

捷豹路虎中国:一个有“温度”的梦想导师

■ 本报记者 谢育辰

在孩子们的梦想清单里,可以是“拥有一个新文具盒、一个新书包”,也可以是与偶像贝克汉姆同场竞技,而捷豹路虎将这些梦想逐一变成了现实。

自2014年捷豹路虎中国与中国宋庆龄基金会携手设立“捷豹路虎中国青少年梦想基金”以来,一直立足快乐体育、交通安全、人才培养、社会关爱等四大领域,专注国内青少年儿童的成长与发展。以“速度与激情”著称的捷豹路虎,留给外界以最性感的英伦品牌形象,不过,在一群中国孩子的眼里,却看到了这个品牌的一面——一个有“温度”的梦想导师。

4万人接力“暖冬行动”

“感谢捷豹路虎公司的叔叔阿姨在北京给我们买来的新衣服……你们5个月就给我们建起了一个美丽的校园,我非常感谢你们。”来自云南省昭通捷豹路虎希望小学一年级的唐娜娜在板报上用最淳朴的语言表达了对捷豹路虎的感激。

本该是无忧无虑的纯真少年,却遭遇了突发其来的昭通地震。在地震后两天,捷豹路虎第一时间向昭通巧家县马树镇草皮地

小学捐资500万元,用于支援学校重建。去年4月,新学校破土动工的同时,捷豹路虎也正式启动了“一千零一个梦想”项目,致力于帮助孩子们找寻梦想伙伴、早日重塑信心、勇敢追逐梦想。

随着教学楼的完工,孩子们也终于在新学期里搬进了梦寐以求的新校舍。但是,捷豹路虎大家庭的关怀与爱心并没有止步,继续号召员工、经销商、车主和更广泛的社会爱心人士再次行动。

去年12月1日,捷豹路虎中国依托腾讯公益乐捐平台发起了“暖冬行动”,行动借助微信公益这一便捷的支付手段为云南昭通巧家县捷豹路虎希望小学后续建设及同学们过冬衣物筹款。在上线短短两周时间里吸引了包括员工、经销商、车主、媒体以及社会公众在内的近4万名参与者,最终筹得善款62万余元,与筹款目标40万元相比,超额完成近50%。其中,暖冬行动公益平台筹款33万余元,经销商筹款8万余元,捷豹路虎中国追加捐赠20万元。如今,由捐赠善款购买的软硬件物资均已抵达当地学校并投入使用。

擦亮眼前的“阴霾”

在这些需要帮助的孩子面前,捷豹路虎



捷豹路虎中国、经销商代表探访昭通马树镇捷豹路虎希望小学。

不仅是一名捐赠者,更像是一座桥梁,连接公益组织、爱心人士与孩子们零距离接触,对于一家CSR成熟的企业而言,关爱青少年不仅体现在突发事件上,更应当作为一项战略长期运作,比如捷豹路虎开展的“路虎关爱无止境——青少年视力关爱云南行”活动。

在由捷豹路虎中国携手中国宋庆龄基金会成立的“捷豹路虎中国青少年梦想基金”的支持下,来自首都医科大学附属北京同仁医院的专家带领眼科专家医疗团队历经五个月,为云南昭通、泸西、大理、芒市和腾冲等五个地区的青少年提供免费的视力检查,并为有需要的患儿提供矫正手术和训练治疗。

在一次筛查过程中,小冰洪被发现患有多种眼部疾病,需要尽快手术,若不及时接受治疗,有极大双目失明的可能性。小冰洪的视力从3岁时已经出现了问题,但是由于没有得到及时诊断和治疗,现在发展到了非常严重的阶段。不幸中的万幸是,小冰洪通过“路虎关爱无止境——青少年视力关爱云南行”,遇到了同仁医院的医护人员,也遇到了捷豹路虎这个爱心大家庭。

在这个大家庭中有捷豹路虎的工作人员、热心的捷豹路虎车主,还有全国各地的

经销商。云南也仅是“路虎关爱无止境——青少年视力关爱”项目的第一站。在这三年内,捷豹路虎将每年向两个偏远地区输送专业医疗团队,继续为当地青少年提供视力检查和矫正治疗,并为当地医生提供义务培训和捐赠医疗设备,计划救治数以万计的眼疾患病青少年。

足球少年的梦想导师

授人以鱼不如授人以渔,在关爱青少年健康成长的同时,捷豹路虎更侧重于青少年对梦想的执着追求。“我们需要找到一个合适的切入点,然后由点及面的推广,帮助青少年踢足球很契合这点。”捷豹路虎中国公共关系及企业传播执行副总裁王燕认为,比起赞助足球俱乐部,普及全民足球,特别是帮助没有条件踢足球的孩子实现足球梦更有意义。

捷豹足球公众开放日成为“捷豹路虎中国青少年梦想基金”成立后发起的首个公益项目,先后在上海和北京启动。开放日通过向公众开放免费的足球场地,为喜欢踢足球的孩子提供了充分的训练指导。

曾几何时,去英国感受纯正的足球文化、亲眼目睹足球巨星小贝踢球是许多少年最大的愿望。在捷豹路虎的帮助下,56名“追梦少年”前往英伦,开始了中英足球文化交流之旅。孩子们除了与捷豹中国品牌形象大使小贝零距离接触外,还在托特纳姆热刺的专业基地接受了国际教头的专业指导,并亲临现场观看了英超豪门之间的顶尖对决。此外,作为此次中英文化交流之旅的重要组成部分,他们还和当地的青少年足球运动员一同跨越语言和种族的差异,在足球场上进行了一场难忘的“较量”。

随后,在梦想基金一周年之际,捷豹路虎与英国大使馆文化教育处等合作伙伴联手全新打造了“学转英超—捷豹校园足球项目”,通过青少年足球培训、捷豹小裁判培训、校园足球赛、中英足球文化交流,帮助更多孩子实现了他们的足球梦想,进一步丰富梦想基金的内涵。

一路走来,捷豹路虎用一系列最落地、最贴近青少年的公益活动助力其成长。虽然捷豹路虎很少以慈善家的身份标榜自己,但是在这些孩子的成长道路上,它却已经成为一个有“温度”的梦想导师。



2015“学转英超—捷豹校园足球赛”中的小球员

分化加剧 中高级车市蛋糕塔有几层?



■ 本报记者 谢育辰

在市场价格空前动荡的今天,值得人们挂念的中高级车已经不多。老牌车型有皇冠、君越,新晋车型中也有福特金牛座受到了极大的关注。金牛座的问世激发了品牌的一些异动,比如刚上市的全新一代君越,以及雪佛兰、大众等多个品牌都即将推出全新的中高端车型,金牛座已然要面对一个更加活跃的舞台。

从中高级车细分市场来看,皇冠和君越是两款不得不提的车型,皇冠在中国历经14代人气积淀,可谓是资深商务车型;而拥有10年历史的君越,依靠上海通用强大的品牌运作能力,也曾如鱼得水。相比之下,金牛座对中国消费者来说是新面孔,但它却在这个竞争车型众多的市场里占据主动权——作为全新车型,金牛座拥有足够比拼豪华品牌C级车的科技配置,价格则相对平易近人,对于追求新变的新时代创业者来讲,是个实在的诱惑。

2015年年底,长安福特正式推出

金牛座,催动了市场引力波,其尊崇科技商务座驾的差异化产品定位,在复合型的市场竞争格局中,横插式地切开一条口子。在豪华车领域,金牛座以2.7L双涡轮增压V6车型杀人,跳过皇冠,直接对峙奔驰E级、宝马5系和奥迪A6L等更高价位车型;在高端商务轿车领域,金牛座的2.0T车型又以越级的科技配置,吸引创业精英的眼球。从某种意义上讲,这也激发了中高级车市整体崇尚科技,走向年轻化的一个趋势。这也是金牛座成为细分市场黑马的原因之一。

从目前来看,中高级车市蛋糕塔分为几层:

一是价格不断下探的豪华品牌的C级车低端车型。从去年开始,豪华车侵蚀普通中高级车市场的现象已经十分明显。由于豪华车在品牌上具备足够的号召力,即使配置相对简陋,也一定会影响一批中高级车消费者。

二是像金牛座这样脱胎于主流品牌,却采用全新定位的C级车,其向上融合了豪华品牌的精良品质,并加入了更丰厚的配置回报;向下则真

实洞察了新时代社会精英的需求,为他们量身定制科技配置。金牛座用创新科技、人性化与比拼豪华车的配置来争得重要席位,与老牌中高级车拉开了距离。

三是老牌中高级车如君越,拥有相对年轻、注重实用性的用户,他们一旦考虑产品升级,基本上就会聚焦在德系ABB等车型上。

四是如皇冠这样在中国市场口碑较高的高档车型,销量或许不会有突飞猛进的增长,但会保持一个比较稳定的量级,因为其拥有一定量级的铁杆拥趸。

作为2015年年底的一匹黑马,福特金牛座的突破性市场格局观,引导人们看到了市场的另一种可能——顺应越来越细分的消费者需求,市场正在分化出不同的层次,一个多层的、层层分化的蛋糕塔呈现在人们面前。当然,随着中高级车市场越来越细分,会有越来越多的品牌加入进来。是紧盯金牛座的营销策略,硬拼性价比,还是重新定义市场区间,找到属于自己的蓝海,就要看企业的智慧了。

【新车上市盘点】

北京现代领动首次搭载1.4T发动机

近日,北京现代在上海世博园正式上市,共计七款车型,售价为9.98万—15.18万元。作为伊兰特家族的第六代产品,领动在延续经典产品优势的基础上,在设计中融入了更多运动、前卫的设计元素,整车的设计非常完美地诠释了“流体雕塑2.0”的设计理念。动力上,领动配备1.6L与1.4T两款直喷发动机。

东风悦达起亚KX5主打年轻实力派

3月19日晚,东风悦达起亚旗下的全新SUV——KX5在成都金牛万达广场正式迎来上市,此次KX5共推出1.6T及2.0L两种排量共8款车型,官方指导售价为15.68万—23.18万元。作为智跑的最新换代车型,KX5定位人群为25—35岁,追求时尚活力的品质生活,引领时代潮流的新时代精英。其设计依然由世界三大汽车设计师之一的彼得·希瑞尔亲自操刀打造,整体造型非常个性、运动,无论是夸张的进气格栅还是矩阵式LED雾灯组,都有着极高的辨识度。

全新宝来开启一汽-大众产品热潮

3月20日,一汽-大众全新一代宝来在海口正式上市,新车售价10.78万元至15.38万元。宝来早在2001年便进入中国市场,2008年经历了一次换代,进行了完全本土化的调整。时隔8年后,宝来再次亮相。借此,一汽-大众将开启新一轮新车密集上市的产品潮。接下来,全新高尔夫·嘉旅、代表技术前沿的全新一代迈腾、彰显运动魅力的速腾R-Line、速腾GLI将相继登陆中国市场。

福建奔驰全新V级豪华多功能车上市

福建奔驰汽车工业有限公司于近日在北京雁栖湖国际会展中心隆重举行“所享 超乎所想”全新V级豪华多功能车上市新闻发布会,正式推出包括V260领航版、V260尊贵版、V260L尊贵加长版在内的三款全新V级车,售价分别为人民币48.9万元、59.8万元、61.8万元。全新V级豪华多功能车专属中国,为国内高端人群量身打造,在动力和配置上进行了全方位的本土化升级,拥有梅赛德斯-奔驰家族全新设计风格、豪华的空间和先进的科技。

BMW2系旅行车加速宝马本土化

3月31日,备受关注的国产创新BMW2系旅行车在江苏无锡大剧院正式上市。一场精彩的摩登家庭都市生活剧呈现出创新BMW2系旅行车的生活态度。作为宝马集团第一款高档紧凑型旅行车,华晨宝马为适应中国客户需求进行了进一步改进与升级,使BMW2系旅行车更加贴合新一代中国用户的时尚生活。

德国宝沃首款产品BX7北京车展上市

近日,宝沃(中国)品牌及设计沟通会在宝沃(中国)公司所在地北京望京SOHO举行。这是宝沃(中国)公司正式运营以来在华进行的首次活动,正式宣告这一传奇德国汽车品牌进军中国市场。活动上,德国宝沃汽车集团管理委员会主席及全球CEO华立新及执行副总裁陈威旭分别就全球战略、中国市场规划方面介绍了在“B-G-W”战略背景下的中国布局。本次活动还迎来了德国宝沃汽车集团全球设计团队的首次亮相,首款产品BX7亦首次在中国内地亮相。

东风雷诺科雷嘉搅局紧凑型SUV市场

3月18日,东风雷诺首款国产车型科雷嘉以16.38万元—21.98万元的售价上市。同时,东风雷诺公布全新中文品牌主张——“激情生活,无处不在”。作为东风雷诺在中国投石问路的第一款产品,国产科雷嘉诞生于雷诺CMF专业SUV四驱平台,并且由对标雷诺—日产联盟标杆工厂的东风雷诺武汉工厂倾情打造。科雷嘉与翼虎、途胜、新奇骏、CR-V等同级高手展开竞争。

雅迪Z3:一部手机玩转一辆车

近日,雅迪电动车在上海发布一款智能电动车Z3。雅迪为Z3电动车配备一款手机APP。通过APP可以完成这些事情:显示电动车电量以及剩余电量报警;手机可以直接取代车钥匙;电子防盗远程报警;车辆故障自检以及自动查找/导航至服务站;车灯颜色支持1678万种颜色选择。Z3仪表盘采用液晶黑白双频显示,采用LED背光,表盘可以提示电话等手机通知。Z3采用松下日本原厂高能动力型锂电池,一次充电最长续航120公里,也可以切换至Power模式提高动力。

(本栏目稿件均由本报记者谢育辰采写)