

# “半裸”车模：让俺看你还是看车？

## 香车、美女、消费者成我国当前车展“三宝”

### 1 【车展“三宝”】 香车、美女、消费者

长春汽博会开展之前，网上就有“干露露将现身长春车展”的传言。然而干露露没有出现，长春汽博会也并没有成为穿着暴露的车模秀。专业的展台上陈列着擦拭锃亮的各式展车，在大部分时间，一些品牌甚至都没有车模站台，而身着白色衬衫的销售顾问却是随处可见。日日接踵摩肩的人流和厂家屡创新高销售纪录似乎在证明，长春汽博会主打“销售”。

作为我国继上海车展之后第二个获得国际展览联盟认证的车展，长春汽博会已经成功举办8届。张庭元是吉林双程英伦汽车4S店副总经理，他对记者说：“今年长春汽博会的销售情况非常好。从前长春汽博会媒体日的两天基本没有销售额，而今年吉利公司仅仅是英伦品牌，在开展头两天订车加销售已经有40多辆。”统计数据显示，第九届长春汽博会共销售汽车1.2万辆，实现购车交易额30亿元。

目前，北京、上海、广州、杭州、长春等城市均有每年或每两年例行一次的车展。从春走到冬，全国规模不等、素质参差的汽车展览不下数百个，展车和车模是参观者的关注点，消费者是参展商的关注点，这三方面构成了目前我国车展的综合主题：“吸睛”、卖车。

在很多人看来，车展成为“车市”或许是庸俗，而车展成为“肉市”便是低俗。从北京车展到海南车展，身着“大尺度”服装的车模纷纷成为比展车更大的卖点，甚至出现几乎“半裸”的车模，让很多参观者表示“不好意思看”。



核心提示

□新华社记者 姚澍

7月，2012年中国(海南)国际汽车博览会和第九届中国(长春)国际汽车博览会先后在南北开幕。继北京车展之后，海南车展再次成为车模“大尺度”展示的舞台；而长春车展虽车模穿着得体，却被外界评价为“车市”。目前，我国每年大大小小的车展达数百个。车展，究竟应该展什么？

### 2 【车展三少】科技、文化、软实力

在厂商不遗余力的“出位”打造下，近年来我国车展人气的确日益兴旺。然而车展究竟应该展什么？业内人士认为，纵观国际知名车展，首先汽车产业的新技术、新车型、新理念是当仁不让的主角，其次各国别具特色的汽车文化也是展示中必不可少的部分，这当中透露的更有一个城市乃至国家在汽车领域的软实力展出。而这些，也正是目前我国车展所缺少的。

中国汽车流通协会常务理事专家委员会专家贾新光曾表示，中国缺乏汽车文化的土壤。他说：“车展已演变为纯粹的商业活动，更多是促销活动；相比之下，国外车展主要是展示汽车文化、技术和装备。”

业内人士分析，北京车展最初定位是国际汽车技术和装备展览会，而演变至今已成为大众化和商业化的展览，汽车销量很好，但是没有历史和文化可言。

而对于国家汽车产业新车型、新技术的展示，我国车展所做的也并不充分。以长春车展为例，本届长春汽博会的主题是“绿·动·车城”，新能源汽车再次成为展会的主角。然而在车展现场，记者看到展示新能源科技的厂商依然以跨国车企为主，当丰田、雷克萨斯、奔驰、奥迪等国外品牌带来新款纯电动汽车或混合动力汽车和技术时，自主品牌企业所展示为数不多的新能源汽车还是那几款老车型。

### 3 【车展三需】 转变、培育、新发现

如何让车展真正成为汽车文化的展会？这首先需要车展组织者观念的转变，也就是车展主要展示内容的确定。目前，长春汽博会的组织者已经在努力将产品展示与汽车文化交流结合起来，本届车展更是开展了汽车摄影图片展、汽车知识大赛乃至汽车拍卖善款义捐、试乘试驾等活动。

贾新光表示，长春车展不仅在展示车辆，还展示了产业链，展示了汽车文化，更有试乘试驾等群众参与活动，这与一汽集团对长春车展的有力支撑密切相关。但同时他也建议，长春汽博会需要进一步提升展馆档次，满足参展商更高品位的要求。

业内人士建议，北京、上海、广州、长春等几个我国目前规模较大的车展，应该寻找新的更加有文化内涵的展示点，在车展上出现的应该不仅仅是靓丽的展车，还应该有完美车型背后的设计理念，汽车厂家演进发展的变革故事，从汽车发展历程的角度让国民更加懂车，从而去选择真正适合自己的爱车。

不仅如此，车展还可以借助高端学术论坛提升国际化和专业化程度。在本届长春汽博会期间，吉林大学、中国汽车工程学会和一汽集团联合召开了“先进车辆与集成技术国际学术会议”，与会代表近600人，包括来自美国加州大学伯克利分校、通用汽车公司等海外代表112人。会议进行了14场主旨报告，收到论文380余篇，在某种程度上向世界介绍了“中国底特律”长春，以及长春每年一届的车展。

7月14日 建材、家具 百名总裁签售会

# 总裁来了

错过一天 再等一年

65915088

地址：洛阳新区牡丹大道1号（红星美凯龙）  
网址：WWW.lyredstar.com