

继在“印象西湖”举行全国乃至全球上市会后,7月5日,在宁波的天马游船上,一场别开生面的水上上市盛典又拉开了上海大众LAVIDA朗逸在浙江地区的上市序幕。时报记者作为参与这次盛典的唯一省级媒体亲身感受了这次纷繁有趣的上市活动,毫无疑问,LAVIDA朗逸作为今年上海大众的唯一新车,受到了厂家以及浙闽销售服务中心的最大重视。

□时报记者 章国瑜



## 朗逸全国上市之后再浙江上市盛典 “两岸三地”试驾做足营销

### “两岸三地”上市试驾夺人眼球

7月5日,上海大众举行了一次被称为“两岸三地”的试驾活动。起点设在杭州湾跨海大桥的北岸嘉兴,20多名兴奋的嘉兴客户驾车穿越这条水中蛟龙来到大桥南岸的慈溪后,30多名慈溪的意向客户接力试驾朗逸到了宁波,最后在宁波的东钱湖,宁波朗逸爱好者在38℃的烈日下,依然热情高涨地完成了活动的冲刺。

浙闽销售服务中心副总经理曲晶鑫介绍,这次全国上市放在水光山色的西湖后,大

部分地区都把朗逸上市活动与水联系在一起,我们想尽量让潜在用户对朗逸的风格和风度有一种不同以往车型的感受。而接力试驾则跟奥运会火炬接力形式颇为相近,也契合了上海大众作为北京奥运会赞助商的身份。

活动效果是显而易见的,嘉兴的多名潜在客户在试驾沿途的几个换乘点上甚至还交换车辆,感受1.6L和2.0L不同排量不同配置的车辆。在高速上,我们能体会到即便在130km/h以上的速度,朗逸的噪音控制依然做得相当出色,在同级别车中属于上乘。

上海大众慈溪一得4S店的总经理童天真则表示:朗逸的吸引力非常巨大,尽管上市仪式还没做,但是展厅里已经有许多人慕名而来。他对朗逸的成功充满信心。

### LAVIDA短期现车供应不足

据悉,首批上市的前2008辆LAVIDA朗逸是上海大众特意精心准备的奥运版车型,极富纪念意义。这也是上海大众作为2008北京奥运汽车合作伙伴成员企业,与消费者共享奥运激情的又一献礼之作。朗逸目前的供货暂时较为短缺,三个地

区的经销商都表示订单暂时供不应求,杭州地区也是如此。浙闽销售服务中心的负责人介绍,生产LAVIDA朗逸的二厂已经由两班改为三班倒,预计能在8月左右解决供货问题。目前1.6自动车型的货源较多。

此次上海大众共推出1.6L、2.0L两个排量共六款车型,价格区间从11.28万到14.98万元,其中品悠版1.6手动11.28万元,品悠版1.6自动12.48万元,品轩版1.6手动13.38万元,品轩版1.6自动14.58万元,品轩版2.0手动13.78万元,品轩版2.0自动14.98万元。有传闻说,未来朗逸还将配置1.4T发动机。

## 去体验,不要只关注价格!

广州本田总经理大河原荣次 推销新飞度

□时报记者 章国瑜 文 孙丽 摄

媒体习惯叫他“老总”,而下属却喜欢称呼他“老大”,最标志性的动作是在公开场合与中方副总经理付守杰联手竖起大拇指,在私下交流中一不小心就会露出其乐观甚至带些孩童般狡黠的笑容。这就是广州本田总经理大河原荣次。

他可以在新闻发布会上活泼地反问记者,也会拉住记者钻进汽车,亲身做一回车型讲解员。为了保证广本的产品最大程度地FIT中国消费者,他可以连续站立2个小时接受全国媒体的采访,这个史上身价最高的汽车讲解员唯一的不合格之处也许是:中文还没过关。

7月2日,广州本田新一代飞度(FIT)上市,首批上市的共有1.3L、1.5L两种排量五款车型:1.3MT舒适版8.68万元,1.3AT舒适版9.68万元,1.5MT豪华版10.38万元,1.5AT豪华版11.38万元,1.5 AT炫酷运动版12.98万元。同时,新飞度将享受与第八代雅阁相同的“整车三年或10万公里”保修政策,这也是国产高端两厢车市场上的最高标准。

在新飞度发布会现场,大河原荣次依旧保持FIT风格,在接受时报记者采访时表示:不要盯住价格,体验新飞度,你才会发现其价值。

时报记者(以下简称S):YARIS于飞度前一周上市,让广州本田与广州丰田的关系显得更加针尖对麦芒,如何看待YARIS与飞度的定价?

大河原荣次(以下简称D):竞争对手的定价有其合理性,我们不去考虑,对于飞度8.68万元-12.98万元的定价,我们考虑到诸多因素,力求找到平衡点。新飞度90%的零部件是新的,特别是发动机是全新的,在这种情况下再考虑到一些成本控

制我们认为飞度的定价是达到了一个平衡点。需要强调的是,媒体和消费者们不要单纯对价格过于敏感,我觉得更好的方式是去体验这个车,空间、配置、操控,他会告诉你真正的价值。

S:目前国内小车界CROSS车型风生水起,CROSS POLO、MG3 SW以及SX4等同级小车都推出了此类车型,飞度有这样的打算吗?

D:没有一个车型在多样化方面可以做到尽善尽美,但是你看新飞度你会发现无论从空间上或者底盘上,他的改装潜力都是相当大的。(亲身示范)新飞度比老飞度在后排座椅又向后位移了一些,我想国内大多数小车都注重操控,但是飞度却在乘坐舒适度上面也达到了新程度。

S:人们现在都把目光聚焦在不断上涨的油价上,你怎么看待他给汽车行业带来的影响,同时对广本会有什么影响?

D:由于不断上涨的油价,欧美市场都出现了汽车消费萎缩,中国目前还是一个新兴的市场,或许影响不会太大,不过欧美一些废油的车确实将会被淘汰。对本田而言,本来就致力于省油,包括第八代雅阁就比老款省油8%以上,当然,像新飞度这样的省油小型车将更适合这个市场。

S:21.98万元的八代雅阁2.0 NAVI版为什么在新飞度的上市仪式上发布?厂家有怎样的期望?

D:我们得到许多2.0的客户反映,希望能配备高级配置,因此迅速推出了这一车型。目前2.0L与2.4L在销量上的比例大约为50:50,我们希望这个新品能给2.0L车型带来更大的市场。不过雅阁的主销车型依然是2.4L。

■时报记者联盟

□时报记者 俞冲杰

## 想学车,看时报 报名学驾即送彩屏手机

很多读者来电称喜欢我们的时报驾校联盟,还希望参加优惠活动。经过极商议,驾校联盟决定从今天起到7月31日,推出“夏季学车特惠”,C2自动挡:4018元,C1手动挡贵宾班:4018元。

时报特地联系了刚被评上省十佳驾校的杭州广大驾校,杭州广大驾校获得了3A信用等级考核优胜单位等荣誉称号。广大驾校校长黄兰兰推出了一个特惠班,报名学驾送手机,学车价格4018元(包含所有费用),凡时报读者报名学车,即送价值388元CDMA彩屏时尚手

机1部(其中包含:153手机号一个,80元话费,30元开通即充入,50元分十个月充入)及广大五周年纪念杯1只。驾校承诺绝对不吃拿卡要,教练员认真负责。同时,广大驾校目前在城东和城西均拥有培训基地,读者可根据情况选择。

时报学车报名优惠方式:拨打81779966报名登记身份证资料,时报将把您的资料转给驾校,之后凭身份证前往驾校享受优惠学车待遇。

同时,如有另外的驾校愿意为时报读者提供优惠的价格和服务,也欢迎与我们联系。

## “无成本养车”成竞争王牌

北现承诺“5年/10万公里”  
飞度“3年/10万公里”保修

除价格之外,还有没有更吸引消费者的促销手段?答案是,那就是服务升级,以“无成本养车”的名义,让准车主痛快下单。

7月4日,北京现代宣布其售后服务全面升级,其所有在2008年1月1日以后售出的非营运车辆,发动机、变速箱总成的保修期从2年/6万公里延长至5年/10万公里。同时,针对目前消费者普遍关注的汽车消耗品配件包括12类零部件,也有3个月/5000公里的保修政策,而此前业内其他厂商大多采取不予保修或有限保修的政策。

而7月2日,广州本田新一代飞度也宣布,新飞度将享受与第八代雅阁相同的“整车3年或10万公里”保修政策,这也是国产高端两厢车市场上最高标准的整车保修政策。

□时报记者 赵凝 章国瑜

### 新飞度跃级冲击家轿市场

业界有观点,新飞度正与传统A级轿车靠拢,而整车三年或十万公里保修政策不仅将影响到A0级的所有竞争车型,也将给传统的A级车市带来冲击。

即使不算外观的革新,飞度在空间、操控、安全、舒适度等方面的几大亮点已经不输于更高一个级别的车型,而也在差异化或者说细分市场上与讲究造型的马自达2和要成为个性化精品小车的雅力士分清了界限。

8万-9万元区间的传统三厢家轿市场正由于老别克凯越的退出而稍显落寞,老伊兰特目前正独占其利,飞度虽然自称是两厢车市场的领军车型,全面的革新显然在需求方面已经完全满足更高级别的车市消费者,具备了“跃级”的能力。

### 北现“5年/10万公里”底气足

发动机、变速箱总成作为汽车组成最重要、最昂贵的部件,其质量和耐久性也一直是汽车消费者关注和投诉的热点。而一些常用的汽车消耗品零部件,如制动系统、离合系统、火花塞、玻璃等是否保修,也经常成为消费者和厂商争执的焦点。北京现代针对这两大汽车消费者最关注的问题做出延长保修期的决定,极大地保障了用户对于汽车质量及维修的后顾之忧。

北京现代的售后服务,将其发动机、变速箱总成的保修期从2年/6万公里延长至5

年/10万公里,远远超过了目前多数品牌的保修期;5年/10万公里”并不是一个可以轻易承诺的数字,北京现代何以超越诸多一线品牌,把售后服务标准提升到一个全新高度?分析认为,这主要源于其对自身产品质量和品质的自信。

近几年,北京现代旗下汽车品质连续多次得到J.D. POWER等权威调查机构的一致认可,IQS(新车质量)成绩一直位居业内前列。同时,北京现代的产品品质也经受了市场和时间的考验,资料显示,目前在北京、杭州、山东等全国很多省市的出租车市场,北京现代索纳塔、伊兰特连续营运5年以上,累计行驶里程超过60万公里无大修的案例数不胜数。

### 售后服务比拼高潮将来临

根据测算,购车、用车、维修是汽车消费支出的三个大项,分配比例约为3:2:5。买车只是汽车消费周期中的短暂一环,保养和维护才是一个长期工作。因此,消费者在选车时,除了要看价格和品牌外,更应考虑售后保修期、维修网点、服务质量、配件价格等因素。

事实上,服务从来就是北京现代的一大竞争优势。J.D.Power发布的2007年中国售后服务满意度调研(CSI)报告中,北京现代的售后服务水平持续提升,位居行业第四。

北京现代此次售后服务升级,大大延长保修期,在售后服务方面领先了一大步,从某种意义上,北京现代的售后服务升级,为整个行业树立了一个全新的售后服务价值标杆,可能将引发整个同级别车市售后服务提升的高潮。