为可持续发展划重点，宝马集团中国战略再升级

搭上中国快车奔向绿色的远方

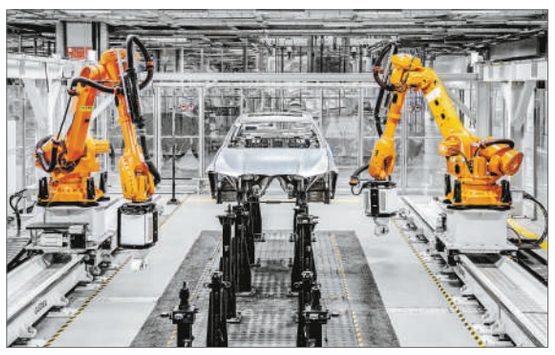
中青报·中青网记者 许亚杰

尽管面临新冠肺炎疫情、芯片危机的双重考验，但如果盘点2021年中国汽车市场的关键词，豪华车市场仍然不容忽视。

中国汽车工业协会的统计数据显示，2021年11月，国内生产的豪华车销量完成31.9万辆，同比增长3.5%，增幅比10月回落9.4个百分点，约占乘用车市场份额的13%。1—11月，国内生产的豪华车销量完成311.2万辆，同比增长19.5%，高于乘用车累计增速12.4个百分点。

事实上，由于中国经济率先复苏，中国汽车市场被认为是推动全球经济复苏的强劲引擎。尤其市场消费升级和产业电动化转型的加速进行，显著激发了包括豪华车品牌在内的全球汽车领军企业，以更大的热情“加码”中国市场。

“众所周知，中国的动向将引领世界的方向。这里有推进转型的理想环境和优秀伙伴，宝马集团将坚定地与中国同行。”正如宝马集团全球财务董事彼得博士所说，“得中国市场者得天下”的规律在全球豪华车市场中愈发明显，现在正是各大豪华车品牌抢占“空间”的关键时刻。



2022年，宝马集团将在沈阳和张家港迎来三座全新或升级的新工厂开业，并在沈阳投产纯电动3系，进一步提升中国作为宝马集团全球三大新能源汽车生产基地之一的地位。图为华晨宝马数字工厂。

2021年，华晨宝马再次名列“汽车企业绿色发展指数”第一名，并连续第四年获“国家级绿色示范工厂”荣誉，闯出了一条汽车业绿色发展的新路。图为华晨宝马沈阳工厂太阳能光伏系统。

到2023年年底，宝马集团预计将在中国市场提供约13款纯电动产品。2022年BMW品牌将为中国用户呈现5款纯电动车型。此外，一款纯电动旗舰车型也将在明年年内亮相。图为创新BMW iX。

融入中国创新与绿色发展大潮

作为负责企业财务和中国事务的宝马集团高管，彼得博士谈起宝马在中国市场的表现时，总是如数家珍：“截至2021年第三季度，宝马集团每三台汽车中，就有一辆是交付给中国客户。”

“自2010年以来，宝马集团在沈阳生产基地总投资超过730亿元人民币，这是宝马集团最大的生产基地。我们在中国4个城市设立了创新研发基地，形成德国以外最大的研发网络。”他用不无骄傲的语气介绍说，宝马集团已经在中国服务了超过600万名车主，拥有超过2.5万名员工，运营着拥有约600家门店的大型经销商网络，还建立了一个庞大的、不断增长的本地供应商网络。

在他看来，这些数字不仅解释了宝马为何要坚持贯彻“中国优先”策略，更凸显了中德贸易的重要性。

在12月16日举办的2022年“迎新年线上年会”上，宝马以“家在中国”的感性字眼描述了企业的中国战略升级。宝马集团大中华区总裁兼首席执行官高乐表示，宝马将企业战略与中国发展目标保持协同，秉持“中国优先”原则，在新产品开发中优先考虑中国市场的需求，不断强化与中国伙伴的共创共赢。

“正如彼得博士所说，中国的动向将引领世界的方向。”高乐告诉记者，宝马已全面升级了“2025中国战略”，贯彻“中国优先”策略，在与全球保持战略协同的同时，宝马中国将拥有足够的独立性，以快速应对中国市场的变化。

“展望2025，宝马集团将在中国加速推进电动化、数字化和可持续发展，与中国保持同频共进。”高乐坦言，在燃油车时代，宝马凭借着快速应对中国市场变化、充分考虑中国客户期待等优势取得了成功，而在电动化进程中，宝马将继续深化“中国优先”策略。

他表示，宝马集团的中国战略升级可以用一串数字来描述：“1”是指“中国优先”原则（China First）；“2”是指BMW和MINI两个品牌都要扎根中国；“3”是指沿着电动化、数字化和可持续三个方向坚定转型；“4”是在北京、上海、沈阳和南京的4个研发和数字化基地；“5”是指2022年将为中国客户呈现的5款BMW纯电动车型；“2025”代表即将在2025年到来的“新世代”车型；数字“2亿”和“1.5”则分别代表宝马集团到2030年的减碳目标和对《巴黎协定》1.5摄氏度控温目标的承诺。

2021年，中国豪华车市场年销量超过300万辆几乎已成定局。有预测称，到2030年，中国豪华车市场年销量有望超过500万辆，其中新能源车的销量占比会超过40%。因此，以宝马、奔驰、奥迪为代表的国际豪华车品牌在2021年频频发力，瞄准了中国高档新能源车市场。

今年3月，宝马集团董事长齐普策曾公开表示，随着中国中等收入群体的不断扩大，对于高质量、创新型产品和服务的需求也将不断增加，这将成为带动高端新能源车市场增长的重要动力。

据介绍，2022年，BMW品牌将为中国用户呈现5款纯电动车型，包括创新BMW iX、创新BMW i4，以及在沈阳生产的纯电动BMW 3系。值得注意的是，一款纯电动旗舰车型也将在明年年内亮相。到2023年年底，宝马集团将在中国市场提供约13款纯电动产品。在生产和服务端，合资企业华晨宝马的动力电池中心已累计生产动力电池超10万台。到2021年年底，BMW联网的公共充电桩将达到36万根。

同时，宝马将继续强化与国内优秀电池企业、能源公司和高科技企业的合作伙伴关系，共同发展绿色电动出行的上下游产业链，并提升自身在电动车研发、生产和服务方面的综合实力。此外，为了持续推进全国销售和服务网络升级，BMW在全国的约600家经销商网点中已有500多家完成BMW i业务认证。2022年，宝马将携手经销商在城市中心试点“BMW i体验店”，呼应中国消费者日益增长的新能源、新体验需求。

“加速电动化和向数字化智能出行的企业转型，已成为全球汽车产业不可逆转的潮流。”新能源汽车独立研究员曹广平认为，一方面，传统跨国汽车巨头有丰富的汽车研发、制造、销售和服务经验，包括传统燃油车业务盈利带来的资金支撑；但另一方面，它们的电动化转型大多也要经受企业转型的阵痛。

“中国已经成为电动汽车的全球领导者，同时也是数字化的关键驱动力。”彼得博士在视频致辞中直言，在宝马集团面向电动化，数字化和可持续发展的转型过程中，中国是最佳选择与最优伙伴。

从成立最早的北京研发中心，到专门研究年轻消费者审美和需求的上海BMW Group DesignWorks设计团队；从My BMW App注册用户突破340万人，到与80多家专注车机数字化内容的中国企业签约，利用中国本土软件力量深耕车载软件开发……宝马集团在中国的数字化创新几乎涵盖了研发、生产、车辆智能化和数字化服务等相关领域。

第48次《中国互联网络发展状况统计报告》显示，截至2021年6月，我国网民规模为10.11亿，其中手机网民规模为10.07亿，网民中使用手机上网的比例为99.6%。与此同时，消费者对汽车的智能网联功能提出了更高要求。为此，宝马集团在中国建成了德国之外最大研发和数字化体系，团队人数超过1650人，包括约600名软件开发人员。

“在宝马工作的30多年间，我走访了世界各地的工厂，但沈阳的生产基地是开创性的。”华晨宝马汽车有限公司总裁兼首席执行官魏岚德博士透露说，2022年宝马将扩建大东工厂，并在铁西兴建一座先进的工厂；“这些工厂代表制造业的未来——精益、绿色、数字化，它们集合人工智能、大数据以及5G等新技术，为我们的成长和未来的新产品做好了准备。”

“减碳两亿吨”拨动产业链转型大算盘

盘点2021年全球汽车市场各类大小新闻后不难发现，作为全球规模最大、最稳定的汽车市场，中国不仅被各大汽车企业视为市场基石，同时也是它们向可持续发展转型的主战场之一。

在中国坚定不移地推动高质量增长并倡导循环经济的背景下，跨国汽车巨头、豪华车品牌展现出了前所未有的绿色转型的决心和紧迫感。考虑到汽车业漫长的产业链，没有哪个企业能够单独解决“碳达峰，碳中和”进程中遇到的所有问题。

有分析认为，信息共享、产业协同是提升汽车产业链效率，实现可持续发展的最佳方案。其中，掌握对汽车产品定义权、并能在选择供应商时“用脚投票”的整车企业，无疑能发挥风向标一般的作用。

例如，作为宝马集团与中国经济共创共赢的典范，一方面，华晨宝马连续15年成为沈阳最大的纳税企业，仅2020年就纳税380亿元，同时华晨宝马仅2020年就从沈阳本地的供应商采购超过330亿元，有力地推动当地经济的可持续发展；另一方面，2021年，华晨宝马再次名列“汽车企业绿色发展指数”第一名，并连续第四年获“国家级绿色示范工厂”荣誉，闯出了一条汽车业绿色发展的新路。

“一个真正肩负责任与可持续发展的企业，目标不仅局限于简单达成利润与创造就业而已。它应该关注环境、平衡经济发展与生态保护。”魏岚德特意告诉记者，华晨宝马全体员工平均年龄不到33岁，是一支充满活力的团队。

辽宁省人民政府副省长姜有为在视频致辞中列举了另一组令人印象深刻的数据：华晨宝马整车产量突破第一个100万辆用了12年，突破第二个100万辆用了3年，突破第三个100万辆用了两年；今年9月，华晨宝马第400万辆整车下线，突破百万产量的用时纪录被缩短至一年半。

他表示，“十四五”期间，辽宁将加快建设数字辽宁制造强省，全力做好工业结构调整“三篇大文章”，全面推进汽车产业转型升级，积极布局新能源汽车和智能网联汽车，着力打造汽车全产业链生态圈，努力构建先进汽车制造产业集群。“我们将继续深化与宝马集团的合作，一如既往地支持华晨宝马在辽宁发展壮大，努力打造宝马全球最大的生产制造基地、研发基地、出口基地。”

“最好的汽车应该是可持续的，因为可持续理念与高档豪华的内涵密不可分。我们正在不断扩大纯电动车型阵列，而不是仅仅覆盖几个细分市场。”在今年3月举办的宝马集团年度财报发布会上，齐普策直言，如何应对气候变化、如何有效利用资源，将决定宝马集团乃至全社会的未来。

按照宝马集团设定的目标，到2030年，宝马将使平均单车全生命周期碳排放较2019年降低40%，减少碳排放两亿吨。

“宝马集团视电动化为实现碳中和的重要途径，但宝马集团的可持续战略远不止电动车一个方面。

可持续发展是宝马集团企业战略的基石，也是宝马与中国大环境协同发展的又一方向。”高乐强调说，宝马集团关注的是汽车全生命周期的碳减排，而是从供应链、生产、使用到回收利用，缺一不可。

“宝马集团携手所有合作伙伴在全产业价值链中推进可持续发展。我们正在与北京相关部门合作，试点通过预约出行等方式舒缓交通拥堵的方案。”他表示，继今年6月举办首届宝马集团可持续发展中国峰会，并发起“产业链绿色转型倡议”后，宝马将以实际行动履行企业社会责任。

据了解，宝马企业社会责任项目的关注领域在“文化保护”和“社会发展”基础之上新增了“环境保护”，并发布“BMW美丽家园行动”。该项目第一期将率先在辽宁省辽河口国家级自然保护区建立生物多样性保护公众教育基地，向保护区捐赠监测、鸟类救护等相关设备，帮助当地加强生物多样性保护。

要如期实现“2030年前碳达峰、2060年前碳中和”的目标，势必要进行能源结构、产业结构的调整和优化。而对于所有想在中国汽车市场有所作为的企业来说，这意味着一场全面而深刻的系统性转型。

“宝马在中国市场的成功源于其前瞻未来的远见和具有高度责任感的行动。”有分析人士表示，随着宝马集团在整个价值链中贯彻生态和社会的可持续性发展策略，其产品攻势和产业布局也将被赋予更多发展潜力。

汽车消费投诉与新闻线索提供，请关注青豹驾到公众号，给我们留言。消费维权邮箱：autocyd@126.com

享道Robotaxi
Powered by
SAIC 上汽集团 momenta

触得到的未来出行

扫码了解更多

·广告·