

“少帅”竺延风到龄卸任 东风公司驶入转型深水区

本报记者 杨让晨 张振
上海 武汉报道

曾因38岁成为一汽集团董事长而获中国汽车界“少帅”美誉的竺延风，在东风汽车集团有限公司（以下简称“东风公司”）任职一把手7年后，最终因年龄原因交出了手中的“权杖”。

《中国经营报》记者从东风公司方面获悉，3月3日下午，东风公

深耕汽车行业四十载

在阔别汽车行业8年后，汽车行业的市场环境等发生了巨大变化，也提出了新挑战。

此番因年龄去职离任的竺延风已在中国汽车行业沉浮近40年。

相关资料显示，1983年，竺延风在大学毕业后进入中国第一汽车制造厂（一汽），成为一名普通的基层技术员，1997年成为一汽集团副总经理兼一汽轿车总经理。

1999年，38岁的竺延风正式被任命为一汽集团总经理、党委常委、董事长，也成为一汽集团历史上和中国大型国有企业中最年轻的掌舵人，获得了中国汽车界“少帅”的美誉。

2015年，在步入仕途并任职吉

构建自主品牌发展新体系

东风公司自主品牌新能源汽车发展的“顶天立地，铺天盖地”布局已初步成型。

竺延风入主东风公司期间，东风公司逐渐构筑起了“顶天立地，铺天盖地”的自主品牌新体系。

“东风公司的新能源汽车发展要顶天立地，铺天盖地。猛士科技和岚图汽车‘顶天’，东风风神‘立地’，而‘铺天盖地’则是指东风纳米。”竺延风公开表示。

在“东方风起”计划引领下，东风公司在自主乘用车领域相继成立了高端新能源乘用车品牌“岚图”以及豪华电动越野品牌“猛士”等，并重点建设东风风神这一自主乘用车品牌。同时，随着东风纳米

司召开领导班子会议。受中央组织部领导委托，中央组织部有关干部局负责同志宣布了中央关于东风公司董事长、党委书记免职的决定：根据工作需要，按照中央企业领导人员任职年龄有关规定，免去竺延风同志的东风公司董事长、党委书记职务。相关免职按有关规定办理。

据了解，现任东风公司董事、党委副书记、总经理杨青将主持东风

公司工作。对此，记者致电东风公司方面，公司相关负责人表示，目前暂无进一步能够披露的信息。“如有关于新董事长的最新消息，我们将会在第一时间对外发布。”

相关资料显示，竺延风深耕于汽车行业近40年。自1983年从浙江大学化工系自动化及仪表专业毕业后，竺延风就进入一汽集团工作，从最基层的热电厂仪表车间技术员做起，在38岁时一路上升至一

汽集团总经理、党委常委、董事长，成为彼时四大国有车企中最年轻的掌舵人，并获得了中国汽车界“少帅”的美誉。

在2015年正式调任东风公司董事长、党委书记之后，竺延风掌舵东风公司7年，通过发布“东方风起”计划、科技跃迁行动等，引领东风公司走入向科技型企业转型的深水区，相继打造了岚图汽车、猛士科技等高端新能源汽车品牌。

竺延风



张振/摄影

全力以赴提振市场销量

东风公司在新能源汽车和自主品牌发展方面也取得了一系列成绩。

在“东方风起”计划加持之下，东风公司也正为实现新一年度的经营目标全力以赴。

记者注意到，东风公司汽车销量在2016年达到427.67万辆的顶峰后开始一路下滑，并已降至2022年的246.45万辆。东风公司曾在2018年提出“高质量跨越450万辆”的经营目标，但当年销量仅为383万余辆。

在2018年至2022年期间，除东风公司自主品牌汽车销量出现下滑外，合资品牌汽车也遭遇诸多变故，其中包括东风雷诺退出市场、东风裕隆破产重整等，东风日产和神龙汽车等合资公司销量也出现下滑。此外，东风公司还退出了东风悦达起亚的持股。

据东风公司方面公布的统计数据，2022年，东风公司共生产汽车246.07万辆，较2021年同期下降11.61%。其中，新能源汽车产量为35.84万辆，同比上涨124.7%。2022年，东风公司汽车总销量为246.45万辆，同比下降11.19%；其中，新能源汽车销量为34.61万辆，同比增长115.5%。

在产销量整体下滑的同时，东风公司在新能源汽车和自主品牌发展方面也取得了一系列成绩。东风公司公布的统计数据显示，2022年，东风公司自主品牌乘用车销量达68.5万辆，同比增长32%。

资料显示，在今年1月召开的东风公司2023年工作会上明确了2023年东风公司的经营目标：全面完成国资委考核目标，经营保持高质量，销量保持同步增长，跑赢大市，挑战350万辆。

对此，东风公司相关负责人表示，要在2023年持续提升营销能力和盈利能力，尤其是要巩固合资乘用车事业基本盘，发挥好经营“压舱石”作用。据了解，神龙汽车2022年的销量较2021年同期增长约30%。

此外，东风公司方面还表示，要加速发展新能源、智能网联汽车，培育发展新动能，快速推进业务结构转型；提升营销、品牌及商业模式的价值创造能力，快速推进经营模式转型；推进数字化与管理深度融合，快速推进以客户为中心的管理转型。

宝马集团笃定前行：业绩稳健增长，向电动数字化全速转型

在大浪中保持定力，在转型中保持盈利，在前行中保持投入，尽管2022年面临诸多挑战，宝马集团仍然展现出了强大的韧性。

财报数据显示，宝马集团全年总营收超1426亿欧元，同比增长28.2%。在中国市场中，宝马以79万辆的亮眼成绩交出了高质量的答卷。在电动汽车赛道上，宝马在全球市场共交付超过21.58万辆纯电动车，同比增长超过一倍，表现出了爆发力。

当前，电动化浪潮正在席卷汽车行业。跨界巨头的涌入、造车新势力的崛起以及传统车企的转型让国内新能源汽车市场的竞争愈发激烈。在这样的新形势之下，作为一家百年豪华品牌，宝马正在用行动证明，唯有充满勇气、持之以恒，并懂得融合变通，才能积极应对挑战，笃定前行。

“越是困难时期越要加大投资，所以我们采取了战略性投资的方式。而正是这些投资成果不仅让我们能够保持市场发展的良好势头，也保住了市场份额。虽然很多新兴品牌都在快速发展，但我们也并没有因此流失市场份额。对于在2023年的业务发展，我们是十分乐观的。”宝马集团董事长齐普策表示。

随着电动汽车行业步入“快车道”，宝马集团也正在全力以赴向电动化、数字化以及循环永续的方向前进。在2023年财报年会上，宝马首次揭秘新世代车型产品规划，根据规划，宝马集团将从2025年下半年开始投产新世代车型。

在此次年会上，集团管理层还向外界披露了过去一年在可持续发展领域的最新进展，重申对“1.5度控温目标”的承诺，在2050年前实现气候中和，为共建地球美丽家园贡献一份力量。

在转型中保持盈利

宝马集团负责财务的董事彼得博士表示：“宝马集团在进行其有史以来最大转型的同时保持了盈利能力。我们极具竞争力的产品，特别是电动车型和大型豪华车，使这一切成为可能。良好的现金流很好地支持了我们的研发和创新。宝马集团将一如既往地向着可持续发展的未来笃定前行。”

宝马财报显示，2022年，宝马集团汽车业务总营收约为1236亿欧元，较2021年增长了29.5%；汽车业务息税前利润(EBIT)约为

106.35亿欧元，同比增长7.8%；汽车业务息税前利润率为8.6%。在此基础上，宝马集团拟向每股普通股派息8.50欧元，高于上年的5.80欧元。

纯电动产品是宝马集团2022年财务数据中的亮点。齐普策表示：“电动车的发展要有盈利才能持续，如果一个车企不能保持盈利，那就说明这个企业存在重大的战略性问题。我们有着长久的战略规划，多年前就开始为今天的电动化做准备。我们有灵活的架构，

可以按照市场的需求随时调整生产。与此同时，宝马集团取得成功还有两个关键因素：一支强大且充满激情的团队，以及令人向往的产品阵容。正是这两个关键因素让我们在充满挑战的环境下始终保持从容不迫。”

高质量产品离不开高度研发以及高额投入。2022年，宝马集团研发投入达66.24亿欧元，同比增长5.2%。这些投资主要用于两个方向：一是新车型以及第六代BMW eDrive电力驱动技术的研

发；二是数字化领域，特别是人工智能、自动驾驶、人机交互等方面。

同时，宝马集团也在持续对其全球生产体系进行转型升级，以支持电动车业务的快速发展。2022年，公司在工厂、设备和固定资产等方面的支出达77.91亿欧元，同比增长55.4%。这些投入包括了宝马在全球多个新建及升级项目，例如：兴建全新的匈牙利德布勒森工厂，大规模升级位于德国、墨西哥和美国的现有工厂。



宝马集团董事长齐普策

全面拥抱电动化：2030年纯电车型将占年度交付量50%以上

今年，纯电车型被认为将是宝马集团的主要销量增长点。而宝马集团也预计三年内（截至2026年），纯电动车年销量将占到集团全球销量的三分之一。到2030年之前，集团全球年度销量的50%以上将是纯电动车；届时，集团累计交付的纯电动车数量有望超过1000万辆。

为了达到上述目标，宝马集团为此也做了准备。产品上，宝马接下来将发布创新纯电动BMW i5、创新纯电动BMW iX2以及创新纯电动BMW i5旅行车，加上现有纯电动车型矩阵，宝马纯电产品将几乎覆盖各主要细分市场。

最为关键的是，2025年新世代车型的到来则标志着宝马的电动

化进程开启了第三阶段，新世代车型也将成为宝马电动化全速前进的中坚力量。新世代车型是宝马集团“电动化、数字化、循环永续”三大战略方向的集中体现，相关技术将成为宝马未来整个产品线的发展基础。

根据计划，宝马集团将从2025年下半年开始投产新世代车型。



在随后的24个月内将有至少6款新世代车型实现量产，包括一款运动型多功能车(SAV)和一款BMW 3系所在细分市场的纯电轿车。

新世代车型将基于完全为纯电动车设计的架构和全新的设计语言，并具备三大特点：全新开发的电子电气架构，以及全新的用户界面和人机交互概念；全新开发的、具有高性能和显著效率提升的电驱和电池系统；产品全生命周期的循环永续水平达到一个新高度。

在电池和电驱技术方面，新世代车型将采用宝马的第六代eDrive电力驱动系统和新一代锂离子电池，在总体成本降低50%的同时，实现能量密度提升超过20%、续航里程提升30%、充电速度提升多达30%。为此，宝马在去年与宁德时代、亿纬锂能、远景动力等企业签订超过百亿欧元的电芯合同。

宝马方面透露，新世代车型将在匈牙利的德布勒森工厂率先投产。该工厂总投资超过20亿欧

元，遵循BMW iFACTORY生产战略“精益、绿色、数字化”理念，专门为生产新世代车型而建造。BMW iFACTORY生产战略是宝马对于未来汽车生产的总体规划。

目前，宝马在全球的30多家工厂都遵循BMW iFACTORY生产战略陆续进行转型升级，以支持电动车业务的快速发展。

不仅仅是BMW品牌正在向电动化迈进，宝马集团旗下MINI、劳斯莱斯以及BMW Motorrad都市出行系列都在实施电动化。未来10年内，MINI和劳斯莱斯都将成为纯电动品牌。劳斯莱斯首款纯电动车Rolls-Royce Spectre将在今年年内开启交付；2030年，BMW Motorrad六款车型当中的都市出行系列将实现全面电动化。

“我们的信心源于宝马扎实的生产和产品战略，这也是我们多年来持续投资的结果。我们要保持强大的竞争力，就需要在所有方面都保持高效率，并做好平衡。对于BMW品牌、MINI品牌和更高端的劳斯莱斯品牌，我们正在全方位出击。”齐普策表示。

宝马方面透露，新世代车型将在匈牙利的德布勒森工厂率先投产。该工厂总投资超过20亿欧