# 安全筑长城 诚信赢市场

# 专访长城汽车营销公司总经理李瑞峰



长城汽车营销公司总经理李瑞峰

本报记者 孙亮

## 多车发力, 上半年销量喜人

2017年上半年,长城汽车 达成了46万的销量业绩,再次 跻身自主品牌销量前三名。对 于长城汽车上半年的销量表 现,李瑞峰分析,"长城汽车聚 焦发力SUV领域,也在逐步完 善自身的产品矩阵。哈弗H2连 续34个月销量过万,哈弗H6更 是累计52个月蝉联中国SUV 市场销量冠军、前七个月已累 计销售新车26万辆,而豪华 SUV车型VV7自上市以来热 度不减,7月份销量已达6075辆。得益于多款车型在市场终端的发力,长城汽车上半年的销量形势喜人。为了完成全年125万的销量目标,下半年长城汽车还将有数款重量级车型的改款车及全新车型上市。"

#### 安全先行, 长城汽车优势明显

在2月份的百万庆典上,哈弗将"安全"塑造成品牌的鲜明产品优势。7月份,VV7车型进行了中国品牌首次公开的小重叠碰撞试验。8月底,刚刚上市的VV5s车型创造了中国品牌首次公开挑战美标静

压测试的全新纪录。对于一系 列在安全方面取得的领先优 势, 李瑞峰介绍了长城汽车在 背后的辛勤付出:早在2008年 3月,长城汽车就投入巨资建 成国内车企中第一家跑道最 长、配置最全的安全碰撞试验 室(包括正面\侧面\偏置\后碰 撞、撞柱、翻滚、两车对 碰), 其整车测试能力达到国 内先进水平;2015年,长城汽 车投资50亿元的哈弗技术中心 正式投入使用,可完成产品企 划、造型规划、工程设计、产 品试制及试验等一系列完备的 整车产品开发工作,处国际领 先水平; 2016年1月, 长城汽 车日本研发中心正式开业。这

是长城汽车投入运营的第一个 海外技术中心,未来将在欧 洲、北美、日本建成多个研发 中心,形成全球研发体系。

除了把自己的产品安全做 到极致,长城汽车也在不遗余 力地呼吁行业和社会关注车辆 和交通安全。今年两会,全国 人大代表、长城汽车总裁王凤 英提案《关于完善汽车与交通 安全相关法律政策的建议》, 建言提升汽车主被动安全标准 门槛, 重视汽车与行人和谐共 存,推进行人保护相关标准的 进程。"国产乘用车强制安装 ESP和胎压监测系统"、"强 制使用儿童安全座椅" 系安全带扣分"等建议,既 "接地气"又具备专业性和前 瞻性,获得媒体和网友点赞和 响应。

## 引领高端 WEY品牌持续发力

作为中国豪华SUV的开创者,WEY品牌自亮相以来热点不断:2016年底,WEY品牌在广州车展正式诞生;2017年4月,VV7车型在上海车展正式上市;8月底,WEY的第二款量产车型VV5s在天海上市。作为中国品牌原华向上的新高度,WEY品牌存一年时间里动作不断、持续发力。对于刚刚上市的VV5s车型,李总更是自信满满,"作为WEY品牌豪华产品矩

阵的核心车型之一,VV5s车型在外观造型、内饰配备、智能科技装备等方面均以锻造豪华SUV为标准,尤其以越级360°智慧安全配置为亮点。长城汽车有信息将WEY品牌打造成中国豪华SUV的代名词。到今年底,WEY品牌将建成不少于200家4S店,届时,将为更多人提供全新的产品和服务。"

#### 山东车市持续火爆 齐鲁车展功不可没

9月7日-10日, 2017齐鲁 秋季车展将如约而至。本次齐 鲁秋季车展WEY品牌将首次 亮相,与哈弗品牌携手占据 1000平的展销面积。谈及山东 车市及齐鲁车展,李总感触颇 多, "作为经济、人口大省, 山东的乘用车销量已经多年稳 居全国前三,同样也是长城汽 车最主要的市场之一。而齐鲁 晚报主办的春秋两届齐鲁车 展,长城汽车旗下的各车型更 是有着强劲的销量表现,展示 出非常强的市场竞争力, 区域 市场销量在公司总销量中也占 据着相当重要的份额比重。未 来长城汽车也将进一步加强对 山东市场及齐鲁车展的重视程 度,加强与山东各主流媒体的 合作,扩大长城汽车在齐鲁大 地的影响力和市场份额, 为山 东人民提供更加高质量的产 品、更高水平的服务。

