

英国豪华汽车制造商捷豹路虎，正在通过快速的产品投放，以及加快国产化进程等方式驶入销量增长快车道。数据显示，去年捷豹路虎全球销售业绩创造历史新高，同比增长5%，达48.7万辆。今年开年以来，捷豹路虎延续销量增长势头，截至今年1月，捷豹路虎在华销量已实现连续6个月的环比增长。业内人士认为，在国内车市销量整体放缓的背景下，凭借国产车型的持续发力以及英伦品牌形象的差异化定位，捷豹路虎正在国内豪华车市场实现突围。



国产车型贡献近半销量 品牌形象深入人心

# 捷豹路虎扎根中国市场 演绎英伦豪华

## 销量回暖划出上扬线

捷豹路虎一系列新车型在国内打出的“组合拳”，使之从去年下半年开始实现在华销量的连续回暖。联合市场销售与服务机构(IMSS)总裁毕少朴表示：“这为我们在中国市场的发展提供了充分的信心。”

应该说，面对近年来中国豪华车市场销量趋缓的局面，捷豹路虎取得这样的成绩并非易事。去年上半年，在国内经济下滑、车市销售低迷等因素影响下，捷豹路虎方面迅速做出反应，通过打造英伦品牌形象、降低车型售价、推出新车型等方式，将车型销量重新拉入提升的正轨。

其中，从去年7月1日起，捷豹路虎下调了国产揽胜极光的官方指导价，下调区间在3万-5万元之间，降低了该车型的销售门槛。同时，在去年底，国产路虎发现神行上市，以5+2的座椅布局，引领国内“二胎时代”SUV市场消费新走向。捷豹路虎将该车型的官方指导价拉低至36.8万元，上市后取得了良好的市场反应。

## 国产车型助销量提升

捷豹路虎在华销量的提升，也得益于国产路虎揽胜极光及国产发现神行等多款全新产品在中国市场受到的广泛欢迎。从去年底开始，捷豹路虎的国产车型已占据月销量近一半份额，充分说明了中国消费者对捷豹路虎国产产品的认可。

值得一提的是，即将向中国市场推出的首款捷豹国产车型，更好地满足了中国消费者对于捷豹路虎国产车型的热爱。这亦将进一步推动由以往的进口车为主，向国产与进口齐头并进的方向转变，这一转变对捷豹路虎在中国的长期可持续发展至关重要，也是其未来业务实现可持续性发展的基石。

事实上，在推进国产化的同时，捷豹路虎恪守一流的造车标准，让国产车型与进口车型拥有相同的质量，也成为捷豹路虎广受消费者青睐的原因之一。在制造环节，捷豹路虎在华运用全球最先进的设备，确保所生产的每一辆路虎揽胜极光与发现神行国产车型都与英国制造标准同步。据了解，在全球统一标准下，目前国产发现神行的自制件超过80个，国产揽胜极光的自制件超过90个，远高于业界水平。

与此同时，为了对整车品质进行严



联合市场销售与服务机构(IMSS)总裁毕少朴先生(Mark Bishop)

格监控，捷豹路虎还在国内建立质量中心。该中心采用来自国际一流生产设备供应商的高精度测试设备和过程控制软件。其中，振动台和环境仓可模拟全季节、全天候、全路况条件，全面检测车辆异响情况；淋雨测试设备能模拟最恶劣环境进行测试，便于找到漏水点；三坐标精密检测设备确保车辆尺寸控制精度。

## 凸显英伦品牌形象

对于捷豹路虎来说，严格的造车标准能够让消费者购买到出色的产品，而在营销上的多样化以及英伦品牌形象的打造，则会让消费者拥有更大的认同感。

据透露，今年捷豹路虎在华将继续发力电商等营销渠道，并进一步提升品牌形象。去年，捷豹路虎天猫旗舰店已经上线，进一步完善现有的以经销商为主的销售体系，让客户能够快速获得品牌、产品及活动信息。截至去年底，捷豹路虎在华已经拥有近200家经销商店，遍布全国的经销商网络也为捷豹路虎天猫旗舰店的良好运营提供了完善的线下体系支持。汽车金融产品和服务领域方面，捷豹路虎联手相关机构推出线上购车金融服务，以更低的首付和月供以及更加灵活的购车方式吸引消费者。去年11月该业务上线后，一周内在购车平台上留下个人信息及预购车款的意向客户已经超过3000人。

捷豹路虎在打通线上线下营销环节的同时，通过一系列体验活动打造更具英伦风格的品牌形象，去年，中英两国迎来首个文化交流年，捷豹路虎通过“摩登英像”英

伦文化体验季中英文文化相关活动，打造出独特的英伦品牌形象。其中，捷豹路虎先后来自英伦的优美设计和领先的创新技术带到“创意英伦”及“设计上海”两场盛会上。在“创意英伦”盛典中，捷豹路虎作为盛典的设计合作伙伴，带来了诸多创新设计与技术，包括业界领先的汽车虚拟化设计技术。一款新车型发布前，需要经历长期的设计开发过程。虚拟化设计技术的应用，代替了传统的纸笔设计模式，有效缩短了设计研发周期，将生产制造环节大幅提前，加快推进新车型上市。值得一提的是，英国威廉王子在盛典期间着重参观了捷豹路虎展台，并对捷豹路虎设计团队不惜溢美之词，称赞他们对产品设计精雕细琢的执着追求。

同时，作为“设计上海”活动连续两年的首席赞助商，捷豹路虎再次为观众们带来了令人瞩目的艺术及设计表现，

特别是捷豹F-TYPE解剖车模型吸引了众多观众驻足。作为现代科技与艺术的代表，英伦文化已经植根于捷豹路虎设计与产品的每一处，并将随着时间的推移更加熠熠生辉。英国驻华大使馆文化与教育公使Carma Elliot表示：“捷豹路虎作为英国企业中的典范，正在用实际行动为加强两国的文化交流做出贡献。”

## 今年将迎来产品大年

在去年产品与营销双管齐下的基础上，今年捷豹路虎将加快车型导入的速度，形成强大的产品阵营。

同时，在去年广州车展完成国内首秀的捷豹全新跑车型SUV F-PACE，也将于今年正式上市，作为捷豹有史以来的首款SUV车型，全新F-PACE源自于F-TYPE跑车，捷豹致力在F-PACE上实现将跑车的运动元素与家庭用车需求有机结合，这使得F-PACE不仅拥有出色的动态性能表现，同时还能提供极佳的内部空间。其领先的智能全铝架构，全面提升了车型的竞争力。据悉，在未来的两三年内，捷豹路虎每年将投入340亿元用于新产品的研发和拓展，为中国消费者提供一流的产品和服务。捷豹路虎还计划在未来五年内推出50款全新及改款车型，不断拓展全新的汽车行业细分领域，进而最大程度丰富中国消费者的购车选择。

此外，今年捷豹路虎在产品阵容得到进一步加强的同时，还将继续深化多项行之有效的措施，除了进一步优化与经销商的沟通机制外，亦将制定更为贴近市场需求的产品定价策略，让更多的中国消费者有机会享受到世界一流的汽车产品和服务。



路虎揽胜极光