<u>涓 - 构選兼姤缃 - 涓 球鏃ユ湰鏂伴椈鏃朵簨 - 鍦ル棩鍗庝汉绀惧尯浜ゆ祦</u>

汽车

浣滆

鍙戝竷浜庯細2007/05/21 17:41

劳斯莱斯的女神车标采用传统的蜡模工艺,完全用手工倒模压制成型,然后再经过至少8遍的手工打磨 ,再将打磨好的神像置于一个装有混合打磨物质的机器里研磨64分钟。

劳斯莱斯在北京唯一的一家专卖店位于东方广场二层。要找到这家店并不容易,你要费上不少功夫,这种低调与劳斯莱斯的赫赫威名多少有些不相符。对此,该店经理芦瑾女士表示,因为劳斯莱斯面向的并不是广大的消费者,而是特定的极少数人群,对他们而言,更需要的是一个隐蔽而舒适的环境。据悉,在每年生产的 1000辆劳斯莱斯中,45%销往美洲,55%销往全球其他地方,而其中的四五十辆就销往中国。

那么,"劳斯莱斯"这四个字到底意味着什么?

"尊贵"芦经理表示,"这种尊贵来源于它的历史、品牌、销量、做工及个性化"。对此,无人可以质疑。公司创造人亨利.莱斯曾言:"车的价格会被人忘记,而车的质量却长久存在。"百年来,劳斯莱斯工匠们遵循这条做车的哲学创造出世界上最好的汽车。制造一辆劳斯莱斯轿车周期要16至24个星期,每辆轿车要装配8万个以上的零件,其中不少是人工制作而成。

品牌纳入宝马旗下后,劳斯莱斯更力求在性能上有一个大的飞跃,新款劳斯莱斯幻影采用6.75公 升的V12发动机,453bhp的马力输出,搭配六速自动变速箱,能够在5.7秒钟之内加速到每小时60英里,最大时速可达到150英里。

在东方新天地展厅内摆放着唯一的一款展车就是新款劳斯莱斯幻影,这是公司2003年归于宝马集团后出品的第一款车,也是特别针对中国市场所推出的车型。该车售价为545万元人民币,加上购置税、保险等,总费用不低于620万元。对于普通消费者而言,这无疑是个天文数字,但据芦经理介绍,该款车已在前不久销售出了第一辆,现在还陆续有买主在洽谈购车事宜。

据统计,在中国拥有劳斯莱斯的车主并不在少数,像老款劳斯莱斯在中国的持有辆为100辆左右。 买主多为上市公司老总,也有不少民营企业家,而未来中国的豪车市场潜力更不容低估。

由此,另一个问题也浮现而出,随着劳斯莱斯公司对车主身份的限制转向对财力的限制,但凡有 经济实力的人群均可购买,劳斯莱斯百年创下的尊贵内涵是否还能由此延续下去,还能延续多久?对 此,我们或许只能等待时间来印证了。

1.百年历史

1904年的春天,磨坊主的儿子亨利.莱斯遇到了贵族出身的查利.劳斯,双方议定制造一种新的汽车,名为劳斯莱斯?Rolls-Royce?,神话由此缔造,直至百年后的今天。

2. 尊贵品牌

劳斯莱斯轿车之所以成为显示地位和身份的象征,是因为该公司要审查轿车购买者的身份及背景条件。甚至曾经有过这样的规定:只有贵族身份才能成为其车主。1955年劳斯莱斯被授权使用皇室专用徽章,一直到今天。

3. 苛刻销量

劳斯莱斯汽车公司年产量只有1000~2000辆,哪怕1990年劳斯莱斯汽车销售最好的年份创下了历史最高纪录,也不过只有3000多辆,连世界大汽车公司产量的零头都不够。

4.精良做工

劳斯莱斯最与众不同之处,就在于它大量使用了手工劳动。直至今日,劳斯莱斯的发动机还完全 是用手工制造,高昂的人工费用也是劳斯莱斯价格惊人的原因之一。

5.个性选择

劳斯莱斯汽车可以在最大范围内满足客户个性化的需求。顾客可以根据自己的喜好,来精心挑选车身颜色、质地、层板和设备。所以除了特别委托,劳斯莱斯几乎没有生产两辆一模一样的轿车的可能。

林青霞

结婚七周年之际,林青霞庆幸自己没有七年之痒,依然保持着美满的婚姻生活,老公邢李火原对 青霞的爱,物质与精神兼备,为了纪念这个特别的日子,他专门买了一部劳斯莱斯赠送爱妻。

成龙

2003年林凤娇生日,成龙为太太大肆庆祝,以慰劳她的不离不弃。除了生日派对,成龙还送了一辆全新白色劳斯莱斯给太太做生日礼物,价值达25万美元(约195万港元)。

洛佩兹

洛佩兹33岁生日那天,其男友艾弗瑞克为其花费700万英镑,众多奢侈礼物中,第一份就是价值25 万英镑的礼物——劳斯莱斯"幽灵"。