



各方评展:地位明确 影响渐增

● 领导:地位无可取代

谈到北京车展,中国机械工业联合会副会长张小虞说:“在亚洲,北京车展无法取代。”由于中国汽车市场的快速发展,北京车展作为一个重要的窗口,其作用和意义也日趋重大。

北京车展的发展,得到了党和国家领导人的高度关注。今年,全国政协副主席、科技部部长万钢,工业和信息化部部长李毅中等领导亲自亲临展会,并对北京车展和自主品牌快速发展表示肯定。

● 参展商:用实际行动表明重视

从世界各地赶来的参展商们对北京车展本身并没有发表过多的评价,因为他们的到来已经是最好的评价。

4月20日,Cayenne系列的旗舰车型——新款Cayenne Turbo S举行了首发仪式,这是保时捷第一次在亚洲举行新车型的全球首发仪式。

本届车展上,通用汽车董事长瓦格纳、大众汽车集团董事长文德恩、奔驰全球总裁蔡澈、雷诺日产联盟全球总裁戈恩等著名汽车集团的高管纷纷携重量级车型亮相,这些举动再次向大家证明了他们对于北京车展地位的肯定。尤其是奔驰、大众、丰田都把北京车展作为除了本土车展外的第一大车展。

● 国外经销商:北京车展为我们提供了一个了解中国汽车的好机会

北京车展不仅为国外厂商搭建了一个面向中国市场的平台,同时也为诸多国外汽车经销商提供了一个了解中国汽车的好机



会。不少外国经销商表示,此次参加北京车展收获很大。

一位来自塞内加尔的奇瑞汽车经销商说,奇瑞进入塞内加尔已经有两年时间,现在我们卖得非常好。这次来到车展,看到奇瑞有那么漂亮的新车型,令人非常震撼。希望这些车尽快进入塞内加尔,一定会卖得很好。

一位来自法国的汽车经销商说,奇瑞汽车至今还没有进入法国市场。他认为奇瑞汽车的性价比和时尚的设计,一定会得到法国消费者的欢迎。他希望成为奇瑞汽车在法国的第一家经销商。

伊朗驻中国大使馆商务参赞瓦希德·法尔曼德,曾经多次访问过吉利工厂,也曾多次在伊朗推介吉利汽车。在吉利展台,他看到这么多的新车型,非常兴奋,特别是看到吉利展出的概念车,他连续说了三个“震撼”。

● 媒体:国内媒体关注车展,国外媒体透过车展了解中国市场

“没有人再以‘国际A级车展’为由来炒作今年的北京车展了,因为北京车展成为国际A级车展的事实已经毋庸置疑。从参展情况来看,无论是参展厂家数量或是车展规模,本届北京车展都可与其他国际5大车展比肩。”(《参考消息·北京参考》对北京车展的定位代表了大多数媒体的意见。

对于媒体来说,自主品牌的集体爆发成为今年北京车展的最大亮点。“最让人提气的是,本次车展最抢眼的汽车有很大比例是来自中国,无论是奇瑞的炫娃、上汽的荣威550,还是大众的新宝来、朗逸,广州本田的理念、中国汽车已彻底丢掉了简单的模仿与复制,‘中国创造’给中国的自主

品牌和一些国际品牌都打上了深深的烙印。它从整体上发出的能量足以让外国的参观者目瞪口呆。”(《北京青年报》说,北京车展的大气、华美和活力像是一个巨大的磁场,将所有的参观者都带给人一种令人震撼的状态中。

北京车展的进步也是国外媒体人员最为直接的感受,同时,他们更多的是透过北京车展这一焦点来分析中国乃至亚洲汽车市场。

德国《商报》说,出现在北京车展上的全球首发车型越来越多,这是其成为国际著名车展的标志。北京国际车展越来越国际化的现实,充分反映了中国汽车工业也在不断实现全球化的发展,而北京车展正在缩小与世界一流车展的差距,几乎所有国内和国外的乘用车都争相参加这一盛会,无论是数量和车型,都创下了纪录。

路透社撰文表示,北京车展给中国国产汽车提供了一个扩大国内市场的机会。中国也正在成为一颗冉冉升起的汽车之星,因为中国本土生产的低价实用的汽车品牌已经开始走向世界。

德国《柏林晨报》则直接将北京车展与其本土的法兰克福车展相提并论,“本公司的高级经理们云集北京,带去多款全球首发车,这些车型在中国以外的市场也很受重视。奥迪公司总裁鲁伯特·施塔德勒在北京为越野车奥迪Q5揭开面纱,仅有几个展台之隔的奔驰公司展出奥迪Q5的直接竞争对手——奔驰GLK。”

瑞士《周日报》记者乌尔里希·塞佛说:“这是一个多彩的世界,这里有各种各样的中国的新技术,很多公司带着新的汽车、新的发动机和新的模型来到这里,令人激动。我们在这里可以看到很多中国汽车的进步。”德国汽车信息新闻代表处记者思尤克·考珀斯也认为:“在这里能强烈感受到发展这个主题。” 刘超/文

