



左霖 世纪城国际展览中心总经理

成都国际车展 是充满温馨与关怀的高品质车展

成都国际汽车展览会是一个依托天时、地利、人和逐渐发展壮大展会，已经稳居中国四大A级车展之列，相比于北京、上海、广州的车展，成都国际车展是一场名副其实的充满温馨与关怀的高品质车展。

上周五，自第十七届成都国际汽车展览会开幕以来，多款新车发布，人气持续走高。现场观众虽多，但会场各项安排井然有序，展商更加注重展示品牌历史，传递汽车文化，观众也更加懂车，更会看车，这与车展组委会坚持不懈的努力密不可分。近日，记者对话世纪城国际展览中心总经理左霖，她畅谈了对今年成都车展的看法。

成都商报：成都国际车展如今已是全国第四大A级车展，与其他城市车展相比，我们有哪些特点？

左霖：我总结的就是，成都国际车展拥有“天时、地利、人和”。

天时的意思是，随着中国汽车工业的高速发展，中国的汽车展会也不断发展壮大，成都国际车展也同样显现出了A级车展的风范，其对于先进汽车工业技术的展现和国际化的品牌营销方面与北京、上海、广州也逐渐相差无几，而且借着这股东风，成都也迎来了自己汽车工业的大发展，特别是以龙泉驿区为代表的国际汽车产业城的迅速崛起，使成都国际车展有了更好的产业支撑，也必将使得未来成都国际车展的行业引领作用更加凸显。

地利，则是因为成都作为四川省的省会城市，区位优势明显，自然资源丰富，是西南地区经济、交通中心。成都市常住人口超1300万，大平原地区人口近1亿，其强大的市场消费能力更是辐射云、贵、川近2亿人口；其次，成都交通网络发达，是中国航空第四城，也是西南地区铁路、公路核心枢纽，区位优势非常明显；第三，成都市政策环境优越，旅游资源丰富，为办展提供了绝佳环境。

人和的理解是，成都是休闲之都，宜居之城，成都人民一直以来乐于接受新鲜事物，新潮文化。他们愿意通过展会了解最新动态，感受时尚潮流，市民每年来到车展现场观展购车的热情都十分高。另一方面，成都国际车展的人性化服务也在不断提升，从最初为观众准备一次性雨披、开展志愿者咨询服务，到后来设立观众休息就餐区、免费饮水点、开通车展免费直通车，实现无缝对接等措施，无不体现了展会充满温馨的一面。特别是今年，成都国际车展首次开展了“购车抽奖”活动。凡在车展现场购车的客户，在享受超值优惠的同时，还可前往5号馆正门前的官方抽奖处抽取大礼。我们要让

广大消费者感受到更多的实惠和快乐。

随着中国汽车工业在近年内的快速发展，使得我国一跃成为世界最大的汽车生产国与新车销售国，汽车工业已成为国民经济重要支柱产业。正当汽车改变着国民生活的同时，成都国际车展也正引导着人们“以车代步”的生活方式，其作为成都自主举办、最具国际影响力的本土展会之一，一直以来得到了社会各界的广泛关注与支持，成都国际车展正不断深化其对于中国西部乃至整个国内汽车消费潮流的引领与行业标杆作用，同时，也正在不断塑造着西部车市多元化与时尚化的主导话语权。

成都商报：为什么说这是一届“新媒体”时代下的成都国际车展？

左霖：坚持与时俱进，不断探索创新是成都国际车展的一个特质，本届车展就是一届符合当下最新潮流、充满“新媒体”技术运用的车展。除了以前的车展官网，我们今年建立了以成都车展项目网络预售票为主的营销互动平台网站，官方微信、官方微博，进一步加快了成都国际车展立体化、信息化平台建设。同时，还加大了车展在互联网上多渠道的网盟推送，不

断推送、更新相关精彩资讯，让大众可实时点击查看车展官方信息、精彩活动与最新亮点，随时随地实现与车展的精彩互动。这些都是充分运用了当下发展正旺的新媒体技术来助推成都国际车展创新发展，紧跟时代步伐，让其更具时尚感。

今年首次开通的官方网络预售票服务系统，大众可通过PC端、手机网页登录互动网站，或通过微信菜单均可实现网上提前购票，使用网银或者支付宝即可下单，购票成功后系统就会自动生成“门票二维码”，让观众足不出户就能方便快捷地购买到成都国际车展的二维码门票。在展会期间，购票者只需凭“二维码门票”至车展现场“网络购票换票处”换票便可入场，大大缩减了现场排队购票的时间，还能享受9.5折优惠。未来，我们还将逐步实现网上购票、电子通关一体化，真正实现成都国际车展的电子商务直通服务。

此外，集团于今年年初斥巨资实现了场馆WiFi全覆盖，我们向在车展现场的参展商及公众免费开放，不限时、不限流量，方便大家享受便捷的网络服务，而建立WiFi全覆盖也是开展电子商务服务的一个基础。 成都商报记者 刘逢源



熙熙攘攘的观众与豪车、美女汇聚在第十七届成都国际车展的现场 成都商报摄影记者 王效



模特与名车是成都国际车展上闪耀的风景线 成都商报摄影记者 王效 陶卿



获取更多精彩资讯请关注成都车展官方微信、官方微博



汉诺威米兰展览会(中国)有限公司总经理 符禹

成都国际车展 正在加快奔向国际A级车展的征程

今年的成都国际车展吸引了有史以来全球汽车品牌的豪华阵容，每个展厅及室外场地均达到最大使用率。多达68款首发车、17款概念车在媒体日当天荣耀登场。

“国际化，一直是成都国际车展努力的目标”，汉诺威米兰展览会(中国)有限公司总经理符禹在接受记者采访时表示：“成都国际车展近几年在展会内容、展会品质、展会特色上不断得到提升，其“快速蝶变”的步伐使得成都国际车展正在奔向国际A级车展的华彩征程”。

成都商报：本次成都国际车展您认为最大的亮点在哪里？

符禹：首先是迎来了最强参展阵容，此外二手车的展示也成为亮点。今年的成都国际车展吸引了有史以来全球汽车品牌的豪华阵容，每个展厅及室外场地均达到最大使用率。多达68款首发车、17款概念车在媒体日当天荣耀登场，15个品牌展位面积逼近1500平方米，7个品牌展位面积逼近2000平方米，奔驰今年以创纪录

的2400平方米超大展台重磅亮相。各大车企对成都国际车展的重视程度毋庸置疑。迈凯轮、WMGTA、KTM、锐野等豪华汽车更是首次亮相成都车展，纷纷携旗下顶级车型闪亮登场。

本届成都国际车展上，奇瑞、吉利、华晨、比亚迪、长城、长安等自主品牌纷纷打出“品质”牌，以最新、最实用的车型抢滩西部。在经历了“市场换技术”的战略转型和调整之后，国内自主品牌车企的技术已日趋成熟，持续的研发投入换来了产品的丰收。此外，在室外展区的二手车展示区域，奥迪、奔驰携其品牌二手车入驻，为成都国际车展的二手车发展注入了全新活力。

成都商报：除了看车以外，在成都国际车展现场还有哪些是观众能参与的活动？

符禹：成都国际车展期间现场火热

上演SUV炫动体验、“乐享车展，公益先锋—车主CD、公益DIY”、寻找汽车人、我的车展印记—官方护照活动、万人看车团、购车优惠一卡通、“全程呐喊，为车展代言”、“天地随心，快乐随行—纪念明信片传递”、观展攻略享受VIP特权等多个精彩纷呈的活动，充分实现了车展与观众的深入互动。

成都商报：汉诺威展览公司与成都会展旅游集团的合作对成都国际车展产生了怎样的影响？

符禹：从最初的400平方米到现在的15万平方米展示规模，成都国际车展只用了17年的时间。这个从二线城市发展起来的车展“后起之秀”真实演绎着“实力派”的奋进之路。2006年世界展览业巨头——德国汉诺威展览公司与成都会展

旅游集团签署了战略合作框架协议，共同承办第九届成都国际汽车展览会。中外会展公司的典范合作使得成都国际车展有了全新的展会主题、规划和包装；国际先进的办展理念、管理经验和贴心服务；最好供应商的选择、强大的媒体宣传；加上展商的大力投入和观众的热情互动，都使展会充满了无限活力。

汉诺威与成都会展旅游集团的合作是愉快的、深刻的，并且值得延续的。成都国际车展能够从“幼苗”长成“参天大树”，我深信它将继续以特有的定位在先进的办展理念和优秀的商业运作模式下，成为外资展览公司和中国本土会展集团成功合作的典范，吸引更多车企参与，融汇更多车企首发，聚集更多媒体关注，让更多海内外观众共享，从而全面向国际A级车展迈进！ 成都商报记者 刘逢源

雷凌震撼出击 商报读者组团围观“最帅中级车”

广汽丰田明星车型集体亮相第十七届成都国际车展



上周，近来大打“年轻牌”的广汽丰田在第十七届成都国际车展上全力推出了旗下的明星阵容：由7月28日刚刚在全国上市的雷凌领衔，携手“跨界时尚大两厢”致炫、全球中高端车标杆凯美瑞、节能先锋混合动力凯美瑞·尊瑞以及豪华城市型SUV汉兰达、时尚多功能家庭轿车凌致悉数登场。

得益于全线产品出众的产品力和优异的品质，2014年，广汽丰田持续保持稳健的发展势头。今年上半年，广汽丰田总销量近20万辆，同比劲增41%，成绩斐然，而广汽丰田针对中国市场需求量身打造的雷凌更是成为本届成都车展的一大亮点。此外，广汽丰田还特意邀请人气偶像团体SNH48前来展台

助阵，为成都车展观众送上“特别福利”。

“雷凌看车团”围观“最帅中级车”

在成都车展2号馆，广汽丰田多元化的产品阵容吸引了大批观众驻足观赏。在汽车消费能力上已跻身一线城市的成都，今年上半年汽车总销量超过14万辆，同比增加19.09%，远高于全国平均水平。据调查，成都汽车消费者重视性价比，因此高性价比车型大受追捧。而广汽丰田雷凌不仅具备新锐潮流的造型、超越同级车的大空间、一流的操控性能、最佳的燃油经济性、顶级的安全性及卓越的品质可靠性，还以刷新同级主流产品的性价比和质价比，赢得了成都消费者的青睐，“偶像实力派”雷凌也成为了成都车展的耀目明星。

正因如此，由成都商报与广汽丰田联合推出的“雷凌看车团”，自组团以来就受到了广大车迷的热烈追捧。通过短短5天的报名，就有超过280余名成都商报读者报名申请参团。最终，按报名先后顺序，我们邀请了80名读者组团前往广汽丰田展台，围观“最帅中级车”，另外有数十名读者虽然没有获得免费资格，也自发前来为雷凌看车团助阵，现场好一派热闹的局面。

广汽丰田全明星阵容闪耀成都车展

同样是为中国市场量身打造，与“炫动蓉城”主题完美贴合的小型车致炫也是本届成都车展上一个夺目的焦点。“跨界时尚大两厢”致炫拥有时尚、帅气的造型，接近A级车的大两厢尺寸。它外观大气、空

间充裕、油耗超低，深受年轻消费者的喜爱。中级车市场标杆凯美瑞和豪华城市型SUV汉兰达也是展台上的明星。在汽车销量急速增长的成都地区，消费者对汽车升级换代的需求也非常明显，凯美瑞、汉兰达都以其突出的产品力和高品质，契合成都消费者“第二辆车”的需求。汉兰达所拥有的高通过性和强劲动力，更完美贴合了四川地区坡度起伏大的地形特点。混合动力凯美瑞·尊瑞则凭借丰田全球领先的油电混合动力系统，C级车的豪华，B级车的价格，A级车的油耗，独树一帜的产品魅力使其受到越来越多科技控、时尚达人和环保精英的青睐，同样赢得了许多消费者的认可。 成都商报记者 刘逢源

