

五大品牌领航出击 长城汽车4月销售9.2万辆 同比劲增14%

5月10日,长城汽车发布2021年4月销量数据.4月,长城汽车销售新车91,784辆,同比劲增14%,其中国内销售82,703辆,同比增长5%,海外销售9,081辆,同比增长349%.1-4月,长城汽车累计销量达430,582辆,同比增长86%.



五大品牌领航出击 数十款车型精耕品类市场

自去年开启“全球化科技出行公司”转型征程以来,长城汽车洞察用户消费需求,打造了全新的品牌矩阵,旗下拥有哈弗,长城皮卡,WEY,欧拉,以及刚刚宣布独立运营的坦克,共计五大品牌,以全新作战群领航出击.

哈弗品牌4月销售新车55,018辆,1-4月累计销售277,746辆,同比增长70%.其中,“国民神车”哈弗H6 4月销售28,019辆,同比增长17%,累计95个月获得国内SUV销量冠军.哈弗M6 4月销售10,182辆,1-4月累计销售47,381辆,同比增长24%.值得注意的是,哈弗H9人气口碑不断攀升,4月销量同比大涨44%,环比大涨135%.同时,哈弗品牌还在本届上海车展上发布哈弗狗品类战略,首发亮相哈弗X DOG概念车及哈弗XY概念车等,新车哈弗赤兔正式开启预售,并将于5月下旬上市,随着新车的上市,哈弗产品矩阵进一步丰富,品牌总声量稳步提升.



第三代哈弗H6

4月, 长城皮卡销售20, 200辆, 1-4月累计销售79, 588辆, 同比增长71%, 品牌销量在国内市占率近50%. 长城炮4月销售10, 006辆, 同比增长25%, 稳居皮卡销量冠军. 4月, 长城皮卡发布“炮弹计划”, 组建陆上最强皮卡航母战队, 彰显中国皮卡硬实力. 近日, 长城炮开启丈量珠峰第二季, 致敬攀登者精神. 长城炮旗下短轴单排车型——火炮勇担先锋, 该车将于5月中旬在驭炮而行APP限量预售, 预售价17. 98万元.



长城炮

以“新一代智能汽车”品牌定位焕新而来的WEY品牌,将在今年推出3款全新咖啡系列车型.现阶段,由VV5,VV6,VV7组成的城市SUV矩阵,全系列搭载燃油版和新能源混动版不同动力组合,品牌力和产品力加速进化.作为品牌主力担当的VV6于4月销售实现大涨,环比劲增18%.未来,随着新品陆续上市,WEY品牌在终端市场将发挥更大势能.



WEY VV6

定位于“全球最爱女人的汽车品牌”的欧拉，终端市场持续火爆。4月，欧拉品牌销量同比大增324%，其中欧拉黑猫销售4,613辆，同比增长162%，蝉联国内5万-10万元级纯电细分市场销量冠军。1-4月欧拉品牌累计销售38,159辆，同比劲增754%，稳居新能源汽车第一阵营。



欧拉黑猫

值得注意的是,自坦克300火爆上市以来,市场关注度和用户喜爱度不断攀升.为了充分打通品牌上升通道,实现体系化发展,坦克品牌正式宣布独立.4月,坦克300销售5,500辆,环比增长10%,1-4月累计销售19,823辆.从终端市场表现来看,坦克300持续发酵,部分区域市场“一车难求”,需排单3月以上.



坦克300城市版

受国际供应链影响,汽车行业芯片供应紧张,长城汽车各生产基地排产受到一定程度的影响.目前,长城汽车正主动采取多种措施积极应对,包括在全球范围内采购芯片,加速芯片产业布局,强化芯片领域体系力建设等,全力缓解芯片供应紧张造成的影响.

用户生态日益完善 爆款车型层出不穷

目前,长城汽车旗下五大整车品牌,品牌矩阵持续拓展,品类战略深化布局.在新理念,新技术,新品牌赋能下,长城汽车围绕“以用户为中心”,面向最新消费趋势,打造了数十款新车.

在潮流玩家集合的“潮生态”中,长城汽车打造了多款“国潮”新车,不仅有哈弗大狗,哈弗H6国潮版,潮玩新物种X DOG等网红新车,还有硬派潮品坦克300,这些新车将为长城汽车提供强大爆发力,成为深耕“潮生态”的有力引擎.



哈弗大狗

在新青年聚集地的“年轻态”中,长城汽车打造多个爆款,其中哈弗初恋主打“年轻人的第一台车”,哈弗赤兔担当“新次元激情座驾”,新车搭载情绪智能识别系统等多项行业前瞻科技,让敢享敢为青年尽享新一代拥车生活.



哈弗赤兔

智能化正成为汽车行业变革新引擎,面向“智能生态”,长城汽车WEY品牌,精心打造3款新车——摩卡,玛奇朵,拿铁,以丰富的智能安全配置,为用户带来智能化出行体验.目前摩卡已开启预售,玛奇朵和拿铁也将在不久后重磅上市.



WEY摩卡

得“她”者，得天下。在新女性风尚引领的“她生态”中，以“全球最爱女人的汽车品牌”为品牌定位的欧拉，打造了多款女性用车，不仅有欧拉白猫，欧拉黑猫，欧拉好猫，还打造了重新定义超跑世界的欧拉闪电猫和体现复古美学的欧拉朋克猫。此外，随着越来越多的女性追求个性化生活，坦克300也成为了女性用户喜欢的爆款车型。



欧拉好猫



欧拉闪电猫和朋克猫



坦克300赛博版

专注越野市场需求的“越野生态”中,在哈弗H9,长城炮等车型基础上,长城皮卡重磅打造了长城全尺寸皮卡,火炮,旅装炮,越野炮,乘用炮,黑弹,龙弹,火弹共“5炮3弹”,为喜爱户外越野的用户群体,带来一场全阵容,全场景,全价值链的人·车·生活皮卡盛会.



长城炮火炮



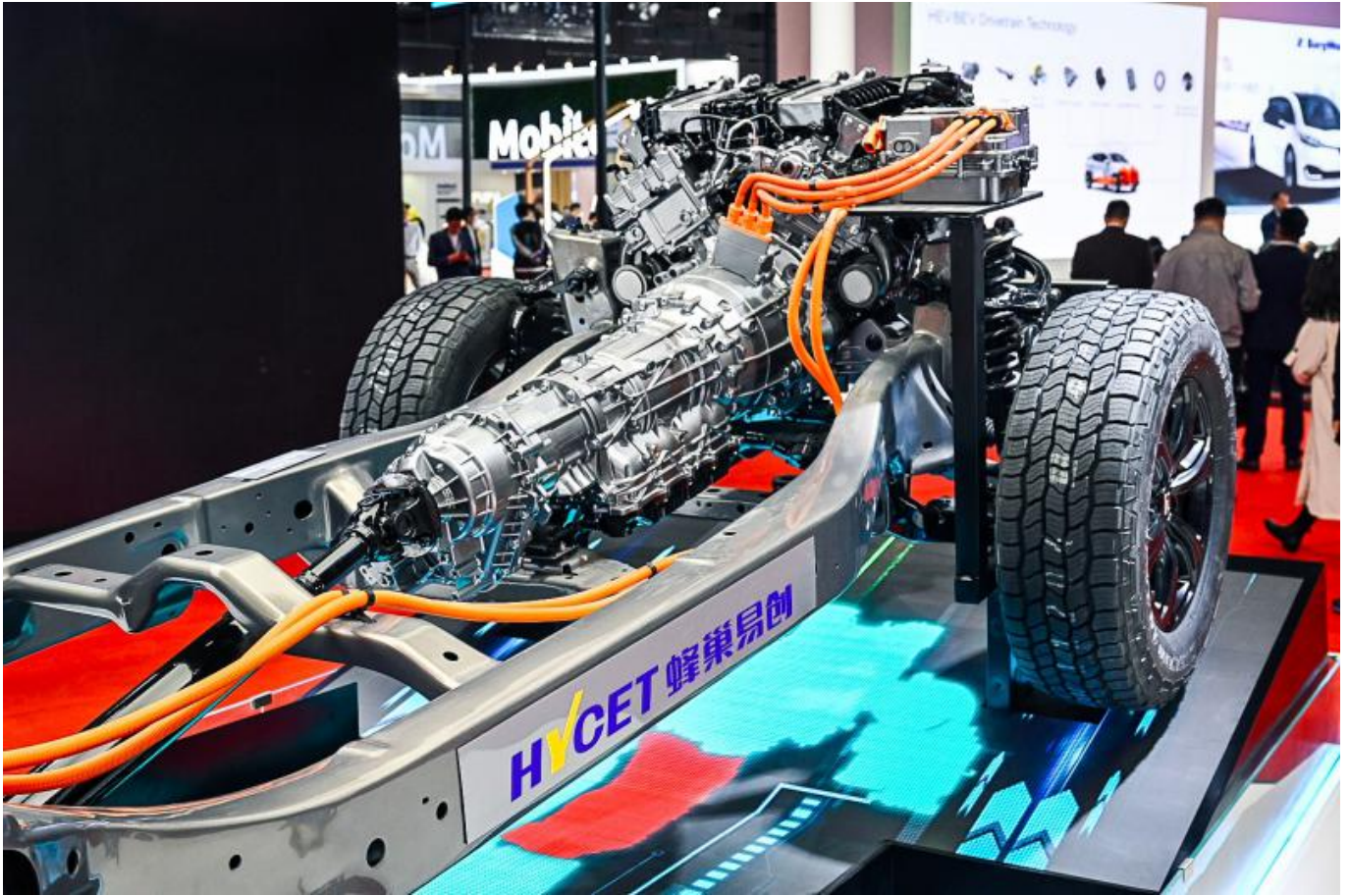
长城炮黑弹

“超级航母” 规模效应释放 企业发展迈入新征程

近一年来,通过内部组织,机制,人才,文化的全方位创新变革,长城汽车在企业转型方面持续进阶,形成了强大的体系驱动力,于4月19日开幕的第十九届上海国际车展上,重磅亮相五大整车品牌与五大零部件公司组成的“超级航母”,现场除了带来二十余款全新车型外,还全球首发了3.0T+9AT/9HAT超级动力总成和数十项前沿技术,大秀硬核实力,燃爆展馆。



长城汽车登陆**2021**上海车展



长城汽车3.0T+9AT/9HAT超级动力总成

上海车展期间,长城汽车还与近50家全国经销商明确了合作意向,经销服务网络持续拓展,从产品力,营销力和渠道力持续发力.同时,长城汽车第1000万辆下线整车正式入藏北京汽车博物馆,长城汽车与北京汽车博物馆建立了更深层次的战略合作关系,致力于共同保护汽车工业遗产,促进中国汽车产业发展.

海外市场方面,4月长城汽车携旗下品牌,产品相继拓展埃及,南非,沙特等市场,全球化战略取得进一步突破.长城汽车旗下哈弗品牌还凭借出色的市场表现荣获俄罗斯权威汽车媒体Za Rulem评选的“中国品牌领导者”大奖.

火力全开,极速出航.身处世界汽车产业变革的前沿阵地,长城汽车将继续践行用户思维,笃定变革全力转型,以“5+5超级航母”进阶发展新征程.