

# 最低也要8万元的哈雷一年内将店开进杭州 时尚达人将有机会试试摩托婚礼

□时报记者 俞冲杰 文/摄

“突突……”随着一阵引擎低沉的轰鸣声,一匹血红的“烈马”飞奔而出,刹那间就已经从你面前消失在下一个拐角。只要你听到引擎发出的这种声音,不管你知道即将出现的是什么,你会自然而然地停下脚步,循声而去,行注目礼,任凭它飞驰而过时引起的气流,破坏你的发型。没错,它就是哈雷戴维森,也只有哈雷戴维森能给人带来这样的震撼。

上周日,美国顶级摩托车品牌哈雷戴维森在浙江宾馆内举行了一场试乘试驾活动。就哈雷未来在杭州市场的项目,哈雷戴维森公司亚洲区总经理华思迪先生接受了时报专访。

**时报(以下简称S):**华思迪先生你好,我在来参加活动的路上,就一直在疑惑,作为一个城区禁摩的城市,哈雷摩托能有多大的使用空间?

**华思迪(以下简称H):**目前来说杭州是一个禁摩的城市,但是我们发现在城市周围有很多风景宜人的地方,这些地方正是哈雷车主希望去游玩的地方,而且这些地方非常适合使用哈雷摩托。同时,我们和杭州市政府正在积极地接触中,希望能为我们哈雷提供一些特殊的政策,然后再一步一步的发展,逐步缩小限制区域。根据我们的实地考察,杭州周围很多道路和景区非常不错,也很适合哈雷的骑行,所以我觉得就目前的市场而言,空间已经非常巨大了。

**S:**哈雷已经在北京、上海和青岛完成了建店计划,下一步中有杭州吗?

**H:**我们当然很愿意在风景优美的杭州建店,我们很希望像法拉利一样,在西湖边建设我们的店,但是我们的销售模式不是直营,所以在选择经销商时,非常慎重。我们对经销商的要求不仅要有强烈的合作意向,要有一定的经济基础,更重要的是对生活充满希望,能量充沛,活力无穷,我们更希望合作的经销商对我们哈雷品牌本身有相当的了解。

我可以透露一点,我们已经启动了杭州建店项目,目前正在和经销商积极地洽谈中,就目前的进度而言,如果一切顺利的话,再过一年左右。当然,之后还有与政府和经销商之间的磨合,但是现在看起来,一切都比较乐观。

**S:**您是否知道,在中国,特别是沿海地区,有一定量的仿制哈雷、翻新哈雷和走私车等,这些车的价格甚至在售车价格的一半以下,你觉得这些车会对中国市场有冲击吗?如何应对?

**H:**这点我们从来不会担心,正如我们产品浑身上下都充满了高科技,我们十分自信地告诉全世界,我们的哈雷是不可能被仿制的,100多年来的哈雷发展史也证明了这一点。更重要的是,哈雷并不是徒有其表,而是它内在无可比拟的品质,这是水货不可能达到的高度。就算有人开着水货哈雷,它也不是真正意义上的哈雷,也不是需要哈雷的人想要的东西。

**S:**哈雷是以休闲摩托的姿态进入中国,在整个休闲产业链上哈雷有什么动作?

**H:**是的,哈雷作为重型摩托,除了能承担起基本的交通运输功能外,更多的是在生活情趣上的提升。哈雷已经逐渐从纯摩托文化向品牌文化发展,现在哈雷不仅有服装,还有日常用品,哈雷已经变得更有艺术感,更有品味。未来我们可能引入更多有趣的项目,比如,现在乐意创新的80后,他们可以租用我们的哈雷来举办摩托婚礼,我们的哈雷不会比任何一款汽车逊色,这在中国可能还没有先例,这正是他们想要的,而我们有很多国外摩托婚礼的经验。

**S:**据我所知在中国销售的哈雷,最便宜的一台需要8万元,贵的甚至超过40万元。你觉得高售价会不会阻碍哈雷在中国的发展?

**H:**在美国,购买哈雷的人群在40~65岁之间,基本上都是先购买汽车,再选择哈雷,只有少数例外。在中国,哈雷的定价甚至超过了普通汽车的价格,但是我相信,作为一款奢侈品,购买者需要有一定的经济能力,换句话说,购买哈雷的人,价格已经不再是衡量商品最重要因素,我并不担心我们的定价会有什么问题。



左:哈雷戴维森公司亚洲区总经理华思迪  
右:哈雷戴维森公司中国区经理杨保生

## 两年后 你会知道雅力士有多好

访广州丰田销售部销售部长黄智雄

□时报记者 章国瑜

上周一刚刚履新的广州丰田销售部销售部部长黄智雄风尘仆仆地赶来杭州,他的使命是在广州丰田战略重地揭开Yaris雅力士的销售序幕。

目前,在广州丰田的市场销量排行榜上,浙江在省份级别中位居前2,而杭州也在全国20多个主要城市中位居前6,因此,黄智雄此行可谓任重道远。6月26日,雅力士在杭州广汽丰田元通城北店举行了上市仪式,期间,黄智雄不停地向媒体以及潜在客户讲述雅力士的成功法宝“QDR”,一时间,这三个字母变成了比新车更为神秘的谜语。就在老记们也不是很习惯这类英语舶来词时,黄智雄宛然一笑:“2年后,你就会知道雅力士到底有多好。”

**时报(以下简称S):**开门见山,雅力士有多好?

**黄智雄(以下简称H):**我评价雅力士是秀形于外,慧识于内。一辆车好坏的区别,在于其行驶10万公里之后是否还能够依旧如常运转。在国外,保值率、故障率等正成为衡量汽车价值的重要标准。

按照丰田的做法,产品的制造工艺、材料运用如何,产品是否可靠和经久耐用等,被归纳为——Quality高品质、Durability耐用性、Reliability可靠性,丰田视之为产品的核心价值。雅力士继承了丰田产品核心价值QDR,是全球最安全、故障率最少的两厢车之一。广州丰田赋予雅力士“三位一体”的保障体系,可总结为“中高级车的安全、中级车的动力和小型车的经济性”。

**S:**体验价的概念很有意思,价格公布前后是否还有有趣故事吗?

**H:**6月10日,我们在北京公布了Yaris雅力士的MSRP(厂商建议零售价)9.19万元至13.63万元,并宣布在2008年6月26日至12月31日期间,全国各地经销商将同时启动一个为期半年的双体验活动:体验雅力士的卓越产品力,并感受与凯美瑞同等的尊贵服务。

当时,我们跟全国核心媒体说,我们的成本放在这里,如果你们觉得还能接受就请鼓掌,如果大家都觉得不行,那就作罢。随后,大厅里鼓起掌来,我们心里的石头也终于落了。(笑)

**S:**谈谈雅力士的客户定位和配置。

**H:**雅力士的客户定位于25~35岁,经济宽裕,追求品位的群体,他们重视心理上的满足,快乐、自由、智慧与追求上进。

我们还针对人群特点,推出了i-Yaris系统,这是国内目前功能最全面、操作最直观的网络汽车选配预定系统,i-Yaris系统已经预配了灵速、灵雅、灵跃、灵尚四种不同风格的精品套餐,顾客不想用预配的套餐,也可以单选,或在套餐的基础上进行加减,系统里总共有34种精品可供选择,包括高级座椅套、倒车雷达、车载便携式导航、带转向灯的外后视镜等。

## 1.5L新旗云上市 “分分钟收复国内失地”

访奇瑞汽车副总经理李峰

□时报记者 赵凝

昨天,奇瑞旗下首款1.5L排量车型——新旗云在上海上市。奇瑞称这款车的定位是“专为节油而生”,历时3年倾力打造,共有标准型、舒适型、豪华型三种车型,全部搭载动力强劲的ACTECO1.5L发动机,售价分别为5.28万、5.68万、5.98万。继旗云车型市场保有量累计突破40万台之后,此次新旗云的重磅推出,显示了奇瑞汽车对其征战国内经济型轿车市场的强大信心。

发布会上,奇瑞汽车股份有限公司副总经理李峰等高层接受了记者专访。李峰笑称,2008年上半年因为没有新车,所以一直没有发力,随着新旗云的上市和将于9月份上市的奇瑞A3,奇瑞收复国内失地是“分分钟的事”。

### 1.5L新旗云为节油而生

此次上市的新旗云,不仅填补了奇瑞1.5L排量车型的空白,更直称是一款为目前“高油价时代”量身定做的经济车型,可以为用户带来更为经济的使用成本。

首载新旗云的ACTECO1.5L发动机,是我国首款自主品牌SOHC-16V(单顶置凸轮轴16气门)结构发动机,集超强劲力性能、经济燃油指标、国IV排放标准于一身。它与新旗云匹配,结合了充分优化的气道设计,进排气呼吸面积提升15%以上,10.5:1的高压缩比使发动机更接近理想的燃烧状态,燃油燃烧效率大大提高。

据新旗云在芜湖20辆出租车试用半年的成绩来看,其城市综合路况百公里油耗为6.5L,与以往的1.6L车型相比,节省燃油20%以上,相当于每行驶1公里就能为消费者节省0.12元的燃油成本。综合计算,每年可以为用户省下数千元的燃油费用。

新旗云在外观上改变不大,只是增加了全新晶钻组合前大灯、LED高亮度后尾灯以及ACTECO新尾标,另外在技术、性能以及内饰方面作了改进。

### 奇瑞2008“扬外避内”收成不错

李峰称,他们早就料到中国市场已经是全球竞争最激烈的市场,所以,他们对2008年的定的目标是,国内、国外两条腿走路,对国内市场的销量不作增量要求,只要求做好客户满意度,而在量的增长上,转攻国外市场。没想到取得了很好的效果,在别的汽车企业日子不太好过时,他们的利润率却创下新高。

据李峰介绍,6月份,奇瑞的国内销量是1.2万台,出口是1.3万台,上半年已经突破了20万台,和去年基本持平。虽然国内市场有下滑,但李峰认为,随着新旗云的上市,收复国内失地,是分分钟的事。

## 入门级豪华车不会转嫁 大排量消费税成本

□时报记者 孔繁亮

上周六,由杭州凯迪拉克品鉴中心浙江米卡迪举办的“全新凯迪拉克CTS杭州试驾会”举行,在杭州与千岛湖之间往返试乘试驾近400公里,全杭州汽车媒体代表充分体验了新CTS的强大动力与豪华配置。在千岛湖开度假酒店,时报记者采访了凯迪拉克全国销售总监司剑青、上海通用公关部高级经理郭凤兰以及浙江米卡迪总经理张建业。

针对美国原装进口新CTS的市场前景,以及即将实施的大排量车型消费税对豪华车市场的影响,三位领导做出了细致的诠释。

豪华轿跑及豪华商务轿车市场多年来一直由“BBA”即BMW、Benz、Audi所三分天下,但新CTS的出现将直接攻击“BBA”入门级车与中高级车之间的空当。

采访中,上海通用高层对时报记者表示,新CTS在北美市场的定位介于3系与5系之间,同样也高于奔驰C级,在排量上也超越奔驰E级入门档。这是一个近乎空白的车型划分区域,新CTS在全新平台基础上加宽、加长了车身,在尺寸上直接超越了“BBA”的入门级家用轿车,直接与奔驰E级发生竞争,轴距仅次于国产加长版宝马5系列。

而在动力性以及豪华配置上,新CTS拥有3.6L V6直喷发动机,技术参数全面达到世界领先。米卡迪张建业总经理介绍说,本店销量最大的新CTS集中在2.8豪华型与3.6运动型上,售价分别为41.8万元与44.8万元,相当于用入门级进口豪华车的价格买到中级豪华车的配置,性价比颇高。

### 面对大排量消费税 上海通用姿态谨慎

面对即将提高的大排量汽车消费税,上海通用高层表示出了谨慎的姿态。由于凯迪拉克品牌进入中国市场时间不长,抢夺下的份额相当珍贵。而入门级豪华车消费市场价格的敏感程度决定了新CTS将不太可能转嫁消费税成本给直接消费者。

张建业解释说,目前,4.0L以上的车型消费税将由20%上调至40%,这块成本对于大排量的SLS、SRX和凯雷德将造成影响,此类车型有可能涨价。但新CTS排量最高仅为3.6L,低至2.8L,消费税仅上调8%,上海通用作为凯迪拉克进口车型总经销商,消费税上调的成本,或将由上海通用承担。