

宾利彼夕乐：中国首次成为宾利最大市场 2030年全系产品将实现纯电动化

本报记者 尹丽梅 童海华 成都报道

从1919年宾利先生创立品牌开始，宾利至今已发展成为拥有4000多名员工的超豪华汽车品牌。进入2021年，已经走过102年岁月的宾利仍在讲述着有关电动化的新故事。

“到2025年，将推出宾利有史以来第一款将碳中和贯穿于整个生命周期的超豪华纯电动汽车；到2026年，实现全部车系向插电混动或纯电动车型的转型；到2030年，在华业绩增长强劲

《中国经营报》：去年，宾利汽车在中国市场的销量增幅超过了40%。2021年上半年，宾利汽车在华表现如何？你对于2021年全年期望是什么样的？

彼夕乐：宾利汽车在今年上半年取得了出色的全球业绩表现，其中，营业利润超1.7亿欧元，超过宾利品牌以往各年度的全年利润水平。同时，我们也看到中国客户对于宾利汽车的高度青睐。得益于此，2021年1月至7月期间，宾利品牌在华销量较去年同期实现增长87%。在近十年的发展历程中，中国市场首次于2021年上半年成为宾利品牌的最大市场。截至8月底，宾利品牌2021年在华销量已达到了2020年全年在华销量的总和。展望全年，我们对于宾利品牌在华业绩表现再创新高抱有信心。具体来说，展望全年，若疫情得到有效控制的前提下，我们预计会在中国市场交付约4000台汽车，再创历史销量数据新高。

《中国经营报》：宾利汽车2021年上半年在中国市场表现出色，你认为宾利取得如此出色成绩的原因是什么？

彼夕乐：这一市场业绩的背后蕴藏诸多助力。首先，宾利汽车极富革新性的产品阵容高度契合了中国客户对于超豪华座驾的至高期待。同时，我们也看到中国客户

每一台宾利汽车都将完全通过电动发动机和车载蓄电池提供动力；到2030年，宾利将实现全系产品纯电动化。”近日，在2021成都国际车展上，宾利汽车中国内地及香港、澳门执行总经理彼夕乐(Bernd Pichler)在接受《中国经营报》等媒体记者专访时透露道。

上述有关电动化的规划与其商业战略有着莫大的关系。2020年，宾利发布了“Beyond100”商业战略，由此勾勒出宾利转变成为一个致力于引领可持续发展理念的

十分青睐宾利汽车最新的美学设计、智能技术、产品性能等。因此，我们相继推出的新作皆收获了不俗的市场反馈。此外，得益于对于新冠肺炎疫情的有力防控，中国经济快速复苏，以此为超豪华汽车市场营造了良好环境。

值得注意的是，近年来，我们看到中国超豪华汽车市场发展呈现积极态势，并且保持着强劲的增长势头。同时，我们也看到中国高净值人群不断涌现，其中不乏财富新贵，以此推动着客户群体和基数不断增长，从而令超豪华座驾的需求日益增长。同时，宾利汽车也在持续引领超豪华汽车细分市场。作为开创超豪华SUV细分市场的添越深受中国客和。展望全年，我们对于宾利品牌在华业绩表现再创新高抱有信心。具体来说，展望全年，若疫情得到有效控制的前提下，我们预计会在中国市场交付约4000台汽车，再创历史销量数据新高。

《中国经营报》：我们看到，目前汽车品牌的用户圈层正在发生变化，比如呈现出年轻化趋势，宾利汽车对此有什么样的应对措施以及展望？另外，相比其他市场，宾利汽车在华消费者有什么主要特性？

彼夕乐：我们的确观察到宾利客户群体呈现年轻化趋势，这一现象在中国市场尤为明显。数据表明，宾利汽车在华客户平均年龄为39岁。根据市场表现，我们发现宾利产品阵容很好地满足

超豪华汽车制造商的发展蓝图。这项战略以宾利过去取得的辉煌成就为基石，并鼓舞其朝着一个更加宏伟的电气化未来砥砺前行。宾利将“Beyond100”商业战略看作是“第二个百年”的开端。

对于宾利品牌而言，2021年是一个特别重要的年份。这一年，将是宾利品牌推出新产品最集中的年份之一。在本届成都国际车展上，宾利带来了前不久刚刚发布的飞驰Mulliner车型，同时



宾利汽车中国内地及香港、澳门执行总经理彼夕乐。

本报资料室/图

了中国高净值客户的需求。虽然这些客户从事互联网等不同行业，但是他们在各自领域皆取得了一定成就，从而购买超豪华汽车作为回馈。宾利品牌以极富革新性的产品阵容，为这些人群提供了理想的奢华出行选择。

此外，我们也注意到年轻客户不仅在各自发展领域皆取得一定成就，并倾向于通过座驾来表达自己的个性和品位。宾利汽车个性化定制部门Mulliner所提供的服务很好地满足了他们的诉求。该部门凭借一系列内饰和外观选择，探索超豪华汽车设计领域的全新可能，从而为客户打造专属力作。

《中国经营报》：我们知道这两年国家提倡新一线城市概念，成都、青岛这些城市目前发展得比较

好的，其实新一线城市的潜力很大，宾利品牌对于成都这样的市场有没有一些专属战略性布局？

彼夕乐：中国西南地区是非常重要的区域市场之一。我们在成都和重庆分别设立了授权经销商店。同时，我们也看到西南地区客户对于超豪华座驾的需求日益增加。此外，得益于成都、重庆、青岛这样新一线城市经济的蓬勃发展，其高净值人群数量也在增长，这为宾利品牌发展亦带来了机会。我们凭借灵活的市场策略，积极应对市场变化。对宾利汽车而言，成都车展和北京与上海车展同等重要。在本届车展上，我们携全系产品阵容亮相，以此满足中国西南地区客户对于超豪华出行的需求。

加速推进电动化

《中国经营报》：宾利品牌于去年提出了“Beyond 100”商业战略，在此之下，宾利品牌今年带来了哪些变革？比如产品、品牌以及个性化定制方面？

彼夕乐：我们在2020年发布了“Beyond100”商业战略，致力于引领符合可持续发展理念的超豪华出行方式。同时，我们也在产品层面加速电动化转型。

在2021年上海国际车展上，我们为中国客户带来了添越插电混动版。此外，我们还于近期推出了飞驰插电混动版，该车计划于2022年逐步实现客户交付。

作为全球最大的12缸汽油发动机制造商之一，宾利汽车将于未来10年内逐步停止生产内燃机发动机，逐步实现全面纯电动化。宾利品牌正在推行的电动化发展进程包括：截至2023年，为全部车系提供混合动力车型选择；预计于2025年前推出首款纯电动车型；于2026年为所有车系实现插电式混合动力或纯电动车型；截至2030年，宾利品牌旗下全系产品均为纯电动车型。

继英国克鲁总部工厂取得碳中和认证后，宾利品牌计划于2030年前全面实现碳中和。计划包括实现全系产品纯电动化，进一步优化生产运营和一级供应链对环境的影响，以及强化经销商网络管理等。截至2025年，宾利汽车英国总部工厂计划在2010年基础上对环境的影响降低75%，其中包含实现塑料中和，避免在车辆涂装过程中使用溶剂，进而不断减少工厂对环境的影响。宾利品牌全力支持大众汽车集团实现“巴黎气候协定”“两摄氏度”目标。

除此之外，“Beyond100”商业战略也为宾利汽车个性化定制部门Mulliner开启了崭新篇章。该

部门为客户提供一系列车身漆色、内饰配色、甄选材质等选择，以此满足客户对个性化定制的专属需求。由此可见，电动化产品转型和个性化定制服务均为宾利“Beyond100”商业战略的重要组成部分。

《中国经营报》：除电动车型外，我们看到“自动驾驶”“智能驾驶”等话题于近期引发热议。我想了解一下，对于宾利品牌而言，未来在自动驾驶方面有着怎样的规划？

彼夕乐：自动驾驶是未来的发展趋势之一。目前，鉴于这一技术尚未成熟，因此仍存在诸多不确定性。

我们看到，宾利客户十分享受自动驾驶的乐趣，并对内饰和外观设计拥有自己独特的表达方式。正因如此，宾利汽车所蕴藏的强劲性能和奢华格调很好地契合了他们的诉求。在研发自动驾驶技术的同时，我们会在刹车过程中承袭百年积淀，并为不断变化的市场做出灵活调整。作为大众汽车集团旗下品牌，我们依靠大众汽车集团优势，持续为全系产品引入前沿技术。

我们始终关注着华格调和强劲性能的有机融合。我们在百年华诞之际推出的宾利EXP 100 GT概念车，其配备了可收缩式方向盘，即使在2035年，我们也希望客户可以通过宾利座驾体验亲自驾驶的乐趣。这也是我们与客户所建立的共享理念之一。关于其他技术，例如驾驶辅助系统等，我们都会优先确保这些先进技术应用于宾利车型。

此外，我对于自动驾驶这一汽车行业长期的发展愿景抱有信心。宾利汽车将在技术研发成熟阶段迈向这一方面，其中包括但不限于技术安全性、相应政策支持、基础设施建设等。

沉寂近两年“重出江湖” 造车“新秀”艾康尼克欲赴美借壳上市？

本报记者 尹丽梅 童海华 北京报道

从公众视野消失近两年的艾康尼克近期再次回到聚光灯下。近日，据彭博社引述知情人士称，中国电动汽车初创公司艾康尼克最快可能今年年底赴美借壳上市，估值为40亿美元左右。

相较于其他造车新势力，艾康尼克在国内的知名度和存在感并不高。公开资料显示，艾康尼克是一家总部位于天津、业务覆盖全球的新能源汽车公司，成立于2014年，由总裁吴楠和W MOTORS公司创始人Ralph

欲赴美上市？

近日，据彭博社报道，艾康尼克正考虑在今年年底通过SPAC（特殊目的收购公司）上市，合并后的公司估值在40亿美元（约合人民币258.3亿元）左右。据悉，艾康尼克目前与空壳公司的合并谈判仍处于早期阶段，不能确保最终能与SPAC达成协议。不过，截至目前，上述消息未获艾康尼克方面的回应。

作为造车新势力中的一员，艾康尼克的目标瞄准高端电动汽车市场，计划在2023年底推出ICONIQ SEVEN系列多用途汽车。官网信息显示，艾康尼克合作伙伴包括汽车供应商麦格纳斯太尔(Magna Steyr)和微软(MSFT.US)，阿米尔国际集团(Amer International Group Co.)是其投资者之一。

实际上，关于上市，艾康尼克方面早有考虑。2018年3月，艾康尼克创始人及总裁吴楠在接受媒体记者采访时曾表示：“资本方面，我们有上市的考虑，目前主要

Debbas 共同创立。艾康尼克于2016年开始进入大众视野，并在之后的5年时间里与W MOTORS、Studiotorino（意大利都灵工作室）、Magna、Steyr、微软等多家知名企业达成战略合作。

艾康尼克经历了一段较长时间的沉寂。艾康尼克旗下的第一款产品——高端纯电动MPV艾康尼克七系(ICONIQ SEVEN)首发于2016年的卡塔尔国际车展。随后，2017年11月28日，在洛杉矶车展上艾康尼克高调宣布与微软签署战略合作伙伴协议。2017年11月29日，艾康尼克第一家旗

舰展厅在迪拜开业。2018年3月6日，艾康尼克ICONIQ SEVEN车型在第88届日内瓦车展上迎来欧洲首秀。

2018年3月14日，艾康尼克新能源汽车落户广东肇庆。2019年在上海国际车展期间，艾康尼克在国内首发亮相了七系概念车新款车型——ICONIQ SEVEN II。

2019年7月，艾康尼克获得造车资质。然而在这之后，艾康尼克就几乎从公众视野中消失，直到2021年4月，艾康尼克宣布相继获得世界五百强企业正威集团以及无人驾驶汽车品牌

AutoX的战略投资，才再次回到聚光灯下。《中国经营报》记者注意到，艾康尼克微信公众号最近的一篇推文尚停留在2018年1月16日。

当前，蔚来、小鹏、理想等“TOP3造车新势力”上半场量产之争已基本尘埃落定，造车新势力已经进入下半场角逐，此时加码发力的艾康尼克能否从新势力造车浪潮中“杀出重围”备受市场关注。

就上市传闻，记者联系艾康尼克方面，但截至发稿尚未获得回复。

航”，但艾康尼克的发展并不顺畅。2019年在上海国际车展上，艾康尼克发布了更新后的七系概念车，并计划于2019年将其量产，2026年进行换代。但由于种种原因，该计划并未能顺利实施。这两年，艾康尼克逐渐淡出了公众的视野。对此，吴楠在今年4月坦言，2020年艾康尼克经历了疫情和融资上的挫折，一切按下了暂停键。

“挫折”之后紧随而来的是，艾康尼克内部经营问题更多地被暴露了出来。记者查询天眼查发现，仅2021年以来，因民间借贷纠纷、劳动争议、车辆租赁合同纠纷、买卖合同纠纷等，艾康尼克旗下资产多次被法院查封、扣押。2020年9月14日以来，艾康尼克连续18次被列为失信被执行人。2020年1月19日以来，吴楠已连续36次被法院限制高消费。2020年8月5日以来，艾康尼克背后经营主体天津天汽集团有限公司（以下简称“天汽集团”）已连续5次被法院采取“限制消费令”。

虽然看似一路有资本“保驾护航”，但艾康尼克的发展并不顺畅。2019年在上海国际车展上，艾康尼克发布了更新后的七系概念车，并计划于2019年将其量产，2026年进行换代。但由于种种原因，该计划并未能顺利实施。这两年，艾康尼克逐渐淡出了公众的视野。对此，吴楠在今年4月坦言，2020年艾康尼克经历了疫情和融资上的挫折，一切按下了暂停键。

资由金沙江资本领投。彼时，在新闻发布会上吴楠曾称：“随着前期准备工作的最终完成，我们离向消费者呈现我们的远大梦想又近了一步。”

艾康尼克的融资故事仍在继续。2019年4月，艾康尼克获得一笔股权融资，投资方为普罗资本。两年后，即2021年4月，艾康尼克再次获得来自自动驾驶公司AutoX的一笔股权融资，并且在自动驾驶方面双方将进行技术性合作。AutoX将帮助艾康尼克旗下车型尽快实现量产。

记者注意到，今年4月，在艾康尼克召开的一场新闻发布会上，吴楠也坦陈其在造车方面面临的压力。“造车很烧钱。”据吴楠透露，在产业资本方AutoX外，艾康尼克还获得了科技资本方的加持。3月底，有媒体报道称，正威集团将战略投资艾康尼克。正威集团是一家世界五百强企业，也是金属材料领域的龙头企业。

虽然看似一路有资本“保驾护航”，但艾康尼克的发展并不顺畅。2019年在上海国际车展上，艾康尼克发布了更新后的七系概念车，并计划于2019年将其量产，2026年进行换代。但由于种种原因，该计划并未能顺利实施。这两年，艾康尼克逐渐淡出了公众的视野。对此，吴楠在今年4月坦言，2020年艾康尼克经历了疫情和融资上的挫折，一切按下了暂停键。

艾康尼克造车往事

艾康尼克在汽车产业界内外是一个既熟悉又陌生的存在。相较于其他造车新势力，艾康尼克并不活跃，艾康尼克“掌舵人”近两年也较少在公开场合露面。吴楠于2012年进入汽车行业，2014年起开始与Ralph Debbas一起规划ICONIQ，2015年将艾康尼克带入中国市场。

据悉，吴楠在2012年参与投资创办了黎巴嫩超跑公司W MOTORS，而W MOTORS的首款超跑产品Lykan凭借电影《速度与激情7》中穿越迪拜摩天大楼的经典镜头为中国观众与车迷所熟知。艾康尼克是吴楠针对中国市场打造的又一个汽车品牌。

据悉，艾康尼克推出的新车，采用的基本是W MOTORS供应的商用体系，其中包括麦格纳斯太尔公司和都灵工作室，前者主要负责车型设计、底盘和发动机的开发，后者主要负责车型生产。

在2019年4月的上海国际车展上，艾康尼克曾携姊妹品牌W MOTORS旗下ICONIQ SEVEN II VIP版和尊贵版、超级跑车Lykan和Fenyr以及无人驾驶概念车MUSE共5款车型共同参展，这是这家造车新势力首次在国内亮相。

艾康尼克是一个品牌名称，其所属公司是天汽集团，天汽集团曾用名是天津艾康尼克新能源汽车有限公司，于2019年7月完成名称变更。也是在这一个月，艾康尼克与天津百利机械装备集团有限公司以及天津市静海区政府就天津天汽集团美亚汽车制造有限公司股权转让事宜达成协议，在天津市静海区政府的帮助下，更名后的艾康尼克由此获得了造车资质。

“作为一家中国企业，我们希

望打造出一款颠覆MPV这一车型，乃至整个汽车行业的纯电动汽车。”吴楠曾对未来充满信心，他此前对媒体记者表示：“我们有核心技术，我们找到了每个领域全球最优秀的人才。我们这一代造车人，有能力与国际大品牌在中国市场一决高下。”

按照艾康尼克此前的规划，其首款产品艾康尼克七系将于2019年正式上市，同时其还将分别在2021年和2022年推出两款与艾康尼克七系同平台打造的新车。此外，艾康尼克方面此前曾表示旗下可达到Level 5自动驾驶级别的车型也将在2020年亮相，2023年上市。但上述计划几乎均被搁置。

面对挫折，吴楠也意识到了艾康尼克过去在战略上的一些失误。今年4月，吴楠在总结过去五六年艾康尼克的发展时谈到：“（艾康尼克）之前没有真正找准位置的时候，我们没有把产品推向市场。这对我而言是一个幸运的事情，能够保持品牌一个高端的形象。”

据吴楠透露，过去的12个月，艾康尼克主要进行了以下三项工作：一是重新思考了艾康尼克产品的吸引力，以及研发计划；二是完善了团队，引入了一些传统车企的团队；三是调整股权结构，引进战略股东。未来，艾康尼克将采取“AI+汽车”的全新造车思路。

当前，在国内造车阵营中，已经形成“蔚小理”三家独大的局面。在电动车高端市场，传统车企与造车新势力均在激烈角逐。在当前发展环境下，有业内人士对记者表示，此时尚处于调转航向、尚未有量产车型的艾康尼克想要突破重围攫取市场蛋糕并非易事。