

第四屆中國長春國際汽車博覽會報導

◎李憲政

長春是中國民族汽車工業的搖籃，坐落在長春的一汽集團，已經成為大陸最大的汽車生產、研發、教育基地。長春承載了一汽輝煌燦爛的成長歷程，也因此成為大陸著名的汽車城。長春汽博會已成為東北亞地區規模最大的國際性汽車展覽會，與上海車展、北京車展被譽為中國三大汽車展。

本屆長春汽博會以“振興東北、名車馳騁”為主題，以“開拓汽車市場、交流汽車資訊、探索汽車未來、弘揚汽車文化”為宗旨，意在推進中國汽車工業的快速發展，帶動東北老工業基地發展和長春國際汽車城的建設步伐。

二、本屆展會規模

第四屆中國長春國際汽車博覽會於今年 8 月 5 日至 14 日一連十天在長春國際會展中心隆重舉行，由中國國際貿易促進委員會、中國機械工業聯合會、中國汽車工業協會、吉林省人民政府、長春市人民政府共同主辦，中國國際貿易促進委員會長春市分會、長春國際經貿展覽有限公司承辦。

根據主辦單位統計，本屆汽博會共有來自於美國、英國、法國、義大利、日本、韓國、瑞典、西班牙、奧地利、俄羅斯及台灣等 28 個國家、1000 餘家企業及 1000 多家整車及零部件生產廠商參展，參展車輛 600 餘台，品牌 120 種，參展車型涵蓋概念車、跑車、轎車、越野車、卡車、客車、特種車、商用車、軍事車輛，參展新款車達 80% 以上。整個展覽分為六大室內展館、五大室外展場、三大汽車文化展區、兩大汽車活動區、一個臨時展館、一個新聞中心，共計二十二個展區，展覽面積 12 萬平方公尺。此次長春國際汽車博覽會以“展覽”、“論壇”、“經貿”、“文化”、“服務”為五大項目，讓整個展覽活動呈現了一片熱鬧的景象。

此外，主辦單位亦策劃了“第一汽車·第一車城”宣傳活動，主要圍繞汽車產業界、汽車科研界、汽車歷史、汽車帶動國民經濟作用及汽博會回顧等，同時亦舉辦汽車模特大賽、汽車知識電視大獎賽、汽車電視廣告評選等一系列汽車文化活動。



汽博會 A 館入口



大群民眾圍觀表演

三、歷屆展出規模：

1999 年長春舉辦了第一屆車展，近千家國內外汽車和零部件廠商，展覽面積 2 萬平方米、100 多台參展車輛、參觀者 30 萬人次；2001 年舉辦第二屆，展會期間有 500 多家汽車生產企業及零部件企業參展，參觀總人數達 100 多萬。2003 年舉辦第三屆，車展恰逢一汽 50 周年，來自 24 個國家、地區以及國內共計 1000 多家汽車企業參加了本次車展。展館總面積 10 萬平方米，分設 7 個展館，展出各種車輛總計 412 輛。



歐美館參觀民眾絡繹不絕

四、本屆展會概況：

(一)室內展區

<整車展區>

A 館為一汽集團展區，共展出 31 款車系，其中概念車 4 款，品牌囊括集團期下之紅旗、馬自達、大眾、奧迪、豐田、夏利等 8 家企業。B 館為皮卡車和商務車展區，展出單位 8 家，參展車 32 台，主要有長城皮卡、華泰特拉卡、中興、新雅途、上海匯眾、



第一汽車展區

帕拉丁等。C館以微型車為主，展出單位8家，參展車40台，主要有長安鈴木、柳州五菱、通田、長安之星、華翔富奇、浙江吉利、浙江飛碟、江淮瑞風、長城皮卡、長豐獵豹等。D館以轎車為主，展出單位6家，參展車37台，主要有華晨汽車、華普、奇瑞、比亞迪、雙環、哈飛、浙江吉奧等。E館以日韓車為主，展出單位13家，參展車66台，主要有韓國現代、東風悅達起亞、東風本田、豐田汽車、東風日產、北汽集團、東南汽車等。F館以歐美車為主，展出單位22家，參展車106台，主要有大眾集團（德國大眾、上海大眾、一汽大眾）、奧迪（德國奧迪、一汽奧迪）、福特、長安福特、奔馳、寶馬、上海通用、美國通用、廣州本田、東風標緻、法國標緻、法國雪鐵龍、東風雪鐵龍、賓利、蘭博基尼、沃爾沃、陸虎、捷豹、勞斯來斯等。



東南汽車展區



日產汽車展區



東風本田展區



福特汽車展區



大眾汽車展區



曾於 2005 年日本世界博覽會-愛.地球中展出之 TOYOTA i-unit 單人乘坐型未來概念車

< 零部件展區 >

本屆長春車展的零部件展區分為室內、室外兩大展場，室內 BCD 館二樓主要是國內外零部件生產、研發及貿易展團的特裝展位，共有 180 個國際標準展位，分別有日、美、韓、法、英、德、西班牙及台灣等國家零部件廠商參展；室外為輪胎、音響改裝、汽保、休閒禮品等五個專項展區，更人性化的營造了良好的展覽環境和現場氛圍。



韓國零件展區



ALPINE 展區



KENWOOD 展區

(二)室外展區

<客車展區>

參展廠家 15 家，展出車輛 100 台，參展廠商為廈門金旅、蘇州中城、蘇州金龍、鄭州宇通、常州依維柯、華風客車、牡丹客車、華泰現代、河南少林、丹東黃海、羊城客車、北方尼奧普蘭、中通客車、江鈴全順等。

<商用車展區>

參展單位 13 家企業，展出車輛 107 台，參展廠商為一汽重型、北方奔馳、濟南斯太爾、四川紅岩、北方福田、陝汽重卡、合肥華菱、長春恆力汽車、江淮卡車等。

<特種車展區>

C、D、E 館北側為特種車展區，主要為工程車和軍事車輛展區，展出車輛 52 台，其中工程車展區參展單位 5 家，展出車輛 32 台，軍事車輛展區參展車輛 20 台。



商用車展區



特種車展區

(三)世界精品老爺車

此次參展的老爺車為全世界精選車輛，獲准參展的老爺車是年代久遠、造型獨特、具有相當的歷史價值和審美價值、極具代表性的老式車輛，其中包括世界數量稀少、價格昂貴的精品，使廣大車迷愛好者一飽眼福。



1914 年福特 T 型車



電影“回到未來II”道具車



李小龍主演《青峰俠》道具車



歌星鄧麗君 1984-1987 年用車

展會期間展出的諸多豪華車、概念車也成為眾多車迷關注的焦點。賓利、勞斯萊斯、陸虎、捷豹、賓士都有頂級產品前來“秀”場。首次參加在東北地區舉辦的車展的賓利展出三款最具代表性的豪華轎車，包括雅致 728(Arnage 728)、賓利雅致 RL(ArnageRL)豪華轎車以及全球最快的雙門四座超級轎跑車歐陸 GT(Continental GT)。勞斯萊斯首次



TOYOTA 混合動力車 PRIUS 解剖體

以廠家的身份參加長春汽博會，參展面積近 200 平方米，三款頂級豪華勞斯萊斯每台價格近千萬人民幣。

根據主辦單位公佈資料顯示，本屆汽博會期間總共簽訂內、外資項目 9 個，簽訂金額 18 億元，銷售汽車 3597 台，其中乘用車 3339 台（經濟型車 2460 台）；商用車 798 台；比上屆多售 1397 台，同比增長 63.5%；其中國產汽車銷售占銷售總量的 96%。展會交易額達 4.87 億元，比上屆增加 321.25 萬元。其中汽車銷售額 4.49 億元，汽車零部件銷售額 580.85 萬元。簽約及交易總額達 22.86 億元，比上屆增加 3.36 億元，汽車銷售數量最多的廠家是一汽大眾有限公司，銷售 259 台；排名第二的是一汽集團，銷售 254 台；第三名是北京現代公司，銷售 222 台；第四名是長春市汽車改裝公司，銷售 220 台；第五名是長安汽車公司，銷售 163 台。

五、本會設置「台灣館」

本會係第一次組團參加長春汽博會，團員有航欣、倉佑及鼎傑等 3 家廠商，展出產品包括車用通訊/導航/資訊傳遞系統、自動/手排變速箱零件、油壓幫浦、扭力轉換器零件、引擎/方向燈/頭燈/雨刷/警示/電磁開關等產品。

為了提昇我國汽車零配件產業的全球曝光率，本會以經濟部國際貿易局的國館識別體系(EIS) 來作為台灣館的形象訴求，同時藉由本會設立之「台灣經貿服務站」之方式來推介



勞斯萊斯“幻影”



賓利雅致 RL(ArnageRL)

我國汽車零配件產業。在協助我國業者蒐集商機之餘，服務站並提供本會印製之『採購名錄』以及貿協印製之『台灣經貿網產業光碟』等有關我國汽車零配件產業及產品資訊，推廣我國汽車零配件產業。由於我方資料準備周全，並且對前來洽詢的買主都能給予最大協助，因此獲得對方極高的肯定。



本會設置「台灣經貿服務站」



買主參觀倉佑公司產品



買主參觀鼎傑公司產品



買主參觀航欣公司產品

五、本會設置「台灣館」

在中國市場烽煙滾滾之際，世界汽車之版圖亦發生巨大之變化。以通用、福特為代表之美系車及以大眾、菲亞特所代表之歐系車在近年來之市場佔有率節節退敗，此消彼長間以豐田和現代為代表之日韓車系卻一直高唱凱歌，成為全球汽車市場新一代之贏家。

以美國市場為例，2004年美國三大汽車廠之市場佔有率分別為通用

27.5%，福特 19.7%，戴姆勒-克萊斯勒 14.3%，而日本汽車之市場佔有率已達到 30.5%，歐洲廠商只佔 10%不到，而在歐洲市場上，2004 年豐田之銷售量亦達到了 80 萬台，市場佔有率也首度超過了 5%。2004 年豐田在美國之市場佔有率達到了 12.2%，而在全球之市場亦超過 10%，共銷售 752 萬台汽車，僅次於通用，居世界第二位。

韓國車近年之表現也可圈可點，現代汽車不僅提出要在 2005 年將美國之銷售量提高 15%，達到 48.4 萬台之目標，更計畫到 2010 年把美國銷售量提高到 100 萬台，從中國大陸之形勢來看，由於世界汽車之“6+3”巨頭在中國都有合資項目，所以千萬不要把它們的競爭視為“茶杯裡的風暴”，其實它正象徵著未來世界汽車大勢之所在。（本文作者為本會會務組組長李憲政）