

除了玻璃轮胎我们什么都保

——访丰田汽车(中国)投资有限公司副总经理曾林堂

2005年进入中国的雷克萨斯,连续两年增幅超过100%。然而,受整体市场不景气、消费税政策以及金融海啸的影响,这种高速增长的态势陡然受阻。不过,日前在上海举行的雷克萨斯尊贵体验之旅活动中,丰田汽车(中国)投资有限公司副总经理、雷克萨斯中国负责人曾林堂还是用他那不太纯正的“国语”对记者说:“明年,我们的增幅力争高于豪华车市场的平均增幅。”

中国是金融危机的避风港

曾林堂表示,金融海啸波及全球,当然也包括中国,但中国由于政府及时出台救市政策,将很大程度上缓解这股冲击波。国外有个说法,叫“中国是金融危机的避风港”。但影响肯定是有的。他预计2009年中国乘用车的销售增长率将为零甚至是负增长,但金融海啸对豪华车销售的不利影响将小于普通车型,因此他认为明年的中国豪华车市的增长率可能达到3%，“而雷克萨斯要力争高于平均水平”。



除了轮胎和玻璃我们什么都保

豪华车的消费者最看重的是什么?曾林堂说是“安心”——花钱买安心。他们曾做过一项调查,发现有75%的豪华车主抱怨售后服务费用太高,有人表示头3年花在维修保养上的费用达到购车费用的1/4。“这也使我们推出4年10万公里免费保养和保修的

原因。”至于都“保”些什么,曾林堂说内容“实在太多”,只能说“不保”什么——轮胎、玻璃以及碰撞导致的损坏不在保修之列,其余通通免费保修。

雷克萨斯要创造“四赢”局面

雷克萨斯在中国大陆的特许经营网络成立于2005年3月,目前有43家4S店,分布在36个城市,预计到2009年年底这个数字将达到70家。曾林堂表示,因为未来市场的不确定性,雷克萨斯已经停止了新的4S店审批计划。“我们要确保和市场发展同步的网络扩张步伐,避免出现超饱和的局面。”曾林堂说,经销商之间的过度竞争最终会损害消费者的利益。他说,雷克萨斯一直致力于创造“四赢”的局面,即车主、经销商、总代理和厂家四方共赢,而且这个排序是不变的,也就是说消费者赢了,经销商、总代理和厂家的利益才能有保证。也因此,雷克萨斯从来不给经销商压货,曾林堂透露,目前雷克萨斯的库存只有不到一个月的供应量。快报记者 常青 文/摄

全新技术 高端享受 LS460L 周末试驾会即将开幕

国内首款具有智能泊车系统的高档豪华轿车 LS460L,本周将在南京亮相。据悉,南京中佳 LEXUS 推出的此款 LS460L,是国内首款拥有智能泊车辅助系统的车型。

是通过车身后侧面的4个传感器来测算车位距离得到准确的人位角度数据。在实际操作中,只需低速经过空闲车位停住并挂上倒挡,显示屏上就已经可以显示出车位的环境,选择你要停车的位置后,系统自动启

动。松开刹车,车辆缓缓后退,在达到合理位置时,方向盘自动旋转使车身顺利倒入车位。此外,11月8日您还可至南京地区经销商参加当日的新闻发布会、艺术品鉴赏活动,另有试乘试驾项目等你参加。

www.lexus.com.cn

LEXUS 雷克萨斯

泊车艺术,谁能比你更精通

LS460L

创新智能泊车辅助系统,真正品位,完美驾驭。为您提供全新460L,尊贵自由,优雅从容,尽显尊贵气质,带您领略全新境界,尽享尊贵生活。

LS460L / LS600HL ——现车到店,敬请品鉴。

11月8日,艺术收藏品鉴赏会、专家鉴宝活动,敬邀光临。

——在中国收藏史上,由著名收藏家王东岳老师与江苏工艺美术协会南京分会各位专家共同鉴赏艺术收藏品,其价值与艺术水平。

LEXUS 雷克萨斯特许经销商

江苏中佳

南京市雨花台区宁南大道38号

025-5288 0888

回馈社会是我的责任

——访宝马 X6 车主吴维骏

今年10月中旬,宝马中国发起了针对车主“说出您爱心故事”的活动,由BMW授权经销商全体员工对故事进行投票。作为南京凡德的获胜者,10月底,吴维骏先生同其他三十多位华东地区的宝马爱心车主们前往沈阳参观了华晨宝马工厂,在难得相聚的短短几天时间内,大家一起互相分享了各自的爱心故事。

从宝马3系到5系直至现在的X6,在众多车中吴维骏唯独对宝马情有独钟。说起这份割舍不下的喜欢,他将原因归结到了宝马的品牌文化。“在选择新车的时候,也会在几大品牌之间犹豫,但最终还是会选择宝马作为自己的座驾,就是因为它的品牌文化和我个人的生活理念、价值观念都是完全符合的,富有挑战、创新、运动。”

5.12汶川地震后,宝马中国和华晨宝马联合中华慈善总会共同设立了“中华慈善总会宝马爱心基金”,并共同投入1000万元作为启动资金,长期作为宝马员工、宝马经销商、宝马车主和其他社会爱心人士的爱平台。目前,这笔资金正用在灾区的重建之中。

厂家在积极行动的同时,活跃在网络宝马车主群内的吴



维骏和其他几名热心公益事业的车主们也发起了向灾区捐款的活动,大家一拍即合,最终决定开车去灾区给受灾的群众提供最直接的帮助。近十名车主开了三辆宝马X5从南京、上海向甘肃受灾地区挺进。到达灾区后,桥梁断裂路面损毁,大家就步行两三个小时来到了位于武都区石门山小学。在灾区的3天中,吴维骏和同伴们吃喝都在车上度过。最终与当地教育部门达成协议,以宝马车主的名义捐建一所希望小学。

江西九江山区贫困小学献爱心,句容茅山小学送温暖,每一次由宝马组织的公益慈善活

动,吴维骏总是在第一时间放下手中的事情积极投身其中。

宝马团队对于环境保护的关注,道路交通安全从娃娃抓起等一系列公益活动的开展,都让吴维骏明白了一个道理:企业不单单是要宣传商品,更重要的是一个品牌应当勇于承担起来的回馈社会的责任。而现在承担社会责任早已融入了他每一天的生活之中,行车道上多踩几秒钟的刹车,人多的地方放慢驾驶速度——大到捐款捐物,小到生活的每一个细节处,吴维骏正在用自己的行动实践着一个宝马人应具备的品质。汪庭竹 文/摄

东本首届 CR-V 拉力赛即将抵宁

2008年“东风本田首届CR-V拉力锦标赛”开赛在即,各车队车手正在积极进行赛前最后阶段的准备工作。远离赛场的众多车迷也在日历的翻转中翘首期盼赛期的到来。而11月16日开始的南京拉力赛期间,CR-V车迷们将有机会幸运地亲临拉力赛现场,与车手和赛事进行近距离接触。

据此,据位于南京江北的东风本田·南京宝铁龙通运店的市场部经理透露,为了满足广大车友对汽车拉力运动的热情,特于本站赛事期间举行车友拉力观摩活动,为东风本田车迷和拉力爱好者提供亲临拉

力赛现场的机会,届时,将有近百名车友得以近距离直击赛事,并为东风本田中国拉力车队呐喊助威。观摩活动内容设置十分丰富,东风本田CR-V拉力观摩团的成员不仅会在组织的引领下进入观赛地点,实地领略精彩的拉力赛事,还将到维修区进行参观,感受拉力赛氛围、了解拉力知识、与东风本田车队的车手合影。拉力赛结束后,还将与车队成员共进午餐,进行交流,分享赛后的轻松愉悦。

据业内人士分析,本站南京拉力赛既是

2008年全国汽车拉力锦标赛的第一站比赛,即将上演的精彩不言而喻。相信通过车队的精心备战,加上众多车迷的现场助威,东风本田CR-V车队将全力以赴,创造辉煌战绩。

宝铁龙车友俱乐部	
东风本田	: 58490999
东风悦达起亚	: 52631118
大众斯柯达	: 52631116
东风小康	: 52636297
东风卡车	: 85565517

人·车·房

11月1日至2日,南京凡德携手长发地产,在长发中心CFC举办了一场别开生面的德意志文化派对。德国宝马汽车、德系风格建筑、德国黑啤、德国乐队,一切皆以德国文化为主题,彩绘大师现场在人体模特身上创作的建筑彩绘亦表达了德国的建筑理念,让现场的来宾深深感受到了德国情调。本场活动更是邀请到了特殊的模特——一黑一白两匹拥有纯正德国血统的骏马,宝马与“宝马”相互辉映,在闹市区形成了一道别样的风景线。南京凡德此次展出了730Li经



典版、330CP、Z4敞篷以及在上个月的南京国际车展上刚上市发布的MINI Cooper S,体

现了经典与时尚的完美结合。图为天风汉韵的车模在Z4敞篷车前展示人体彩绘。常青 摄

销量翻番比亚迪再鼓余勇

明年目标:40万辆

日前,比亚迪汽车相关人士在接受记者采访时透露,“实现2008年20万辆的销售任务已比较轻松,明年目标销量再翻番,达到40万辆”。

F3、F0合力夺冠
2008年比亚迪F3表现抢眼,连续数月稳居“万辆俱乐部”,目前已经拥有了25万的市场保有量。自F3发动了金牌攻势以来销量稳步增长,到九月销量达到12455辆,入主销量排行榜前五。

F0作为比亚迪9月刚刚

推出的一款A00级精品小车,上市前就一直备受关注。刚一上市,就在微车领域掀起了一股精品化的风潮,F0首月销量便达到10059辆,一举杀入9月销量排行榜前八。

2009年销量目标40万
受原材料价格上涨和成本压力的影响,在整个汽车行业下半年呈现明显的下滑趋势,比亚迪却一如既往地实现着100%的增长,其强大的产品力和精准的营销能力再次显示出了巨大的威力。

据统计,F3和F0明年将承担约30万辆的任务,那剩余的10万辆,必须要由另一款主力的车型来承担。目前来看,F6将是不二选择。F6作为一款主打价格在10万以上,定位于中高级市场的车型,年销量要达到10万辆并非易事。因为10万以上价格区间的消费群体更在意品牌,以超值见长的比亚迪F6并没有取得像F3一样的成绩,所以F6如果明年想取得10万辆的销量,必须在定位和营销上有大的动作。