

## 2015 第十届北京房车展完美闭幕 九月再相聚

【21RV 讯】3 月 22 日，由中国汽车工业协会旅居车（房车）委员会、21 世纪房车、房车世界主办的“2015 第十届中国（北京）国际房车露营展览会”在北京房车博览中心•房车世界完美落幕，已然成为房车露营产业的风向标。作为旅游行业新推动的房车露营产品，依然尽显“高大上”的风范。国内传统房车厂商、进口经销商品牌、与上下游相关联的配件产业、户外装备、露营地等企业均拿出了各自的杀手锏，大显身手。截止到 22 日 15 时，展会完美闭幕，多项成绩打响房车市场争夺战。



本届展会共设三个主题日：中国房车产业日、中国房车制造日、中国房车露营日；其中，产业发展论坛、行业品牌颁奖典礼、产业规划研讨会、房车改装研讨会、房车露营车友沙龙、精彩的现场互动环节，商家钜惠活动促销，丰厚的礼品，热情的服务等举措，给厂商与观众带来莫大的收获与惊喜。展会在全体工作人员的共同努力下，取得了圆满的成绩。



### 累积成交额突破 8 亿

数字见证，历经十届的中国北京国际房车展，在国内外的知名度和影响力越来越受到行业内的高度重视。截止到展会闭幕，经组委会工作人员初略统计，参展企业 350 家，参展面积 5 万平方米，累计销售额及订单达 8 亿，多项数据再创房车展新高，展会的成功举办，进一步夯实了中国房车产业的发展，巩固了北京国际房车露营展览会的品牌形象。

### 48900 人参观热度超预期

作为亚洲地区规模最大、档次最高、影响力最广的房车露营展览会，已经成为亚洲最高端的房车露营展示交易和消费平台，经过近几年的发展，其知名度在行业内早已深入人心。为期 4 天的展会，吸引来自 20 个国家和地区的 350 家参展商。截止到展会闭幕，从观众检录处得知，今年的展会观众数量达 48900 人到场参观，参展人数远超预期的火爆程度。



### 4000 名露营者到场扎营

在本届展会筹备之初，组委会对露营地增设了面积并加大了基础设施配套建设，品质与服务的提升吸引了来自全国各地的露营爱好者共同驻扎在此，其中，来自河南、河北、山西、山东、北京的露营爱好者居多，露营车辆总数超过 300 辆，人数 4000 余人。

### 海外房车开拓中国市场

兼具区域优势、行业优势和市场优势的第十届北京房车展，吸引了来自美国、德国、澳洲、日本、韩国等国际房车大牌纷纷亮相，众多品牌向中国消费者全方位展示高品质的房车，展会已经成为国内外房车品牌开拓中国房车市场必不可少的推广平台，同时也成为海外房车进军中国市场的不二之选，更是房车产业与露营文化寻找商业合作的最佳平台，影响力引领整个行业链。

### 赢得业内展商高度赞许

本届展会的参展商数量与往届相比呈明显上升态势，各国展商对本届房车露营展览会给予了高度评价，众多厂商纷纷表示，本次参展给他们创造了一个世界各地买家和观众交易的理想平台，与往届展会相比，不论是展会的流程、配套服务、组委会的热情，以及展会环境布局更加合理宜人，为展商和观众提供了诸多便利条件，参展效果比预期的更加理想，观众买家纷至沓来，北京房车露营展览会房车世界已经发展成为中国房车产业的最重要客源地，对推动房车产业的发展起到了积极的促进作用。厂商纷纷表示，今天九月份的第十一届展会将带来更加新颖的房车新品，为中国房车产业和北京房车露营展推广助力。





### 500 家媒体全方位报道

伴随着房车行业近几年的发展，组委会对媒体宣传力度进行了全面强化与提升，为进一步扩大本届展会影响力与辐射力，组委会邀请了 21 世纪房车网、CCTV、BTV 北京、旅游卫视、黑龙江卫视、腾讯汽车、新浪汽车、搜狐汽车、网易汽车、易车网、爱卡汽车、汽车之家等 500 多家主流媒体第一时间报道了展会盛况。



走过岁月，永不落幕，中国（北京）国际房车露营展览会的平台在拓宽，声誉在提高，收获在递增，发展在持续。2015 年 9 月 10-13 日，为期四天的 2015 第十一届中国（北京）国际房车露营展览会暨第六届中国国际露营大会将在北京房车博览中心房车世界继续创造辉煌，我们期待与您再相见！

## 部分展商对本次展会评价

刘玉蛟 销售部经理 长城汽车股份有限公司（览众房车）



这个展会在我们国家是最早也是最专业的一个房车展会，对整个中国房车品牌的推广和我们房车文化的普及起到了很好的作用。第十届展会无论是参展商的企业规模、参展的车型，还有客户的人流量，相比过去几年要大的很多很多，真的出乎我的意料。办得更专业、影响力更大，来自全国各地的房车专业人群都来了。不管是用户，还是我们企业，需要一个非常好的房车推广平台，来向全国的消费者推广我们这种房车的旅行文化，我觉得这个展会非常好，起到了这样一个作用。

刘杰 营销总监、副总经理 青岛春田科技车辆有限公司（春田房车）



春田房车连续参加中国北京国际房车露营展览会已经第十届了，是一个忠实的展会粉丝。我们每次来都有收获，展会第一天，我们已经实现销售与进单，有的车都已经提走了。作为中国的房车业来说，21世纪房车起到了一个领头作用。它给我们提供了一个销售时机、一个机会。在这里来参观的人和别的展会不一样，估计百分之七八十是带着购买意向来的，他不是来玩儿的，这个展会的含金量是最重要的一点。对我们的销售起了一个很重要的拉动。



## 展后报告

同时展会能够让我们在房车界最前沿的阵地了解一些新的房车的政策、一些新的朋友。这样对我们今后的发展超越都是很有意义的。



### 陆雄华 副总经理 上海汽车商用车有限公司（上汽大通）



非常感谢 21 世纪房车给我们这样一个平台，这给我们消费者和厂家提供一个很好的交流的平台，也给我们厂家和厂家之间提供一个很好的平台。今天来看房车展，我感觉真正的房车的春天也到了。我现在也非常愉悦，大家的成交量也非常好。说明大家喜欢房车，用户也逐渐喜欢房车。房车是一种生活的形态，将会被我们中国老百姓所接受。我希望能有更多的机会，和大家来探讨房车的发展。也希望能和同仁们共同努力，把中国的房车事业搞得更好。

### 蒋宏 总经理 北京海姆国际房车销售有限公司（海姆房车）



来到房车世界、21 世纪房车展的平台，受益匪浅。21 世纪房车的平台是目前我们房车家族里最专业的一个平台。21 世纪房车的展览会是一个国际的、接地气的房车展，今年感觉非常深，以专业角度来讲，观众专业度非常高，上了一个大的台阶。第一天参展开始，我们的成交量非常可观，这正是因为基于一个专业的平台，因此选择这个 21 世纪展览会的平

## 王国海 总经理 浙江戴德隆翠企业有限公司（戴德汽车）



这个展会在国内的影响力是最大的，我从事房车行业十几年，每年都到这个展会来。我现在在戴德隆翠也非常关注国内房车产品的发展。我们认为这个展会能够推广我们的产品，让我们更多地了解其他厂家的产品，互相学习、互相借鉴。这是个非常好的平台，它肯定对中国房车的发展有极大的促进作用。所有厂家都拿出自己最好的产品来参加这个展会，这就说明这个展会在国内的影响力非常成功。

## 滕波 总经理、CEO 山东梦之旅房车有限公司（梦之旅房车）



21 世纪房车展应该是最全、规模最大、客流量最大的一个房车展。应该定义说，21 世纪房车展是最专业的一个房车展。今天不到一天时间，我们销售了 14 台房车，真正的房车市场到来了。原来好多人来了只是看、不下手，现在直接来了下手。21 世纪房车展并不是为我们公司，而是为所有的房车企业搭建了一个平台。使购买者和厂家之间有一个直接面对面对话的平台。这是为中国房车界做了一个里程碑事情、一个非常重大的事情。



赵丽娜 公告工程师、电子商务部、经理 北京天坛海乔客车有限责任公司  
(天坛房车)



这个展会有来自全国各地的专业级别客户。与以往相比，今年的展车多了，也意味着我们的房车市场已经在逐步的向前走进。这个展会能够坚持这么多年非常不容易，能够继续坚持下去也是我们中国房车产业非常幸运的一件事情。因为有人努力的在为这个行业去做推动的工作。能够让更多的房车爱好者看到我们的产品、了解我们，这是对我们品牌上的一个宣传和推广。

胡青松 销售副总经理 中海龙盾集团、广州龙盾汽车销售有限公司（中海龙盾）



北京房车展是中国乃至亚洲最大的房车盛会，对我们未来的产品推广是非常大的建设意义。之前几届展会我们也都来参观过，这次展会明显的感觉到比以往多好多。从人流量方面，第一天就感觉人很多了。说明我们中国的房车业发展非常迅速。一上午我们的意向客户大概有 20 个，这个成绩非常可观，给我们很大的一个惊喜。说明这个展会是非常成功的。

钱军 董事总经理 浙江锐野专用车辆有限公司（阿莫迪罗）



这个展会人流量非常大，是房车界公认的全国盛会。每年春天的第一场展会，在时间上来说是第一场具有规模的展会。我相信全国的房车爱好者包括业界都会在第一时间来观察房车产业的动向。我们虽然是一个很小众的品牌，我们也希望加入到房车的这个大家庭来。

#### **Bruce Loxton KING OF THE OFF ROAD**

We have been watching the Chinese market for five years, we think it is the timing to introduce our caravans to China. 21 RV is the opportunity to customers and other people that could be the exhibitors. I think there are more visitors and more general interest to the market. We are meeting people today from all over China.

#### **Christian Geisreiter Managing Director of Truma China**

Beijing RV Exhibition is very famous for the end customer and the end customer is the real user for the product of Truma. We want to keep in touch with the customer and get feedback from them. The whole RV industry increases year-by-year 100% in China. I attend the RV exhibition last year here in Beijing and see customer double than last year. The exhibition is very helpful to the development of our company because we think can improve 100% from here.

#### **Dirk Valder Manager Product Management RV of THEFORD**

For us, Beijing RV exhibition is a very important show. It has a long time history in the market and very well-known in Chinese market. We want to show our product here to everybody and answer questions. It has a big value to us because huge numbers of people come here. Also from time view of point, it is spring. This show enables us to join in the early stage and be a part of the early stage. As more people coming, we can catch more people to use our products from this exhibition.

#### **郭怡 总经理 阿特吾德贸易（上海）有限公司**

第一，人气。第二，越来越专业。

通过这个房车展可以看到更完备的产业链，横向及纵向的发展。

从参展到现在已经有四五届了。这个展会最大的亮点，是与车友露营者一起生活的气氛，把我们带到更好的生活境界。今年最大的进步，也正是玩家的参与度。供应链用专业国际的



## 展后报告



安全设备，对我们厂家乃至用户都是至关重要的。如果我们用更多的产品和供应链提供给玩家的话，会有更多的人步入房车的行业。这是一个很好的平台，对于房车玩家去展示全球各国已经成型的房车设备。

**藩景荣 副总经理 天津远泰模块房制造有限公司**



我们这次参加这个展会，确确实实吸收的客户比其他展会要多，其他展会好多逛半天了也没有购买意向。通过今天上午半天的时间，应该说也有了几家意向性的客户都已经定下来了，准备展会之后立马到我们公司签订业务。

**简震 总经理 帐篷酒店定制专家**



这是一个全新的领域，第一次参展之后，它把我带到了新的世界、新的行业。在这个行业，这个展会是最具影响力的。所以我们一直参展，收益颇丰。今年展会规模扩大了很多，我们搭的帐篷也从原来的两三百平米到了现在的几千平米。这个展会是整个房车行业的风向标。我们可以在此了解到房车业最前沿、最新的理念；另外，我们本身也是厂商，参加这个展会对我们销售、扩展市场有重大的意义。