

# 我要订A馆！我要订B馆！

## 第四届广州购车节招商会现场预订过半

□本版撰文 时报记者 李泽俊 本版摄影 时报记者 谭家俊

8月7日，由广州日报报业集团旗下广州日报社、信息时报社联合主办的“第四届广州购车节”交流联谊会，在广州新体育馆隆重举行，来自40多个品牌的近百个广州汽车经销商参加了此次联谊会。

作为成功举办多届的广州市唯一以购车为主要目的的区域性车展，交流联谊会上，主办方正式宣布，以“高油价时代的汽车梦”为主题的第四届广州购车节将于10月1~3日举行，展会主场设在广州市新体育馆，预计展出面积15000多平方米，参观总人数将达到30万人次，规模堪称华南购车平台之最。

活动期间，组委会将举办人气车模秀、汽车模特摄影大赛、媒体文化廊、“高油价时代与宏观调控下的汽车营销”高峰论坛、节油爱车小论坛、绿色楼盘展与金融理财产品展、幸运大抽奖、汽车经典广告展播、购车节主题之夜——篝火颁奖晚会等八大主题活动。

“这些活动除了吸引消费者以外，还将起到促进广

州汽车消费和促进汽车文化的作用。”主办方本报汽车版主编唐燕表示。

主办方在联谊会上对本届购车节相关事宜作了具体发布，并在会后组织经销商代表实地考察展会现场，经销商纷纷表示，对此次购车节很有信心。

“目前汽车消费已经进入低谷，极需要一个能真正吸引消费者，撬动市场的活动来为广州车市带来信心”，一位广州本田经销商说，“广州购车节得天独厚，在下半年最具消费潜力的‘金九银十’期间举行，相信一定可以取得极大成功。”

一直以来都参加“广州购车节”的一汽大众广州品牌体验中心市场总监韩冰冰则表示，今年增加了广州日报社一起主办，相信人气会更旺，效果会更好。“这将是下半年促进我们店销售的重要活动”，她说。

首次参与主办此次购车节的广州日报社有关领导、信息时报社的主要领导出席了此次会议，与经销商代表们进行了热烈而富有成效的交流。



广州日报社广告处副处长常勇强致词表示将大力支持。



信息时报社副社长兼广告中心总经理文武军致词。



信息时报汽车版主编唐燕推介购车节。



经销商代表韩冰冰现场发言。



交流会现场气氛热烈，各个品牌经销商争相报名参展。

### 影响大 购车节成车市最热门话题

进入8月，广州车市最热门的话题不是车型之间的竞争，也不是商家们之间进行的价格战，而是广州日报报业集团旗下广州日报社和信息时报社联合主办、斥资千万元全力打造2008第四届广州购车节。而随着本届购车节平面、户外立体宣传、招商活动的全面启动，这一活动正在成为广州车市最热门的话题。

记者了解到，目前在广州主流经销商之间，纷纷在交流将以何种规格参与本次购车节，将以怎样的布展吸引届时到场消费者的眼球；而众多打算近期购车的消费者，在了解到购车节的多项优惠后，纷纷表示要持币待购等待购车节的来临。业界人士分析认为，各路经销商摩拳擦掌要积极参与本次购车节，主要原因

在于去年购车节效果非常好，几乎所有参展经销商在活动现场都有新车售出。有参与过去购车节的消费者则表示，去年之所以要去购车节买车，就是因为品牌多便于选择，而且价格优惠实在；今年将推荐朋友再去购车节买车。同时，现场活动也非常丰富，购车节将成为十一黄金周期间的一个接触汽车文化的好去处。

### 推广强 强势宣传覆盖全城

据了解，第四届广州购车节能引起这么广泛的关注，除了活动本身积累的强影响力外，强势的宣传攻势功不可没。据悉，目前购车节平面、户外立体宣传、招商已全面启动，在宣传方面，广州日报报业集团将整合旗下所有资源，在主报、系列报、大洋网上对本次车展进行全程宣传报道；户外宣传推广将于本周末全面铺开，包括覆盖广州市环市路、东风路、天河等区域100多块的户外广告牌及公交站灯箱广告；各写字楼及商场如万国广场的户外广告。多媒体方面，各大门户网站如搜虎、新浪、大洋、太平洋、谷歌等进行链接新闻广告宣传；

同时联动广百集团旗下所有商场、天河百货举行购物300元送门票活动。

主办方表示，作为广州日报报业集团首次以集团名义进行组织的活动，本届购车节要求“只许成功”，并且将目标定位打造成华南影响力最大的汽车消费活动。为此，广州日报社广告处副处长常勇强表示，广州日报将全力支持购车节，利用广州日报的强大资源和影响力，为购车节“保驾护航”。

众经销商也纷纷表示，主办方对今年的购车节投入力度更大，有更多的新车和更大的优惠吸引市民，他们都非常看好今年的购车节，今年的活动有望更成功。

### 重磅打造 第四届广州购车节六大亮点

1. 本届购车节首次由广州日报报业集团下的广州日报社和信息时报社联合主办，将投入大量人力、物力和财力来打造华南最大的汽车消费交易车展。其中，总投资将达到1000万元，预计现场人流量达到30万人次。
2. 现场将吸引40个以上主流汽车品牌，15家以上高端进口轿车品牌参展（其中包括法拉利、保时捷、奔驰等最高端品牌）
3. 本届购车节将整合各行各业，其中包括房地产、金融、家电、家居、时尚、珠宝等行业联合参展。
4. 从7月开始，本报将对购车节进行三个月的连续轰炸式宣传，使消费者的持币待购在国庆期间集中引爆。其中，广州日报报业集团将整合旗下所有资源，在主报、系列报、大洋网上对本次车展进行全程宣传报道。
5. 户外宣传推广已经全面铺开，包括覆盖广州市环市路、东风路、天河等区域100多块的户外广告牌及公交站灯箱广告；各写字楼及商场如万国广场的户外广告。
6. 同时联动广百集团旗下所有商场、天河百货举行购物300元送门票活动。门票赠送给所有行业总经理、老板，其中公务员可凭证件免费入场，现场购车可享受额外优惠。

### 报名火 20主流经销商争参展

交流会现场，经销商们掀起了报名参加车展的高潮。当天，记者从第四届广州购车节组委会获悉，已经有20多个品牌确定参与本届购车节。其中，一汽大众广州品牌体验中心已拿下最醒目的展位，面积达600平方米。东风日产广州经销商将联合参展，展位面积高达600平方米。东南汽车华佑店也早早就确定下150平方米的展位，上海大众和上海大众斯柯达两个品牌当场看中展位，并表示，在短的时间内开会讨论，确定最合适的展区。

粤集团负责人当场就与本报汽车版主编唐燕讨论参展具体情况。另外，广州本田、广州丰田、上海通用等经销商则表示，不能仅仅由经销商来参展，他们将通过厂家支持，一起参展。

高档车品牌也不落后，记者了解到，本届购车节上，法拉利、保时捷、林宝坚尼、玛莎拉蒂、雷克萨斯、奔驰等品牌都表达了参展意愿，根据组委会安排，这些豪华车品牌将会由一个独立展区的形式出现，而VOLVO、捷豹和路虎等高端品牌也表示了强烈参展意向。届时，消费者将能看到继广州国际车展外最高端最豪华的车展秀。

### 斯柯达明锐舒心之旅报道之七

## 212 辆斯柯达明锐成奥运会新闻采访用车

近日记者了解到，承担今年北京奥运会转播工作的北京奥林匹克转播有限公司(BOB)正式使用212辆斯柯达明锐作为奥运新闻采访用车。上海大众斯柯达表示将为奥运会新闻采访用车提供最完善、最细致的后勤保障服务，保证能及时报道北京奥运会最新赛况，将激动感人的时刻和画面传递给全世界的观众。

而斯柯达明锐将凭借出色品质、精准操控全程为北京奥林匹克转播有限公司提供优质服务。作为上海大众斯柯达品牌的首款国产车型，斯柯达明锐诞生自大众最先进的A级车平台、技术领先的发动机搭配Tiptronic六档手自一体变速箱的黄金组合带来高效动力和出色操控，以最快速度确保BOB电视工作者及时舒适地送达赛事现场；明锐独特的三厢五门掀背式车身

设计，不仅带来超大行李空间，1150mm的超大开度也令携带数量繁多、昂贵设备的BOB电视工作人员带来便利；明锐稳健的德系安全品质和多项人性化配备，更为BOB电视工作者提供最大保障和舒适感受。此外，上海大众斯柯达相关负责人表示，8月是北京一年中最热的季节，因此斯柯达在为BOB准备的每一辆明锐奥运会媒体采访车中，精心准备了遮阳遮雨两伞、遮阳帽以及摄影马甲，

为BOB媒体工作人员带来帮助。作为2008年北京奥运会汽车合作伙伴成员企业上海大众的全新品牌，斯柯达明锐成为“好运北京”奥运系列测试赛官方唯一指定用车，并成为2008北京奥运会火炬接力正式用车；7月，作为第二十九届奥运会官方用车的斯柯达明锐穿梭在北京的大街小巷，作为工作、服务和接送运动员、出租等奥运赛事期间的专用车辆，倾情为奥运服务。