



法兰克福车展：另眼相看

本刊记者 刘小勇

今年的法兰克福车展（IAA）从9月13日开始对媒体开放，至25日结束。关注新车的你，想必已经从网上大饱了眼福。在此，记者用5分钟时间，跟你谈谈新车之外的见闻。

总体来讲，看法兰克福车展似乎没有在北京或上海看车展那么累。也许是语言不通过滤掉了很多信息，也许是众多中国企业的缺席，让记者有种置身事外的感觉。与中国的车展相比，法兰克福车展确实有点不一样。

不一样之“历史”：

1897年，首届IAA在柏林举办，当时只有4家参展商，所以在一个宾馆就搞定了。1967年的第43届IAA的参展商就突破了1000家，达到1080家。观众在1977年的

47届突破100万，达到103万人。1989年，IAA参展商达到历史最高，为1946家。相比之下，中国的汽车展在这个时候才刚刚开始。德国今年是第64届国际车展，而北京国际车展2010年是第11届。这说明中国与欧洲不一样的车展历史与汽车工业的发展历史是高度关联的。

不一样之“规模”：

今年的法兰克福车展有来自32个国家的近1000家企业参加，展出了80多辆新车，展馆面积21万平米。相比之下，规模创历史之最佳的2010年第11届北京车展首次在中国国际展览中心新、老两个展览场地同时举行，共使用19个室内展馆，加上在新国展的部分室外展场，展出总面积近20万平米，与法兰克福车展已经差距不大。2010北京车展共接待78.56



》最美丽的前台



》淑女车模



》男模反而豁出去了

万海内外观众，与2009年上届法兰克福车展的84.5万人也相差不多了。历史虽然无法改写，但中国成为世界汽车第一大市场的现实让我们的车展规模很快与世界接轨了。

不一样之“活动”：

在IAA期间，主办方举办了国际汽车分析师早餐会、汽车设计师之夜、设计大奖评选、汽车电影节、汽车历史回顾等活动，以及国际轿车需求和电动车潜力、汽车金融服务、汽车税收、电动车标准化、包装标准化等多种主题论坛，并且在16日和20日分别举行了印度日和活动。相比之下，中国的车展搞论坛的不少，而活动的内容和形式则相对单调一些。

不一样之“整车厂”：

因为缺少中国众多的整车企业的参与，IAA的整车企业数量和品牌数量比国内少了至少一半，当然这也无可厚非，汽车企业的数量与汽车工业发展的历史阶段总是相对应的，比如在汽车工业十分发

达的德国，其125年的历史中，也曾诞生过400多个汽车品牌。

不一样之“德国军团”：

说跨国汽车巨头都把中国看成最重要的市场，那是不争的事实，但在车展的投入上，并不是这样。本届法兰克福车展，东道主德国的几家汽车企业无一例外的选择了超大规模投入，戴姆勒集团包下了整个2号展馆，搭建了上下三层的立体展示空间，还专门为参观者搭建了滚动电梯。宝马包下了整个11号展馆，大众也携旗下7个品牌占据了几乎整个3号馆。奥迪则干脆在室外的广场上自己建造了一个巨大的独立展馆。作为东道主的惊人气魄和艺术创造力，国内的企业还差得太远。

不一样之“车模”：

在北京或上海看车展，顺便的收获是能欣赏到美丽性感的车模，甚至有不少人看人重于看车，而车模穿着之暴露，大有互相赶超之势。而法兰克福车展上的洋车模们反而一个比一个“淑女”，端庄得体的形象与车辆同样般配。



》立体的奔驰展台

》最拥挤的展馆

》造型别致的奥迪展馆

》最牛展台法拉利

》冷清的长安展台

不一样之“前台”：

除了车模，德国车展上企业前台的工作人员同样是美女云集，展现出良好的企业亲和力，这一点，与国内的车展反差也很明显。

最聚焦的展馆——奔驰展馆（2号馆）：

还未进大门，就能看到2号馆外墙上巨大的奔驰商标。离入口最近的地理位置、最早的新品发布会、最新颖前卫的概念车forvision等，让奔驰展馆成为最聚焦的地方。

最拥挤的展馆——6.0号馆：

该馆有在欧洲人气超高的法拉利，和阿尔法罗密欧、JEEP等品牌，加上该馆本身比较狭窄，而新品发布又都安排在同一个上午，其拥挤程度丝毫不亚于北京车展。

最有创意的展馆——奥迪展馆：

在室外广场独立搭建，长100米、宽70米、高12米，白色的流线型犹如一艘巨大的豪华游艇，内有四个独立的环形主题展示区，更吸引人的是里面还设计出一条环形的试车跑道，足不出户就可以进行驾驶体验，而且可以边驾驶边欣赏展馆内琳琅满目的新车。

最遥远的展台——法拉利：

这是一个“只许看、不许摸”的展台，而且是在警戒线以外远远地眺望，硬要你去体会“距离产生美”的感觉。不过联想到法拉利在中国参展时同样的做派，记者内心反而平衡了，因为在这一点上，中国观众是享受到了国民待遇的。

最难找的展台——长安：

按照参展商地图的指引，记者专门去寻找中国唯一的整车参展商长安汽车公司所在的6.1号馆，但从6.0号馆来回搜寻几遍，却没有发现一丁点长安的引子。顺着楼梯爬到二楼，却只见一个狭小的空间里只有一个卖零食的摊位，一打听才弄明白，6.1号馆，还要再上一层楼。继续上楼梯，终于看到了长安汽车。几款新产品显然是经过了精心挑选的，只可惜是全场唯一一个与零部件为伍的整车企业，旁边是钣金修理设备之类的展商，参观的人寥寥无几。▲