



## “Vorsprung 2030” 战略：奥迪加速转型进程

- 奥迪全新战略聚焦可持续增长和差异化发展
- 自 2026 年起，奥迪面向全球推出的全新车型将均为纯电动车型；至 2033 年，将逐步停止内燃发动机的生产；全面的电动汽车生态系统正在加速构建中；售后服务范围将拓展至智能硬件及预测性维护等领域
- 可持续发展理念深植管理流程

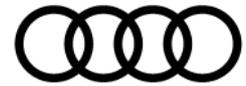
英戈尔施塔特，2021 年 8 月 26 日——至 2030 年，奥迪目标成为可持续发展、社会企业责任和技术领域的行业领先者。奥迪将为电动车用户提供独一无二的车载系统，并通过其生态系统为电动汽车用户提供全新的体验。“我们的‘Vorsprung 2030’战略将确保奥迪未来长期的竞争力，”奥迪 CEO 杜思曼 (Markus Duesmann) 表示，“社会变革持续加速，因此，我们也需要加快转型进程。”数周前，基于深入细致的战略流程，以及实现可持续增长的决心，奥迪明确表示：从 2026 年起，奥迪面向全球市场推出的新车型将全面切换为纯电动产品；至 2033 年，奥迪将逐步停止内燃发动机的生产。

过去几个月内，奥迪管理团队制定了“Vorsprung 2030”战略，以延续并进一步发展奥迪“突破科技 启迪未来” (Vorsprung durch Technik) 的品牌理念。随着电动化转型目标时间节点的确立，四环品牌将坚定推动转型进程。奥迪将持续引领汽车行业并推动创新发展，“‘突破科技 启迪未来’品牌理念在此依旧拥有重要意义，因为全球人类仍面临着如碳排放、全球变暖等诸多重大课题，这只能通过清洁能源技术加以解决。我们的初衷是为客户提供更多的自由及个性化的出行方式，”杜思曼强调。这也是奥迪聚焦零排放驱动系统的原因。“我们并不是为了开发技术而开发，而是希望以一种有的放矢且高效的方式推动世界发展。”

未来，中国市场将在战略调整过程中继续发挥重要作用。奥迪预计：到 2030 年，中国高端汽车市场年销量将达到约 450 万辆（2020 年的水平为 310 万辆）。到 2030 年，电动车型在高端汽车市场的份额将从当今的约 10% 增长至约 40%。

基于此，奥迪将持续扩大在华业务，包括拓展本土化生产的电动车型，助力中国汽车行业向可持续出行转型的进程。奥迪深耕中国市场 30 余年，与合作伙伴一汽-大众一道，在中国拥有包括长春在内的多个生产基地。2021 年，奥迪携手中国一汽将本土化生产的车型谱系扩展至 12 款。2022 年，奥迪携手第二家合作伙伴上汽大众生产的首款车型将正式上市，并将通过一汽-大众奥迪现有经销商-投资人网络进行销售及售后服务。

奥迪中国总裁安世豪表示：“奥迪持续践行‘在中国，为中国’承诺，致力于满足其全球最大市场的多元客户需求，并积极推动创新。奥迪携手两大合作伙伴中国一汽及上汽集团，已经为迎接未来挑战做好了充分准备。”目前，奥迪已累计向中国交付了超过 700 万辆汽车。仅在 2020 年，奥迪在华销量就达到 727,358 辆；2021 上半年销量达 418,749 辆。



## 全新“Vorsprung 2030”战略的制定

50 年来，“突破科技 启迪未来”始终镌刻在奥迪 DNA 之中。为保持品牌理念的本色，奥迪首席策略师 Silja Pieh 及其团队采用了全新的战略开发流程，制定出可持续化、面向未来的企业战略。在过去数月的时间里，她与不同市场、不同层级的约 500 名员工通力合作，覆盖美国、中国等大型市场，对 2030 年前的出行及与公司相关的 600 多种全球趋势进行了分析，由此确定了战略行动领域，并与董事会成员进行了深入讨论及评估。

Silja Pieh 解释道：“可持续发展的话题已经根植于许多同事和董事会成员的内心。未来，我们希望进一步加强责任管理，并在全公司范围内采取一致行动。”新战略将聚焦可持续增长和差异化发展，并为战略行动领域的优先级安排提供指导方针。战略的实施需要员工培训、企业文化及新的企业管理体系等方面通力协作。

除了终止内燃机生产的计划外，奥迪纯电动汽车在同级别市场的差异化竞争重点还体现在质量、设计以及为客户不断提供附加价值等方面。这包括围绕电动出行及自动驾驶打造的无缝生态系统。奥迪数字化业务负责人 John Newman 表示：“通过转型，奥迪未来将为客户提供全新的数字化和感官体验，与客户进行更频繁、更深入的接触。”

同时，奥迪还将以 ESG 标准（环境、社会和公司治理）为基础，平衡商业发展与可持续发展。相关维度包括气候保护、非可再生能源保护、员工安全与健康、社会责任及企业在合规和风险管理方面的管控。Silja Pieh 指出，战略流程不会成为一个完成式，而将是一个持续发展的过程：“世界，尤其是出行方式正在迅速变化。未来，我们将对此做出更快、更灵活的反应。”作为集团整体规划流程的一部分，奥迪将定期分析战略框架条件，并在必要时进行进一步完善。

奥迪希望证明个人高端出行与可持续性能够实现最高程度的兼容。奥迪将携手大众汽车集团及旗下品牌引领新的出行时代，同时，集团整体的创新实力也将成为电动出行和软件转型的关键竞争优势。7 月，大众汽车集团发布了全新的“NEW AUTO”集团战略，为奥迪“Vorsprung 2030”战略成功实施奠定了基础。

奥迪汽车股份公司秘书长 Martin Primus 坚信该战略目标的优势在于：无论在奥迪品牌或是奥迪集团旗下的宾利、兰博基尼、杜卡迪和意大利设计公司，其所有员工都将积极应对即将到来的挑战。提前制定发展路线，将有利于为奥迪团队提供清晰的目标及充足的转型时间。此外，这也将为财务、人事和组织层面实施该战略提供框架和坚实的基础。

## 思索未来：奥迪的创新发展

奥迪拥有众多创新技术，未来还将持续深入发展，例如：奥迪空间框架结构技术(ASF)、奥迪 quattro、矩阵式 LED 大灯及大量电动车型相关专利等。面向未来，奥迪还将有更多科技亮点。奥迪汽车股份公司技术研发董事 Oliver Hoffmann 表示：“在新的出行时代，我们不仅将‘进取’视为工程界的最高艺术、最先进的设计及数字体验，而且我们也在跳出汽车本身去思考。未来，出行将涉及更丰富、更全面的解决方案，包括基础设施等。”



Oliver Hoffmann 希望通过“奥迪 DNA”项目，强化用户体验领域的创新发展。在这一项目中，奥迪将深入研究如转向角需求、手动扭矩和声学设计等技术细节，以保证为客户提供无与伦比的感觉。Hoffmann 表示：“我们必须为产品赋予清晰、准确的 DNA。未来，我们还将精细化定义驾驶奥迪汽车的感觉，这同样适用于高度自动驾驶环境。”

面向汽车行业最具挑战性的十年，同整个公司一道，奥迪技术研发部门正推进史上最大规模的转型，这包括进一步强化车载软件及自动驾驶技术。除了电动出行，提升智能互联、数字服务，拓展自主研发系统的使用也是大众汽车集团的战略重点。

未来，奥迪客户将能够升级他们的车辆并更新或升级子系统。此外，燃油车车主也将能够享受到覆盖汽车整个生命周期的其他服务。Oliver Hoffmann 解释道：“凭借售后业务中提供的智能硬件，我们的车辆将更以客户为中心、更具个性化和可持续性。”

CARIAD 在全新“Vorsprung 2030”战略中发挥着重要作用。至 2025 年，大众汽车集团旗下软件公司 CARIAD 将为集团所有旗下品牌开发具有统一操作系统和云互联功能的可扩展软件平台。杜思曼表示：“E3 2.0 软件平台将为未来的协同效应、创新和自动驾驶赋能。” CARIAD 将负责基于软件的解决方案的技术开发，各品牌可根据自身情况将其集成于车辆中。

在奥迪媒体日上，奥迪汽车股份公司财务和法务董事 Jürgen Rittersberger 提到：“对于奥迪来说，每一项技术创新背后都有着一种态度，那就是我们希望从总体上进行思考，并始终着眼于社会环境。”奥迪将持续优化流程与成本，令创新产品或服务实现可被社会公众认可的价格。Rittersberger 表示：“为了顺利推动奥迪正在进行中的转型，我们必须释放相应的财务资源。这是我们确保长期竞争力和保障企业未来发展安全的唯一途径。”除了以质量为导向的销量规划以及强大的经营能力外，大众汽车集团在软硬件方面的协同效应也是取得成功的关键因素。从 2021 上半年的发展情况看，奥迪正处在正确的发展道路上：创纪录的销量成绩及电动车型的销量增长表明，奥迪正朝着可持续、可盈利的出行方向迈进。

凭借公司位于柏林的创业创新部门“智库”（Denkwerkstatt），奥迪不断发展面向未来五年左右时间的新创意。作为目前公认的由德国企业运营的创新领导者之一，奥迪“智库”拥有创业公司的氛围。通过高效的团队开发创新商业模式，它正驱动着奥迪的创新发展。此外，奥迪“内部创业家”计划鼓励来自不同部门的员工在“智库”通过几周的时间起草创新的商业方案。在方案推进中的各个节点，专家评审团将使用专门的标准评估项目是否继续实施或应该终止。Oliver Hoffmann 表示：“我们的目标是将新的想法和理念迅速转化为适用于客户的创新产品和服务，对此，奥迪‘智库’做出了重要贡献。”

同时，奥迪正在集中精力开发高效的生产流程和智能技术。例如，奥迪正在其生产实验室推行创新生产解决方案。为此，奥迪团队利用了由研究所、初创企业和全球供应商组成的网络，并依赖于员工的专业知识和创造力。作为数字化转型的试点基地和实验室，奥迪内卡苏姆工厂在转型过程中发挥着核心作用。信息技术解决方案以及来自技术合作伙伴亚马逊网络服务、SAP、凯捷咨询公司等的创意，已经纳入到“工业 4.0”（Industry 4.0）项目中，以打造全面互联的智慧工厂。



**奥迪（中国）企业管理有限公司**

梁新宇 先生

电话: +86 10 6531 5537

E-mail: [Xinyu.Liang@audi.com.cn](mailto:Xinyu.Liang@audi.com.cn)

如需更多媒体资料，请登录奥迪中国新闻中心：



-完-

**关于奥迪**

奥迪集团凭借奥迪、杜卡迪以及兰博基尼品牌，成为最成功的高档豪华汽车和摩托车制造商之一。奥迪集团的分支机构遍布全球 100 多个市场，并在全球 12 个国家设有 19 个生产基地。奥迪汽车股份公司的全资子公司包括奥迪运动有限公司（德国内卡苏姆）、兰博基尼汽车股份公司（意大利圣亚加塔波隆尼）和杜卡迪摩托控股股份公司（意大利博洛尼亚）。

奥迪集团 2020 全年向客户交付了 169.3 万辆奥迪品牌汽车、7,430 辆兰博基尼跑车以及 48,042 辆杜卡迪摩托车。奥迪汽车股份公司 2020 财年的总销售额达到 500 亿欧元，不计特殊项目的经营利润达 27 亿欧元。集团目前在全球的员工总数约 87,000 人，其中约 60,000 人在德国。凭借新产品、创新出行理念以及其他优质服务，奥迪正在向可持续个人高端出行提供者转型。