2017 中国国际商用车展（CCVS）总结报告

（中国国际贸易促进委员会汽车行业分会 2017.11.23）

2017 中国国际商用车展（CCVS）于 11 月 4 日-7 日在武汉国际博览中心成功举办。该展会自 2012 年创办以来已成功举办了四届，是我国唯一的国家级商用车展，也是目前亚洲最大的商用车展。

地址（Add）：北京市三里河路 46 号　46 Sanlihe Road, Beijing, China　　邮编（Zip）：100823
电话（Tel）：（86 10）68595103　68594756　　传真（Fax）：（86 10）68595076　68594872
E-mail：tongtong@auto-ccpit.org　yangjingyao@auto-ccpit.org　zhangxiaomeng@auto-ccpit.org

展会概况

本届展会以“创新引领未来”为主题，集中展示了近五年来，我国商用车行业通过结构调整、转型升级和供给侧结构性改革所取得的成绩，站在新时代的起点描绘了商用车行业的未来。展会得到了广大国内外主流商用车企业的鼎力支持，得到了汽车、物流等行业的广泛关注和认可，成为中国商用车行业和市场最重要、最具影响力的国际化展示、交流和交易平台。

本届车展的展出面积为 8 万平方米，实际展出面积比上届增加了 16.7%，专业观众超过 3 万人次。一汽、东风、江淮、北汽福田、陕汽、南京依维柯、跃进、五征、吉利、中国恒天、依维柯中国等主机厂，中集车辆、安徽开乐、永强、新宏昌、锣响等专用车企业，JOST、富华、BPW、海沃、康迪泰克、瀚瑞森、SAE、优软、凯卓立等零部件企业，以及四川省，湖北随州、十堰，山东梁山等地方政府组团参加了展览。

三大突破

突破一：新产品展车数量超过前三届总和

智能化卡车，新能源物流车辆和客车，轻量化的、适应新运输模式的厢式车、罐式车、冷链运输车以及各类房车共 253 辆，在此次展会上集中亮相，与零部件及相关材料一起，全产业链展示了中国商用车发展的新风貌。其中，有 20 余款新车国内首发亮相，新车数量超前三届总和；新能源商用车（31 辆）、房车（20 辆）展车数量创新高。企业越来越愿意通过 CCVS 这个平台来发布企业战略，举行新品发布和投放市场活动。这表明，经过四届的举办，中国国际商用车展的品牌已经初步确立起来。

突破二：展会现场成交订单超千辆

展会作为交易平台的功能开始凸显。据不完全统计，仅主机厂，展期内成交车辆超过 1200 辆（不包括意向购车数量），是上一届的近 3 倍。一些物流企业尤其是规模较小的物流企业和个体户，怀揣 2 辆、5 辆、10 辆的订单，来到展会现场选车、购车。一些参展商专门配合展会，推出了优惠购车活动，吸引这些“小、散”订单，取得了不错的效果。这为今后展会的专业观众邀请提出了新的思路，突出展会平台的交易功能，为展会品牌注入实实在在的内容，增加参展商和专业观众对展会平台的依赖性。

突破三：本届展会的同期活动，以参展商为主体举行的新闻发布会、媒体见面会、技术和产品推介会数量创新高。

本届展会的同期活动更加丰富，在为期 4 天的展期内，共举办了中国国际商用车高峰论坛、物流与运输车辆高峰论坛暨首届中国公路快运发展大会、2017 第四届冷链物流可持续发展论坛、中国专用车产业发展国际论坛暨中部（武汉）现代物流高峰论坛、中国年度卡车颁奖典礼、运输人影响力年度评选颁奖典礼等 9 场活动。

与前几届相比，参展商举办的活动数量大幅增加，主机厂、专用车及零部件企业、行业协会、媒体等共举办新闻发布会、产品推介会、客户品鉴会等 19 场，参展商作为展会主体的作用得到进一步发挥。

丰富的同期活动使专业观众在参观展览的同时，能够在多个层面、围绕不同主题，与参展商进行深度沟通和交流。这些新提升，使本展会的核心竞争力进一步增强，继续巩固亚洲最大商用车展的地位。

四大特点

特点一：

本届展会是承上启下的展会，不仅对过去五年行业的发展进行了总结，而且站在新时代发展的起点上，描绘了我国商用车行业的未来。

本届展会上，中置轴轿运车、盘式制动车轴+空气悬挂、城市物流车新能源化、轻量化厢体、智能化卡车等，成为本届展会的主角，表明展会与行业、市场发展相关度更加紧密，国家政策、标准、法规对行业的影响，市场需求及未来发展趋势在展会上得到充分体现。冷链展区的设立也体现了未来中国冷链运输市场的诱人前景。

智能化、网联化的产品虽然没有像预期的那样铺天盖地，但是也为下一届展会做了充分的铺垫；中集车辆在展会期间推出的、向服务领域延伸的“挂车帮”，展示了主机厂、专用车企业主动创新、探索全新发展模式的决心。

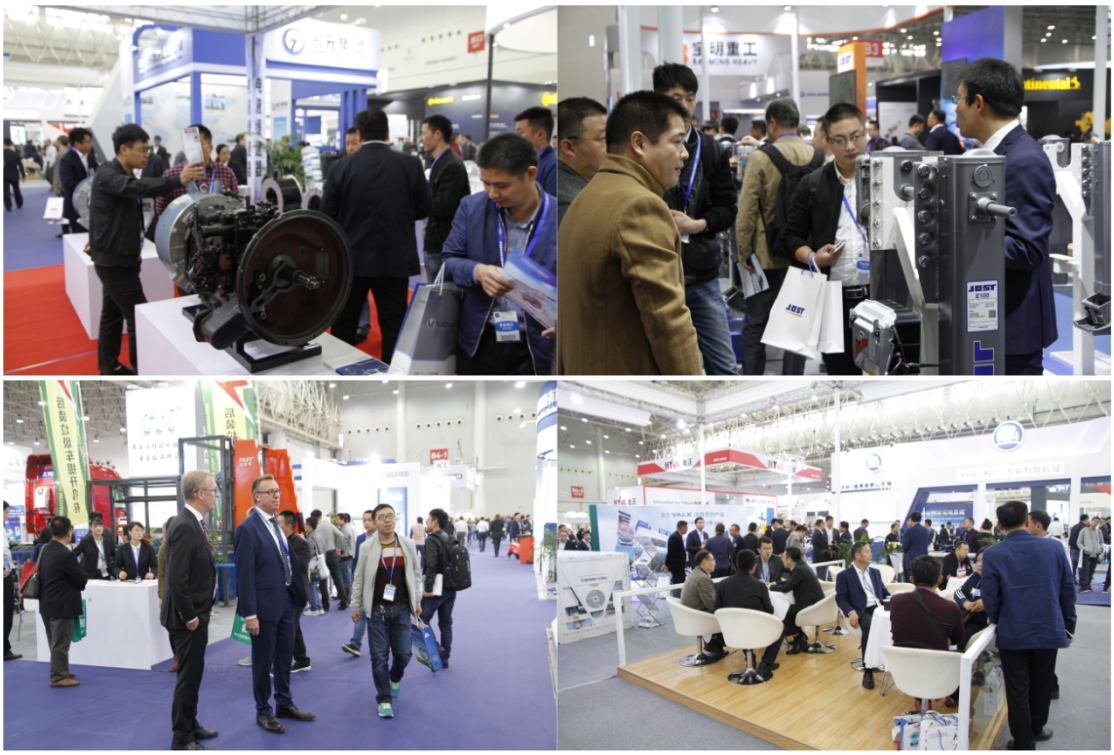
特点二：

大的企业集团及细分行业的龙头企业开始大量邀请自己的核心客户到展会参观；很多企业在展会期间推出优惠购车活动，效果良好。这既是我们在招展期

间跟参展商进行反复沟通的结果，也是参展商对展会品牌和平台作用的认可。不仅是主机厂和专用车企业大量邀请客户，一些主流的零部件企业邀请客户的数量也非常可观，出乎意料。

特点三：

零部件展商的数量、技术水平、覆盖面等，对于商用车展来说非常重要。在上一届展会的基础上，本届展会零部件展区表现抢眼，人气旺盛，零部件参展商数量、总展出面积都较上届有明显增加；展品技术含量、展台搭建水平明显提升。我们展会上的一些零部件参展商，同时也是 IAA 的展商，他们不仅带来了先进的技术和产品，也带来了先进的参展理念和大量的专业观众，为展会增色不少。



特点四：

展会媒体传播推广覆盖面更广，更加精准覆盖专业人群。100 余家媒体对展会进行了全方位报道，主要包括报纸、杂志、电视台、门户网站、商用车专业网站、新媒体、自媒体等。其中，虽然移动媒体和网站邀请的数量不多，但是传播效果非常好，与展会合作的传统媒体，也主要利用其新媒体进行传播。实践证明，以新媒体为主、传统媒体与新媒体相结合的传播模式，为展会宣传推广带来了不错的效果。

观众情况：

本届展会的观众超过 3 万人次。根据现场统计数据分析，在专业观众所属行业的数量上排名前三的分别为“专用车企业”、“物流运输”和“零部件企业”。专业观众行业和工作性质主要包括：

专用车企业、物流运输、零部件企业、国内外卡车和主机厂的管理、产品和技术开发、采购、销售及售后服务；装备制造、建筑工程、石油化工的相关专业技术人员；湖北省及其他省市的市政管理和政府部门公务员；商用车相关行业的科研院所、行业机构及大专院校的专业观众。

本届展会除了我国大陆、台湾、香港、澳门观众以外，还吸引了来自美国、意大利、德国、俄罗斯、西班牙、荷兰、日本、波兰、蒙古、加拿大、新加坡、泰国、韩国、马来西亚、加纳、毛里求斯、沙特阿拉伯、阿富汗等海外观众。本届展会的专业观众人数大大增加，特别是通过微信注册的观众人数比例较上届显著提升，绝大多数展商对专业观众邀请工作表示认可。

经过各主承办方的不懈努力，本届展会与上届展会相比，在参展商、展品、观众数量，媒体推广、同期活动等方面上了一个台阶，达到了预期目的，成绩来自不易。尽管如此，我们还应继续保持强烈的危机意识，虽然已经举办了四届，中国国际商用车展仍然处于培育阶段，参展商对展会的忠诚度依然不高，一部分企业还处于摇摆阶段，国外主机厂仍处于观望状态；专业观众对展会的认知度还不高，还没有形成参观习惯；展会的品牌号召力还不够强，展会平台的功能还不完善，来自其他展会的竞争仍然存在。希望各主承办方继续精诚合作，发挥各自优势，一步一个脚印，踏踏实实把展会办好。

地址（Add）：北京市三里河路 46 号　46 Sanlihe Road, Beijing, China　　邮编（Zip）：100823
电话（Tel）：（86 10）68595103　68594756　　传真（Fax）：（86 10）68595076　68594872
E-mail：tongtong@auto-ccpit.org　yangjingyao@auto-ccpit.org　zhangxiaomeng@auto-ccpit.org