

新闻稿

供参考发布

2020年12月16日

展望 2025，宝马集团以中国为家升级中国战略

- “中国优先”，重视中国客户期望、快速响应市场变化
- “电动提速”，2022年为中国客户呈现5款纯电动车；到2025年，将提升纯电动车销量占比至1/4，并迎接“新世代”车型的到来
- “家在中国”，融入中国创新与绿色发展大潮，携手中国伙伴共创共赢
- 彼得博士：“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。”

（北京）2021年12月16日，宝马举办2022年“迎新年线上年会”，以“家在中国”这一感性主题描述了企业的中国战略升级：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。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。

宝马集团全球财务董事彼得博士说：“每次来到这个伟大的国家，我都感觉像是回家，因为这里充满活力，还有无数家人般的伙伴。我们相信，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。**”他还宣布：“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，并在沈阳投产第二款BMW纯电动车——**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。”

宝马集团的中国战略升级可以用一串“简单”的数字来描述：“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、沈阳和南京的四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纯电车型；“2025”代表即将在2025年到来的“新世代”车型；“2亿”和“1.5”分别代表宝马集团到2030年的减碳目标和对《巴黎协定》1.5度控温目标的承诺。

“家在中国”：宝马贯彻“中国优先”策略，加速推进电动化进程

“中国优先”意味着与全球保持战略协同的同时拥有足够的独立性，以快速应对市场变化，尤其在产品概念阶段就充分考虑中国客户的期望。宝马在燃油车领域的成功已验证这一思路，而在电动化进程中将继续深化“中国优先”策略。

首先，加快在中国的电动化步伐：2021年，BMW iX3在首个完整销售年预计销量可达2万辆。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。此外，一款纯电动旗舰车型也将在明年年内亮相。到2023年底，宝马集团将在中国市场提供约13款纯电动产品。

同时，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。2017年，合资企业华晨宝马在高档汽车品牌中第一个建立动力电池中心，2020年完成二期工程，至今累计生产动力电池超10万台。至2021年底，BMW联网的公共充电桩将达36万根。

再有，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。

2025年将是宝马战略转型的重要节点。届时，宝马集团将发布“新世代”车型，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。在“新世代”的开发过程中，中国市场的特定需求仍将被置于首位。到2025年，宝马集团在中国市场销量的四分之一将是纯电动车。

“家在中国”：宝马加入中国创新潮，携手中国伙伴推动数字化创新

宝马集团在中国的数字化创新涵盖研发、生产、车辆智能化和数字化服务等所有相关领域。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。

成立最早的北京研发中心主要负责车辆工程、测试和认证。上海研发中心侧重于数字产品、软件开发以及与当地数字生态系统和创新圈的联系；上海还有一支BMW Group DesignWorks设计团队，细微体察年轻一代客户的审美和需求。沈阳研发中心专注于本土电动车开发和国产车型量产后的研发工作。

数字化开发方面，2019年宝马在北京成立了领悦数字公司，专注于创造无缝连接的客户数字旅程。目前，由领悦和宝马研发部门共同开发的My BMW App已经吸引**340万注册用户**，其中月活用户超**140万**。同时，为了打通线上线下的用户体验，宝马正在向全国约600家经销商推广“BMW网络领创项目”，通过软硬件升级和数字化转型优化客户的品牌体验。目前已经有超过三分之一的经销商完成了这一升级。

2021年，宝马的创新布局拓展到南京。首先，合资成立了宝马诚迈信息技术有限公司，利用中国本土软件力量深耕车载软件开发；同时，宝马又在南京设立领悦南京分公司，旨在为宝马在中国运营企业的生产和服务提供敏捷、高效的IT研发及技术解决服务。此外，宝马集团还积极探索与中国科技公司合作，目前已经和**80多家专注车机数字化内容的中国企业签约合作**。

在生产领域，华晨宝马的数字化工厂是“工业4.0”科技应用的典范，大数据、人工智能等下一代生产技术被广泛应用，在全球率先实现5G网络全覆盖。

“家在中国”：宝马坚定支持中国经济、社会和环境的可持续发展

作为宝马集团与中国经济共创共赢的典范，华晨宝马沈阳生产基地自2010年以来获得总投资超过730亿元人民币。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。另一方面，宝马集团在中国拥有约600家经销商和460余家零部件供应商；仅华晨宝马在2020年就从沈阳本地的供应商采购超过330亿元，有力地带动了当地经济的发展。

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。宝马集团坚定支持《巴黎协定》提出的1.5度控温目标，并提出到2030年将平均单车全生命周期碳排放较2019年降低40%，减少碳排放2亿吨。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。实际上，宝马集团关注的是**汽车全生命周期的碳减排**——从供应链、生产、使用到回收利用缺一不可。

比如，华晨宝马因为在供应链可持续管理方面的成就被联合国全球契约中国网络授予“2020实现可持续发展目标企业最佳实践奖”，是20家获奖企业中唯一的汽车公司。在生产端，华晨宝马自2014年起连续八年发布《可持续发展报告》，向社会公开可持续足迹。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。

宝马还一直坚持以实际行动履行企业社会责任。“BMW童悦之家”项目已开展10年，“BMW中国文化之旅”项目更是走过了15年。近日，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，直接助力当地的生物多样性保护。

展望2025，伴随“新世代”的到来乃至更久的未来，宝马传递出的声音是自信、更是承诺：始终秉持“家在中国”，始终保持与中国经济和社会同频共进、协同发展、共创共赢。

-完-

中文版媒体信息及高分辨率图片资料，请从以下网站下载：www.press.bmwgroup.com
扫码关注“**宝马集团**”，官方资讯及时掌握（二维码见下）。



欲了解更多宝马集团及产品信息，请登录：
<http://www.bmw.com.cn> 以及 <http://www.minichina.com.cn>

垂询请致：

宝马集团大中华区企业事务部

于淼先生

邮箱：Nathan.yu@bmw.com

地址：北京市朝阳区东三环北路霞光里 18 号佳程广场 B 座 28 层，100027

宝马集团

宝马集团是全世界最成功的汽车和摩托车制造商之一，旗下拥有 BMW、MINI、Rolls-Royce 和 BMW Motorrad 四个品牌，同时还提供汽车金融和高档出行服务。作为一家全球性公司，宝马集团在 15 个国家拥有 31 家生产和组装工厂，销售网络遍及 140 多个国家和地区。

2020 年，宝马集团在全球共售出超过 230 万辆汽车和超过 16.9 万辆摩托车。2020 年，集团总收入达到 989.9 亿欧元，税前利润达到 52.22 亿欧元。截至 2020 年 12 月 31 日，宝马集团在全球共有 120,726 名员工。

宝马集团的成功源于其前瞻未来的远见和具有高度责任感的行动。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，全面的产品责任以及明确的节能承诺已成为宝马集团企业战略的重要内容。