

沃尔沃汽车袁小林：持续打造体系力 以实现全面电气化战略为目标

中国经济的高质量发展正在持续为各行各业带来勃勃生机，我国汽车产业也迎来了关键的五年，有着近百年历史的沃尔沃汽车作为全球汽车并购的成功典范，积极践行国家政策，履行社会责任，在中国市场已累计收获超百万车主，产品出口超80个国家。

近日，沃尔沃汽车全球高级副总裁及亚太区总裁兼CEO袁小林就电气化转型、创新可持续发展模式和销量等方面接受了媒体采访。



沃尔沃汽车全球高级副总裁及亚太区总裁兼CEO袁小林

加速电气化转型

从2010年开始，沃尔沃汽车进行了一系列转型，无论小型化、轻量化、模块化、电动化等，力争在2030年成为纯电产销车企。作为一家全球性企业，沃尔沃汽车需要从大方向着手，再通过实实在在的规划，一步步解决问题，实现目标。

谈及电气化转型，袁小林认为：“电气化是汽车行业发展非常明确的趋势。对于电气化的产品布局，沃尔沃一直是非常前瞻的。我们早在SPA平台和CMA平台研发时都考虑了电气化车型的兼容性。2017年宣布全面电气化战略，到2019年沃尔沃所有新上市车型都将搭载电动机；到2025年，我们将实现全系电气化。这其中，一半将是纯电动车型，而另一半则是混动车型；我们的下一款全新车型也将是一款纯电动车型，就是此次战略沟通会上发布的C40。可以看到，这些一步一步的举措都是非常扎实的。电气化转型是有节奏的，将受到多方面因素影响，没有人可以用任何高级模型模拟出来它会如何发展。个体企业需要非常紧密地观察整个市场发展、技术发展，在合适的时机调整自己的策略。”

创新性商业模式为企业驶入可持续发展之路

官方直售是沃尔沃汽车在电气化进程中，对于销售模式的一种探索。它不同于业界中已经存在的一些直营模式，而是通过标准化的服务流程，来实现沃尔沃汽车和经销商共同打造的全新商业模式。目前，沃尔沃XC40纯电版已经率先在中国市场采用直售模式。

对此，袁小林表示：“沃尔沃的转型并不仅仅是电气化，而是整个商业模式。直售模式，是为更好地匹配互联网时

代用户的消费模式和生活习惯，提供给他们更便捷的购买体验和与之相匹配的服务体验。这是沃尔沃在新生态下，对商业模式的创新性探索。是对于新事物（直售）和既有体系（强大的经销商网络和服务能力）优势互补相互融合的尝试，最终目的是希望为消费者创造更大的价值。”

体系优化也为沃尔沃带来销量的持续增长。

2020年，沃尔沃汽车在中国大陆市场以总销量166,300辆，收获了全球市场有史以来单一市场的最高销量，今年前两个月，沃尔沃再度迎来开门红，2月份实现同比三位数增长。这离不开过去历年间打下的坚实基础，从包括产品规划、设计、生产、供应链质量在内的工业端，到销售端整个经销商体系，以及不断进行的创新尝试等。正因如此，沃尔沃汽车销量的稳步增长并没有“大招，奇招”，而是源自对体系力的持续打造，做好基本的事。

袁小林认为：“沃尔沃汽车保持销量增长的原因有二：第一，扎扎实实，慢工出细活；第二，集中精力抓住机会，不受外界干扰。未来沃尔沃汽车将继续总结经验，把握规律和机会，拥抱更广阔的星辰大海。”

原文地址：<http://www.china-nengyuan.com/news/173630.html>