,那人就趁我不注意把镜头扭掉了,走了十几分钟我才意识到。”

杨先生介绍,不同品牌相机由于卡口不同,拧镜头的方向也不同,佳能是逆时针,尼康镜头都是顺时针,这小偷还“颇有技术含量”,不然就会立马被发现。“他回忆第二次惨痛经历是发生在旅游拍摄中,由于现场人太多,‘偷镜’直接采取了掏包”,两次造成我近3万多元损失,从此就换成能背在胸前的双肩包,再也不给贼可乘之机。”

见习记者 吴嘉川