

齐鲁车展二十周年巨献,对话车企高管⑥

长城汽车李瑞峰：优势聚焦，打造精品

长城汽车一直以“专注、专业、专家”为品牌理念，秉承“以高科技装备和高性能设计为支撑，打造高品质产品”的企业战略，集中优势资源打造精品类SUV，形成了大中小、高中低、多规格多品种的产品体系。多年来，长城汽车始终坚持聚焦SUV战略，以“每天进步一点点”的企业精神，引导企业不断进步，取得了令人瞩目的成绩。如今，中国车市面临更多机遇和挑战，作为中国车市的领航者，长城汽车正通过一系列的布局和变革，引领中国汽车品牌集体向上突破。李瑞峰表示，随着销量的稳步提升以及产品线的不断丰富，长城汽车把目光聚焦到全球市场，2019年，注定将成为长城汽车甚至中国汽车史中浓墨重彩的一章。

采访嘉宾：

长城汽车股份有限公司副总裁兼销售公司总经理 李瑞峰

对话人：陈颖

逆势破冰

长城上半年销售近50万辆

近日，长城汽车“晒出”半年成绩单：今年1-6月，长城汽车共销售新车493,538辆，同比劲增4.7%。其中，哈弗、WEY、欧拉和长城皮卡多元发力，成绩卓著，有力地支撑了长城汽车的整体销量增长。

“可以看到，今年的市场环境并不乐观，中国汽车品牌市场份额受到冲击，但长城汽车销量持续稳定，不仅用实际行动逆势“破冰”，更代表中国汽车品牌不断向上提升。”李瑞峰表示，“扎实的销量，同样也是企业全球化发展的根基。多元化的产品线，不断推陈出新的爆款单品，成为带动长城汽车整体销量增长的主要驱动力。”

自去年以来，中国汽车市场持续低迷，长城汽车积极调整策略，始终秉

承“以高科技装备和高性能设计为支撑，打造高品质产品”的企业战略，不断调整产品结构。新推出的哈弗F5、哈弗F7和WEY VV6等车型的占比逐渐增大，欧拉在新能源市场同样表现强劲，皮卡方面推出了风骏7，并即将推出乘用化皮卡的最新力作——长城炮。持续更新的产品线，不仅让长城汽车持续保持新鲜活力，更为长城参与全球化竞争打下坚实基础。

坚持聚焦，集中优势资源打造精品车型，长城汽车目前形成了大中小、高中低、多规格多品种的产品体系。“在大家共同努力下，去年长城汽车完成了旗下哈弗、WEY、欧拉和长城皮卡四大品牌的独立运营，实现了品类品牌的体系规划变革。”李瑞峰强调。

技术创新

引领行业智联变革

强大的产品体系背后，是技术领先的有力支撑。日前，长城汽车联合腾讯、阿里高德、百度、中国移动、中国联通、中国电信、华为和高通8家战略伙伴，组建汽车圈最强智联朋友圈，共建全域智慧生态（GTO战略）。近日，“技术控”长城汽车又把世界机器人大赛落地徐水智慧工厂，这一切大动作都源于长城汽车对于技术创新的执着与追求。

“技术创新是企业发展的最强助推剂，GTO战略的发布，拉开了长城汽车在汽车智能化、网联化领域创新变革的序幕。”李瑞峰介绍说，“长城汽车在智能网联领域的布局一直走在行业

前列，并率先展开5G、自动驾驶、车联网V2X等关键技术的研发。”2019年，是5G商用的元年，长城汽车能率先发力，着力5G+AI技术的研发落地，对于未来智能驾驶，引领行业向智联化发展有着重要的推进作用。

在长城汽车看来，汽车将成为继手机之后威力更大的移动智能终端，作为一个多维的移动体验空间，有感知、会判断、有温度，犹如一个在出行领域为人服务的机器人。李瑞峰表示，“2019年，将成为下一代智能网联汽车的开篇之年，我们将告别传统功能车，开启出行机器人时代。”



“ 长城汽车致力以高科技装备和高性能设计为支撑，打造高品质产品。 ”

长城汽车股份有限公司副总裁
兼销售公司总经理
李瑞峰

落子山东

不断完善国内业务板块

作为全国汽车产业门类最齐全的省份之一，山东一直是各大车企厂商的战略布局地区。2018年8月16日，长城汽车生产基地正式落子山东日照，这意味着在全国最重要的汽车市场，长城汽车有了自己的根据地。至此，长城汽车已拥有包括保定总部、保定徐水、天津滨海、重庆永川、江苏张家港、以及浙江平湖和江苏泰州在内的8大生产基地，总规划产能超200万辆。

“日照基地的正式签约，标志着长城汽车的国内业务版图进一步完善。”李瑞峰介绍说，“下一步长城汽车将依托日照市良好的产业基础和区位优势，继续扩大长城汽车销量规模，这将有利于长城汽车联结国内国际市场。”

据悉，长城汽车日照工厂包含整车生产基地和研发中心两个基地。按照长城汽车的规划，长城汽车日照项目定位为WEY品牌发展基地，打造绿色、智能工厂。

李瑞峰分析称，“随着车市的變化，山东应从供给端调整入手，细分市场，发展高端产品，实现逆势突围。”作为山东车市的风向标，齐鲁车展陪伴齐鲁车坛走过了20年。“作为推动山东汽车发展重要力量，齐鲁车展不断创新，影响力不断扩大，为企业提供了十分重要的展示舞台。”李瑞峰表示，“长城汽车愿与齐鲁车展一起走过下一个20年，为中国汽车工业的发展再添新动力。”

坚持走出去

全球化是企业唯一出路

有了销量大盘的有力支撑，领先技术的不断突破、国内业务的稳定输出，长城汽车已经把目标瞄向了国际市场。李瑞峰对此信心满满，“在战略布局上，长城汽车坚持全球化是企业唯一出路，长城汽车作为‘排头兵’要率先走出去。”

6月5日，在中俄两国元首的见证下，长城汽车和俄罗斯图拉州签署工厂第二阶段投资意向协议，长城汽车图拉工厂同日竣工投产。这是中国汽车品牌发展史上的又一壮举，标志着长城汽车正在引领中国品牌向世界舞台迈进。

“在一带一路的指引下，中国汽车工业奋发图强，闯出了自己的一片天地。俄罗斯图拉工厂的投产，是长城汽

车代表中国汽车工业响应国家一带一路战略的重要举措。”李瑞峰分析，“图拉工厂的投产证明，是中国开始从汽车‘输入国’向汽车‘输出国’转型的里程碑，为中国从‘制造大国’向‘制造强国’发展奠定了坚实的基础。”

整体来看，长城汽车俄罗斯图拉工厂的建立，是打通亚洲和欧洲市场的一个特殊据点，是长城走向西欧乃至全球市场的出发点。长城汽车图拉工厂未来不仅仅服务于俄罗斯，从地理位置优势及国家关系考虑，可以出口辐射独联体区域国家。这也印证了中国汽车产业已经迈出了从‘走上去’到‘走出去’的坚实步伐，唯有走出去，实现企业全球化发展，才是中国汽车品牌未来发展之路。（文/陈颖）

后记：2019年，在愈发严苛的市场环境下，长城汽车逆势上扬，领衔中国汽车品牌持续上升。从自我革新中谋求新发展，积极迎接时代变革。与此同时，长城汽车积极兑现全球化战略的诺言，走出国门，扎根海外，成为中国汽车全球新征程的先锋。未来，长城汽车将继续以创新思维不断进击发展，以全球思维，开创中国汽车品牌国际发展的新航道。