



奥迪 urbansphere 概念车：携手中国，共创未来高端城市出行

“未来在中国，奥迪将变得更中国。奥迪 urbansphere 概念车不仅是一款概念车，更完美诠释了在华全新战略‘奥迪中国进取 2030 战略’的核心。”——温泽岳博士，奥迪中国总裁

在中国，川流不息、节奏飞快、激昂振奋的超大城市汇聚了充满进取精神的年轻人，都市的喧嚣热闹、变幻莫测深深吸引着这个群体。然而，他们同样向往一处栖息之所，享受宁静闲适的时光，建立与自己和他人的联系。此次，四环品牌携手中国城市精英人士，满足他们心中所想，共同打造了奥迪 urbansphere 概念车，展现未来高端城市出行的美好愿景。

2022 年 4 月 19 日，奥迪进取盛典和 SPHERE 盛典在线上隆重举行，吸引世界关注。在此期间，奥迪 urbansphere 概念车重磅亮相，完成全球首秀。这是四环品牌首次采用“创新共创”设计流程打造的车型，将对进取一族的深入洞察与奥迪工程师、设计师的创意和专长相互融合。位于北京的奥迪中国设计团队对这款车型的设计起到了至关重要的作用。

与中国客户共创

中国是奥迪在全球最大的单一市场，也是全球未来出行趋势的风向标。在智能互联、电动化和自动驾驶等创新领域，中国一直位于全球前沿。在这里，还有一群眼光独到的客户。对奥迪而言，在中国诞生“sphere 三部曲”最终款概念车的设计再合适不过。

“对我们来说，设计奥迪 urbansphere 概念车是一次千载难逢的机会，也是中德之间跨国合作的成功。我们不仅实现了从内到外设计一款新车，更为重要的是，我们首次邀请了中国客户共同参与到设计过程中。最终的成果令人惊叹：车内空间让人充分放松，加上永恒经典的豪华休息室设计，禅韵满满，”奥迪中国设计负责人 Stephan Fahr-Becker 在奥迪 SPHERE 盛典上说道，“他们会惊喜地发现，曾经的心中所想已经在奥迪 urbansphere 概念车中变为现实。未来，类似的共创概念会成为常态，不仅针对概念车，也针对量产车。因为倾听客户的声音、创造以用户为中心的产品始终是奥迪产品开发的核​​心。”

在与中国客户的深入交流中，奥迪观察到，中国消费者对未来高端出行的看法已经发生变化。他们对高品质豪华出行体验的期待是空间的释放，过去通过尽可能安放更多座位、储物空间和功能元素的传统配置已无法满足他们的期待。相反，他们希望拥有一个足够宽敞的空间，并将舒适的体验感作为独一无二的​​特点。因为除了物理空间之外，他们也在寻找一个能够让自己在繁忙的都市生活中放慢脚步的精神空间。

“未来的城市是以人为本的城市。在高密度的社群当中生活，人们将更渴望私享的空间生活。车不单是出行产品，而是栖居产品。车，成为人生活的延展。在属于私人的空间里奔向远方，是车带给人的最大可能。奥迪提供的解决方案与以人为本的未来城市发展不谋而合。”负责设计上海恒隆广场和北京光华路 SOHO 的国际知名建筑设计师马清运在奥迪 SPHERE 盛典上表示。



“能够增强用户体验特别是豪华私人空间感是我们作为内饰设计师最关注的地方。”曾在奥迪总部英戈尔施塔特工作七年，如今已回到中国四年的奥迪中国内饰设计负责人武云舟表示，“能够让乘客在车里完全放松，并暂时抽身于外部世界，是个了不起的目标。关于这一点，中国传统的庭院建筑给了我们设计灵感，它对我们在空间感塑造、造型和色彩材质的选择上都产生了很大的影响。大家能从这款车上看到中式美学的现代演绎。”

基于这样的理念，奥迪 urbansphere 概念车是奥迪迄今为止最大的车型，并成为能容纳六名乘客、富有禅意的豪华私享空间：不仅是可移动的休憩场所，还是个人生活以外延伸的第三空间，给予客户更自由、更舒适、更私密的出行体验。

数字化是奥迪 urbansphere 概念车呈现的另一大特点。“中国消费者是数字技术的爱好者，对先进技术保持着开放的态度。智能手机是其不可或缺的生活伴侣。他们更希望拥有触摸屏、超清图像、人性化操作、流畅的网络和专属的车载 Wi-Fi 等等。”武云舟表示，“因而，在内饰方面，除了驾驶体验和个性化配置之外，智能互联发挥着越来越重要的作用。”在 L4 级自动驾驶模式下，奥迪 urbansphere 概念车的方向盘和踏板可以被隐藏，车内将转变为一个移动交互的体验空间。通过无缝接入全方位的数字生态系统，汽车不再仅是出行工具，而进化成数字化体验的终端。

加大本土研发力度：奥迪将更中国

专注于满足中国客户独特需求的奥迪 urbansphere 概念车，凸显了四环品牌正不断加大在中国的研发力度。

奥迪中国总裁温泽岳博士表示：“我们深深植根于中国市场，以服务进取前沿的中国客户为己任。未来在中国，奥迪将变得更中国。正如奥迪 urbansphere 概念车展现了奥迪对未来中国城市高端出行的愿景，它不仅是一款概念车，更完美诠释了我们全新‘奥迪中国进取 2030 战略’的核心。”

“奥迪 urbansphere 概念车是首款由奥迪中国设计团队独立负责内饰设计的概念车型。我相信，中国市场还有很多值得我们学习的东西，并有望推广到其他市场。未来，我们将竭尽全力，让更多的中国设计登上奥迪全球舞台。”武云舟表示。

奥迪中国研发中心是目前奥迪在德国总部外最大的、具备端到端开发能力的研发实体。奥迪 urbansphere 概念车是一个绝佳范例，不仅体现了奥迪中国正在不断加强本土研发能力，积极开发面向中国市场的汽车、产品和技术，而且正在未来高端出行创新领域开疆拓土、影响全球。中国市场从客户洞察、市场趋势，到技术突破领域，对奥迪产品研发的影响正在日趋凸显。

“我坚信，奥迪打造的满足中国市场的产品，定将受到世界各地的青睐。这是推动我们进取前行的不竭动力。”奥迪中国设计负责人 Stephan Fahr-Becker 表示。



奥迪（中国）企业管理有限公司
祝苗 女士
电话: +86 10 6531 4283
E-mail: Miao.Zhu@audi.com.cn

奥迪（中国）企业管理有限公司
柳润家 先生
电话: +86 10 6531 3255
E-mail: Runjia.Liu@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、兰博基尼、宾利（2022年1月1日起加入奥迪集团）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13个国家设有21个生产基地。

奥迪品牌2021年的客户交付量达168.1万辆，兰博基尼品牌跑车的客户交付量达8,405辆，杜卡迪品牌摩托车的客户交付量达59,447辆。在2021财年，奥迪集团总销售收入达531亿欧元。不计特殊项目，营业利润为55亿欧元。目前，奥迪全球约有85,000名员工，其中58,000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。