

多项财务指标刷新纪录 电动化成为宝马增长新内核

中青报 中青网记者 张真齐

2018年以来,全球乘用车市场持续下行,存量市场竞争进一步加剧。与大盘走势对比明显的是,中国豪华车市场连续三年保持11%的年度平均增速,逆势上扬态势明显。

豪华车市场韧性较强,与大盘增速剪刀差扩大,尤其是高线城市贡献显著,未来将成为带动车市增长的一大动力。谈及这一话题时,汽车行业分析师刘志超说。

在刘志超看来,居民可支配收入与消费水平是影响豪华车行业发展的关键因素。随着国民经济发展、居民消费升级以及豪华车价格更趋合理,豪华车市场规模与潜力得到了有效保障。

值得注意的是,2020年中国豪华车销量份额占14%左右,相比英国的23%、德国的20%而言,中国豪华车市场份额还有进一步提升的空间。

作为豪华车品牌中的代表企业,2021年宝马在中国市场又一次创下销量新高,共交付84.62万辆宝马和MINI汽车,同比增长8.9%,稳居在华豪华车品牌销量榜首。

近日,宝马集团举办财报年会,公布了2021年的成绩单。报告内容显示,宝马集团2021年全球销量突破252万辆,同比增加8.4%;总收益达1112.39亿欧元,同比增加12.4%。同时,净利润达124.63亿欧元,同比增长223.1%,刷新历史纪录,这样的成绩也引发了广泛的关注。

电动化成为宝马集团发展新内核

在刚刚过去的2021财年,宝马集团全球新能源汽车销量增长了70%,超过32万辆,这也成为宝马集团最重要的增长点之一。在2022宝马集团财报年会上,宝马集团董事长齐普策介绍说。



为了延续这一势头,宝马集团将加快纯电产品阵容扩充。记者了解到,2022年,宝马集团量产及试生产纯电动车型将达15款,覆盖约90%的细分市场。

除了已经上市的创新BMW iX、创新BMW i4、BMW iX3等车型外,还包含BMW 3系、BMW 5系、BMW X1等系列的纯电车型。其中最令人瞩目的就是将于4月与全新一代BMW 7系一起全球首发的创新纯电动BMW i7。

创新BMW iX和创新BMW i4广受好评,强烈的客户需求本身就证明了这一点。今年,纯电动BMW i7将把BMW电动车型推向新的高度,它将是持续成功、引领变革的重要组成部分。齐普策介绍说。

齐普策直言,全新一代BMW 7系是宝马集团在豪华汽车领域成功增长战略的下一张王牌,该车型将成为BMW豪华细分市场中第一款可提供内燃机、插电式混

合动力和纯电动的豪华轿车。

此外,基于全新构架、搭载第六代eDrive电力驱动系统的新一代车型将在2024年迎来第一台试生产车型的下线。

据悉,新一代车型将具备完全重新设计的IT和软件架构、全新一代高性能电力驱动系统和电池,以及贯穿整个车辆生命周期的全新可持续理念,特别是优先使用再利用材料,倡导循环经济。第六代eDrive电力驱动系统则兼顾性能和成本控制,并具备全新的化学和电芯形式。

随着产品阵容的快速扩充,宝马集团预计电动车型的销量也将随之迅速增长:到2025年年底,宝马集团计划累计交付200万辆纯电动车。

到2030年,全球总销量至少有一半将是纯电动车。我们正尽一切可能提前实现这一目标。届时,纯电动车的年销售量将



左图:在2022宝马集团财报年会上,宝马集团董事长齐普策介绍说,2021财年,宝马集团全球新能源汽车销量增长了70%,超过32万辆,成为宝马集团最重要的增长点之一。

右图:考虑到中国豪华车市场连续三年保持高速增长,且市场空间仍然较大,在宝马集团2022年发展规划中,中国市场和中国力量将会扮演更加重要和更关键的角色。

超150万辆。当然,这也取决于全球不同地区充电基础设施的发展速度,以及电池相关原材料的供应情况。齐普策解释说。

据齐普策介绍,为了保证现有车型生产,宝马集团还在关键零部件供应方面做了充分的准备工作。比如为了保证电芯的充足供应,宝马集团将第五代eDrive电力驱动系统配备的电芯采购量从120亿欧元增加至超过200亿欧元。

按照规划,到2030年,宝马集团计划向客户累计交付1000万辆纯电动车。届时,宝马集团旗下其他三大品牌也将全面电动化,劳斯莱斯品牌将完成全部产品电动化,BMW Motorrad都市出行系列将全部实现电动化,MINI品牌也将从本世纪30年代初开始迈向全面电动化,为客户提供零排放的驾驶乐趣。

齐普策还透露,作为新能源技术的又一点,宝马集团正稳步推进氢燃料电池

技术发展,并宣布基于该技术的电驱系统也可适用于新一代车型,成为可持续出行的又一选择。

今年,BMW iX5 Hydrogen氢燃料电池车也将进行小规模量产。预计从本世纪20年代后半期开始,氢燃料电池技术在驱动系统组合中的比例将会越来越大。齐普策说。

在新能源汽车市场蓬勃发展的当下,如何锚定清晰转型路线,吹响新能源号角,成为各大车企关注的焦点问题。

显然,宝马集团已从多领域规划了清晰的路线。接下来,宝马集团将继续引领创新发展,推动未来出行落地,坚定向电动化的未来加速前进。齐普策总结说。

全球工厂转型升级助力产销再提速

在汽车电动化大背景下,高端新势力品牌不断冲击传统燃油豪华车市场份额,其覆盖的品类、路线、价区、用户等愈发广泛。传统车企则依靠强大的资金与技术实力,也纷纷推出高端品牌。

此外,随着新入局品牌的增多和壮大,将给豪华车市场带来鲶鱼效应。可以看到的是,全新的竞争格局正在重塑。刘志超分析说。

针对这一趋势,宝马集团也在积极进行生产制造领域的探索和创新。在2022年集团财报年会上,宝马集团提出了生产网络全新标准BMW iFACTORY。

它为电动时代的生产网络转型提供了一种全球化的解决方式,以此来重新定义汽车生产的未来。宝马集团负责生产的董事诺德科沃奇介绍说,BMW iFACTORY标准将应用在宝马集团全球所有工厂中,包括位于沈阳生产基地的三个整车工厂和一个动力总成工厂。

记者了解到,BMW iFACTORY代表

了宝马的生产战略愿景:精益、绿色、数字化。精益,即效率、精确和高度灵活性,以及将不同驱动技术和车辆架构集成到生产中的能力,这已成为实现成功转型的关键因素。诺德科沃奇解释说,绿色,指的是通过最先进的技术,最少的资源消耗以及循环经济模式来进行生产。宝马集团的目标是到2030年,在生产环节将单车碳排放量较2019年降低80%。

诺德科沃奇着重强调了数字化的重要性。在他看来,数字化代表在生产中使用数据科学和人工智能,并在规划和开发中进行现实世界和虚拟世界的互融。通过这种数字化的方式,宝马集团可以让世界各地的员工实现虚拟化连接,他们可在同一平台上进行实时开发和规划。

这是一场真正的变革,也是宝马集团对元宇宙的一种回应。宝马集团全球所有工厂都将遵循iFACTORY标准,无论是即将开工建设的匈牙利德布勒森工厂,还是拥有百年历史的德国慕尼黑工厂。精益、绿色、数字化,这是我们对于未来生产的一个总体规划。诺德科沃奇总结说。

据悉,匈牙利德布勒森工厂计划于今年6月破土动工,26个月后将,新一代车型(NEUE KLASSE)的试产车将在这里下线。2025年,新一代车型将在该工厂正式投产。

未来,聚焦于精益、绿色、数字化,宝马集团将系统化发展其全球生产网络,迎接新一代车型的来临。

齐普策表示:随着2025年新一代车型的正式投产,宝马集团的生产网络也进入了全新维度,我们称之为BMW iFACTORY。宝马集团的每一家工厂正在为此做好准备。

有业内人士分析指出,对于未来的转型路线,宝马集团针对产品品质、产品阵容以及产品的战略定位等每一个关键环节都做好了充足的准备和清晰的规划。

正是基于这样的底气,尽管预计芯片供应短缺在2022年下半年才会有所缓解,新冠疫情影响、乌克兰局势、原材料价格上涨等不确定因素也存在,但宝马集团相信风险形势仍然良好,并已做好准备迎接未来的挑战。

更重要的是,在宝马集团2022年乃至更长远的战略规划中,中国市场和中国力量将会扮演更加重要和更关键的角色。

蒙迪欧的阳谋:以品价比破局年轻化课题

中青报 中青网记者 张真齐

当前,以中国市场为代表的全球车市,正在从增量时代向存量时代过渡,日趋激烈的市场竞争和频繁发布的车型,让原本平静的蓝海变成了厮杀拼命的红海。

与此同时,不知从何时开始,消费升级与需求变化成为汽车行业热议的焦点话题。随着90后成为消费群体中的主力,年轻人的消费喜好和个性需求受到越来越多关注和重视,年轻化成为每家企业必解的课题。

知名信息咨询公司威尔森发布的《2021汽车行业数据报告》指出,在选车购车的过程中,消费者的关注点正在从传统的性价比转向更高层次的品价比。调查数据显示,多面升级、更加全能的精品轿车,已然成了市场上的新宠。

作为最早进入中国市场的汽车品牌之一,长安福特同样深知这个道理。近日,全新一代长安福特蒙迪欧开启预售,共推出四款车型,售价区间为15.98万-21.98万元,该车将于今年4月上市。

全系2.0T、8AT的动力总成,起售价

格竟然还不到16万元,目前市面上的2.0T合资B级轿车,恐怕没有比其价格更实在的车型了。一名观看新一代蒙迪欧预售会的粉丝留言道。

作为福特旗下最为成功的车型之一,蒙迪欧自1993年发布以来,已经历了六代的升级。2004年第二代蒙迪欧在长安福特首次国产,凭借出色的造型和品质,第二代蒙迪欧成为兼顾家庭和行政公务用车的代表。

如今,转眼18年时光已经过去,长安福特蒙迪欧在中国市场步入了成年,中国汽车市场发生了翻天覆地的变化,消费者的需求和喜好也在悄然升级。

通过长期的市场调研和趋势研判,长安福特针对用户的需求,决定在蒙迪欧上采用福特势能美学全新家族设计语言,同时充分汲取中国用户对创新、科技感和设计的需求,用创新重塑经典,让消费者在各个场合都能尽显强大气场。福特中国设计中心首席设计师Simon说。

Simon介绍,新一代蒙迪欧采用更为前倾的姿态和更为锋利的线条,带来刚柔并济的视觉冲击。而一体贯穿式风刃灯带横贯前脸,强调视觉的宽度,并彰显力量感,进一步提升了整车的辨识度。



近日,全新一代长安福特蒙迪欧开启预售,共推出四款车型,售价区间为15.98万-21.98万元,该车将于今年4月上市。

在内饰设计上,新一代蒙迪欧采用环抱式座舱设计,将科技、功能与造型和谐地融为一体,营造出宁静科技的未来座舱氛围。超过2945mm的轴距,则可以营造出更为阔绰的车内空间,进一步提升驾乘的舒适度。

在不少人的传统印象中,B级车更多是与舒适、稳定这样的词相联系。但是随着年轻消费者登上舞台,强动力、激情成为汽车圈的热词。为此,新一代蒙迪欧全系搭载2.0T+8AT动力总成,0-100km/h加速仅需6.5秒,吸引了不少年轻人的关注。

记者了解到,新一代蒙迪欧全系配备



为了吸引看重智能互联功能的年轻消费者,新一代蒙迪欧搭载了1.1米超广域高清巨幅屏,它整合了12.3英寸全彩数字液晶仪表盘和27英寸4K中控屏。

福特第四代Ecoboost® 2.0T发动机,这款发动机基于福特在国际上多次获奖的重要机型加以升级,满足严苛排放标准的同时提供强劲的动力,额定功率175kW,峰值扭矩376N·m。

而与之匹配升级之后的8AT变速箱,更绵密的齿比设定带来毫秒级换挡响应,还具备标准、节能、运动三种驾驶模式,可在通勤与运动之间自如切换,满足日常需求的同时,带来更为激烈的驾乘体验。

在继承福特品牌优异的操控DNA基础上,新一代蒙迪欧深入洞察中国用户偏

好,对底盘、车身结构进行深度改进,降低了泊车和低速时的转向力,转向更轻盈、更舒适,操控更平顺。Simon透露说。

威尔森发布的《2021汽车市场需求报告》指出,成长于互联网时代的新消费群体,对智能科技有着与生俱来的偏好。

为了更好地满足人们对于互联网的需求,新一代蒙迪欧与福特纯电车型共享同一全新电子电气平台,福特FNV智能互联全网架构。它不仅具备了电车级的智能座舱和智慧驾驶能力,更拥有整车全域OTA能力,可持续升级进化,能够做到常用常新。

进入新一代蒙迪欧车内,不少人都被其搭载的1.1米超广域高清巨幅屏所吸引。这款巨幅屏整合了12.3英寸全彩数字液晶仪表盘和27英寸4K中控屏。

其中,12.3英寸全彩数字液晶仪表盘整合AR导航、娱乐、路况模式等多种功能,纷繁信息一目了然。27英寸中控屏支持福特业内首创的联合驾驶功能,通过分屏、整屏的自由切换,可让主副驾驶同驾,在提升驾驶乐趣的同时又增加行车安全性。

更重要的是,新一代蒙迪欧搭载福特最新一代车机系统SYNC®+2.0智行互联系统,整合先进的百度人工智能技术和丰富的

互联网应用生态,支持多点触控、AI语音识别、手势控制、面部识别等多维交互方式。结合福特全球首款可视化虚拟人工智能助手VPA智行伙伴,新车可不断学习车主的驾驶习惯。

新一代蒙迪欧不仅拥有懂你心意的车车交互,还能与道路和城市融为一体,带来更有乐趣、更有预见性的进阶级驾驶。Simon强调说,新车搭载福特新一代Co-Pilot360™智行驾驶辅助系统,配备先进的视觉感知系统。

据悉,全新的感知系统装有23个传感器配置,可实现多达18项智能驾驶辅助配置,其中包括福特全球首个L2级主动辅助驾驶功能BlueCruise主动驾驶辅助功能,在高速公路和城市快速路段的特定路段上轻松实现准自动驾驶,大大缓解长时间驾驶的压力,提升行车安全。

统计数据显示,2020年,长安福特全年累计销量达到了21.3万辆。2021年,长安福特销量达30.47万辆,同比增长20.29%。尽管相对于其他市场下滑的车企来说,这个成绩不算差,但对于正在努力奔向复兴的长安福特而言,这样的成绩当然不能完全令人满意。

显然,拿出更强的产品,制定更便利的市场政策,推出更具品价比的车型,成为今年长安福特走上复兴路的最重要策略。

业内人士分析指出,面对更趋智能化、个性化、多元化的时代浪潮,新一代蒙迪欧带来更加潮流感的设计、阔绰的空间、出色的性能和智能,满足用户的多样化用车场景,或将在上市后成为市场宠儿。

YUTONG

宇通 为美好出行

YUTONG: BETTER BUS, BETTER LIFE

400 659 6666 网址:www.yutong.com