

关注年轻豪华车主个性化需求 延续入华以来的强劲发展势头 着眼未来发展 林肯奏响上海车展豪华车企超强音

4月19日，在2017上海国际车展上，林肯汽车双剑合璧，以未来的眼光，强势推出了品牌首款新能源车，暨中型豪华轿车新款林肯MKZ H混合动力，并展示了全尺寸豪华SUV全新林肯Navigator概念车，这是其在中国的首秀。

发布会上，林肯亚太区总裁梅雷明（Amy Marentic）表示，新款林肯MKZ H混合动力兼具更优燃油效率与更强动力，在售车型包括尊享版、尊雅版和尊耀版三款配置，厂商建议零售价分别为：人民币329,800元、人民币357,800元和人民币408,800元。

全新林肯Navigator概念车拥有同级更敞阔的驾乘空间与无论任何路况的卓越性能。作为林肯品牌旗下最知名的领军车型，全新林肯Navigator概念车首次将“静谧的豪华”全新设计理念引入旗下SUV家族。

新款林肯MKZ H混合动力的上市，以及全新林肯Navigator概念车的首秀，标志着林肯为中国豪华车消费者带来了更为丰富的强劲产品阵容，与超越期待的个性化豪华体验。作为一家持续保持强劲发展势头的豪华车企，林肯的这一举动立即引发了业界震动。

自进入中国以来，林肯在华销量屡创销售纪录。2017年一季度为林肯入华以来表现最佳的季度，销量达11731辆，同比增幅114%，同时一月份销量再创单月销量纪录。伴随着中国豪华汽车市场的快速增长，林肯的经销商网络不断拓展，并凭借完整的产品阵容及广受认可的“林肯之道”个性化服务，获得了优异的市场表现。截止目前，林肯在全国共建成73家林肯中心，并计划于2017年年底前建成100家林肯中心。

“林肯已成为中国成长最快的豪华汽车品牌之一，我们深感荣幸。我们将持续拓展‘林肯之道’的理念，并将林肯的强劲产品阵容带给中国的消费者。”林肯全球总裁葛皓华（Kumar Galhotra）表示。“我们将持续关注中国新一代豪华汽车消费者的个性化需求，延续林肯入华以来的强劲发展势头。”

“林肯致力于为中国消费者提供更便捷、更多样化的选择，以及专属的个性化豪华体验。”林肯亚太区总裁梅雷明（Amy Marentic）表示。“今天亮相的两款新车——新款林肯MKZ H混合动力与全新林肯Navigator概念车，也将进一步诠释‘静谧的豪华’设计理念，为用户提供更多个性化选择。”



新款林肯MKZ H混合动力
——高效动力激发无限可能

目前，中国市场新能源车领域发展得如火如荼，新车、新技术、新品层出不穷。作为品牌旗下首款新能源车，新款林肯MKZ H混合动力显然是有备而来。核心动力上，它搭载2.0L Hybrid高效混动发动

机，并配备eCVT无级变速箱。其动力系统可实现汽油发动机与电动机的自由切换，以提供更高的燃油效率，使其综合工况下百公里油耗可低至4.1升（数据源自工信部网站）。

在配备上，新款林肯MKZ H混合动力更侧重科技感的表现和提升。它配备10.1英寸全液晶仪表盘，及独有的SmartGauge系统

（带EcoGuide功能），为高效驾驶提供无限可能。全液晶仪表盘的左侧直观显示电量数据、能量回收效率与电池状况，而右侧则新增EcoGuide功能，可用绿叶的生长代表驾驶的经济性，提升驾驶能效。

新款林肯MKZ H混合动力于中央控制台中设置两个全新按键：按下新增的L档位，可进入低速挡位，此状态适用于上下

坡行驶，可为车辆提供最大的发动机制动，加快蓄电池的充电；按下中控屏右侧的Eco按钮，可使空调制冷和加速更为温和，为车辆节省更多能量。

在用车上，林肯比新一代豪华车主想得更多，考虑更为周全。秉承“林肯之道”的人性化专属购车用车体验，新款林肯MKZ H混合动力不仅能够享有专业服务，核心零部件更享有8年或160000公里保修，从细节处推诚挚真，让你坐享林肯，开启人生无限可能。

全新林肯Navigator概念车
——私密静谧，无惧征途

此次上海国际车展，全尺寸豪华SUV全新林肯Navigator概念的中国首秀，是林肯汽车展台带来的另一大亮点。与此同时，林肯宣布，将“静谧的豪华”全新设计理念引入全尺寸豪华SUV领域，展现林肯SUV家族未来的设计风范。

全新林肯Navigator概念车集豪华品质、强劲性能与优雅设计于一身，更带来一系列人性化科技配置使体验更便捷从容。它拥有同级更敞阔的驾乘空间，与傲视同级的精致内饰，带来媲美头等舱的尊崇体验。科技配置上，全新林肯Navigator概念车配备360度全景影像可视系统、大尺寸仪表盘、后排具备无线互联功能的显示屏等一系列科技配置，令驾乘更加轻松智能。

全新林肯Navigator概念车的设计灵感源自豪华游艇和帆船，车身大量运用简洁现代的线条，使其更加优雅而气度不凡；而其风幕墙外饰颜色灵感则来自于灰蓝色的大海与天空；内饰部分采用柚木饰面，配合人性化储物管理系统，简约，豪华而不失温馨。

与其他所有高端SUV不同的是，全新林肯Navigator概念车设计更为大胆更为人性化，它采用了类似特斯拉的独特的鸥翼门设计，配合三阶梯式侧裙，使乘客进出座舱变得更为方便。车内使用六独立座椅布局，每个座椅都支持30向调节，无论是头部、肩部、腰部、腿部都能为乘客提供更强的支撑和包裹。配置方面，新车配备了双天窗设计，同时配备第二排和第三排液晶显示娱乐系统。此外，该车行李厢采用与乘客隔离形式，并设置储物柜。

动力方面，全新林肯Navigator概念车充分满足了消费者对于这一级别车型的性能需求，其搭载的3.5升双涡轮增压V6发动机可输出超过400匹马力的澎湃动力，而配合林肯驾控系统，更可胜任各种复杂路况，令旅途舒畅随心。

新款林肯MKZ H混合动力和全新林肯Navigator车型的加入，进一步增强了林肯的产品阵容。他们将与中大型豪华SUV林肯MKX，全尺寸豪华轿车全新林肯大陆Continental，以及中型豪华SUV林肯MKC一同为消费者提供更多样化的选择。

“林肯之道”助力销量气势长虹

在产品之外，林肯在华独特的服务理念和销售方式也是助力其快速增长的一大支撑点。提林肯，就不能不提林肯之道。

作为豪华品牌中特有的销售策略，“林肯之道”可谓贯穿林肯在华发展路径，其创新性购车用车体验模式摒弃了传统以交易为本，“千人一面”的服务理念，致力于向每一位客户提供个性化专属体验。

林肯亚太区总裁梅雷明（Amy Marentic）曾表示：豪华，不仅是座驾本身，更是一种专属体验。林肯之道以“你”为原点，将一切服务落实到“你”的需求上，为“你”提供个性化、定制化服务。

进入林肯中心上，简洁优雅的风格、和谐流畅的色彩及卓越上乘的内饰，为客户打造与众不同、宾至如归的展厅氛围，包括温暖贴心的茶饮区和直观易用的个性化科技设施。在个性化定制中心，客户可以根据自身需求定制心目中的专属座驾，并观看几平等同于实车大小的预览图像。林肯中心同时为客人定制个性化的试驾路线、通过实时视频展示维修保养过程，并可配合客户日程延长服务时间。

“林肯之道”的线上延伸——“林肯之道·云服务”也已于近期升级，为消费者带来更多便利。目前，在原有浏览虚拟林肯展厅，与客服人员实时视频通话的基础上，消费者们现可以通过微信，基于经销商库存情况查看并选择理想座驾，并通过线上支付定金，完成预定，自主管理购车流程。

在产品和经销策略之外，仅就经销网点而言，截至2016年年底，林肯在全国已经建成65家林肯中心和七家分公司，经销商网点数量较去年同期增长一倍以上，极大扩展了林肯在华的覆盖面。而对于今年，林肯的计划是于2017年年底前将林肯中心扩展至100家。

●林肯在华销量在今年一季度创了一个新的起点，热销的原因是什么？

AMY：对于第一季度以及过去的表现，我们感到非常满意，一季度我们的销量就增加了一倍以上，增长达到了114%，所有的产品系列销量都有突飞猛进的增长，其中轿车销量增长了410%，尤其是全新林肯大陆Continental上市以来，尊耀版和林肯总统系列尤其受到了消费者的关注和喜爱，目前有庞大的订单在等着，都等着这个车能够进口来中国。这次展会没有展出总统系列，原因是这车售罄了。

●林肯Navigator概念车的很多设计理念都要推广到整个SUV车型，能否详细解释一下？

AMY：对，其实未来这些设计的理念也会推广到我们的SUV里面去，很多林肯Navigator现在采用的一些技术，将来也会逐渐地推广到SUV系列，而且对于这种量产的车，都会采用。可以看到在第一个季度，我们的Navigator销售增长达到了惊人的600%，虽然这开始是一个比较小的细分市场，但是我们可以看到消费者他们的关注和吸引力是与日俱增，我们相信现在在这个领域配备绝好的产品和对号的技术是合理的，将来也会把它推广到其他的SUV系列中去。

●这个概念车有哪些亮点，有哪些创新的东西在里面？

AMY：其实个人来说，我有三个最喜爱的功能。首先就是车门，打开的时候非常非常的亮眼，当然了这可能不会应用在量产车型上，但是它让我们有一个机会在概念车上实验了这种新的技术，非常激动人心，第二就是手风琴式的伸缩台阶，它是分三个台阶，它可以自动伸出。第三，就是后备厢门打开以后，你可以看到前所未有的人性化除雾管理系统，这也是以前从来没有看到的，这三个是非常亮眼的功能，而一目了然。

●与其他车型相比，新款MKZ H混合动力这款新能源车的优势是什么？

AMY：我们拥有2.0升的Hybrid高效混动



林肯亚太区总裁梅雷明（Amy Marentic）

发动机，它可以有业界绝佳的燃油经济性可以帮助我们的客户，节省燃油，也节省时间。未来我们也会考虑推出插电式混合动力车以及纯电动动力车。

●作为豪华品牌，林肯的品牌核心理念是什么？

AMY：其实在中国，我们最关注的一点就是给消费者，给我们的客户提供个性化的专属体验，我想这可以称为是我们这个品牌特色，我们希望无论是我们的消费者来购车，拥车以及使用我们的产品的时候，都有非常温暖、非常个性化的感受，就是“静谧的豪华”，我们希望能够以一个非常温暖、舒适、人性化、有情感纽带的方式，把这种豪华元素交付给我们的消费者，我相信我们的MKZ H混合动力很好地彰显了我们这一承诺。

●截止至年底，林肯中心由原先的80家增至100家，为什么会有这个变化？

AMY：我们现在是两个战略，第一就是4S店，就是林肯中心，它是我们比较大的店，这样的店林肯中心多年末的时候会有80家。另外20家是我们的品牌战略店，相对来说它的规模要稍微小一些，但是它也可以提供我们的服务，进行一些销售的功能。总而言之，80家店就是陈列的4S林肯中心，另外20家就是林肯中心的分公司，比较小的这种店。

