

声音

# 用中国创新赋能全球市场

访梅赛德斯-奔驰集团股份公司董事会成员、大中华区业务负责人佟欧福

在前不久刚刚闭幕的2025上海车展期间,“中国汽车技术创新赋能全球发展”成为热议话题,越来越多的跨国企业深耕本土化,成为中国汽车行业生态中密不可分的组成部分。

## 用“奔驰标准”与“中国速度”共舞

《中国经营报》:能否分享一下来中国履新的感受?你怎么看待奔驰这些年在华发展的情况?

佟欧福:很高兴能够来到中国工作,奔驰在中国有着非常优秀的团队,在我来中国近3个月的时间里,团队的同事们给予了我莫大的支持。奔驰在中国深耕多年,已经有了非常成熟和完善的布局,并正以“中国速度”向前奔驰。

此外,对奔驰而言,我们不只是“我们”。奔驰在中国拥有强大的合作伙伴,比如北汽集团以及非常优秀的经销商伙伴们。同样,我们也跟客户站在一起,我也与不少中国客户进行了交流,洞悉客户(需求)始终是我们工作极其重要的一部分。

中国有非常深厚的文化底蕴和创新氛围,我已经爱上了“中国速度”,中国市场每天都为我带来许多的灵感。未来,我期待着在中国能够走访更多的地方,找到更多的机遇,进一步发掘我们中国业务的巨大潜力。

《中国经营报》:“中国速度”某种意义上代表着市场的激烈竞争和多重挑战。面对本土品牌在智能网联汽车维度的强大攻势和用户体验上的全面进阶,奔驰如何参与中国市场的激烈竞争?

佟欧福:的确,中国汽车市场的竞争非常激烈,但是我们欢迎竞争。奔驰有近20年在华深耕的“厚土”,我们会在此基础上迎接挑

战,不断向前。

具体到应对之策,今年是奔驰品牌诞生139周年,100多年来,我们始终保持自驱力。在人工智能(AI)领域,我们也在加大力度拓展。我们在中国的团队日益强大,正在开展更多“在中国、为中国、为全球”的工作。全球首发全新纯电长轴距CLA车型是一个开端,我们将把这些新技术带入更多的车型上。

## 中国市场的创新成果将赋能全球用户

《中国经营报》:刚刚提到的CLA代表奔驰进入电动化新阶段,这对你们意味着什么?这将如何提高奔驰在华新能源汽车市场的竞争力?如何守住奔驰的豪华基因?

佟欧福:现在中国不仅是全球规模最大的汽车市场,也是新能源汽车占比最高的汽车市场。可以这样说,中国在引领全球汽车市场电动化转型的节奏。

刚刚也提到了,CLA是我们在电动化方面取得的最新突破,所以,我们称之为“史上最智能的奔驰车”,也是同级能效表现的标杆。这款车还有诸多创新,我们也会将这些创新应用到其他电车中,所以我们也特别将之看作是拉开崭新阶段序幕的一款车。

未来,“智慧的头脑”会搭载在更多的奔驰产品中。特别值得一提的是,中国的App、用户界面、交互体验和世界其他市场是不同的。为了满足中国客户的需求,我们在用户交互界面和体验、智能辅助驾驶系统等方面的开发一定要在中国完成。也就是说,我们的产品将持续贯彻“在中国、为中国”的理念,加大力度适配中国本土市场。

我们眼中的豪华就是要用“奔驰

标准”与“中国速度”共舞。无论何时,我们始终坚持奔驰在安全、舒适、豪华等方面的标准。所以在“在中国、为中国”的产品研发,融合了大量的中国创新和德国的技术实力,以此,让我们能够持续打造客户想要且可靠的奔驰车型。



我们眼中的豪华就是要用“奔驰

标准”与“中国速度”共舞。无论何时,我们始终坚持奔驰在安全、舒适、豪华等方面的标准。所以在“在中国、为中国”的产品研发,融合了大量的中国创新和德国的技术实力,以此,让我们能够持续打造客户想要且可靠的奔驰车型。

我们眼中的豪华就是要用“奔驰

智上的竞争?

佟欧福:回顾汽车工业发展史,奔驰率先发明了许多关乎汽车安全的技术,这些技术先后被应用于每一辆汽车的制造中。

对于奔驰来说,我们致力于未来可以实现零致命性交通事故的愿景。我相信,当我们进军智能这一创新前沿领域,将充分调动我们在安全领域的专业积淀,确保以正确且安全的方式进行创新,绝不会在奔驰标准上妥协。

我认为,坚守“奔驰标准”是我们赢得客户信赖与认可的关键所在,也是我们始终坚守的豪华基石。中国的创新环境充满活力,未来将会有更多的创新成果诞生,这也正是奔驰在中国建立强大的本土布局、携手强劲的合作伙伴不断拓展更多合作关系的原因。我们是其

在这位德国奔驰总部有着“才华出众的绅士”标签的年轻掌舵者眼中,让奔驰在“更中国”中“更奔驰”,这份责任不是临危受命,而是有备而来。



我们眼中的豪华就是要用“奔驰

标准”与“中国速度”共舞。无论何时,我们始终坚持奔驰在安全、舒适、豪华等方面的标准。所以在“在中国、为中国”的产品研发,融合了大量的中国创新和德国的技术实力,以此,让我们能够持续打造客户想要且可靠的奔驰车型。

中的一分子,并且正在不断突破创新边界。技术的进阶是以保护客户安全为前提,同时提升客户体验。这是技术发展永远的基石。大家始终可以相信“奔驰标准”,相信我们会做正确的事。

《中国经营报》:就个人而言,你将给奔驰中国带来怎样的“新动能”?

佟欧福:我曾经主导开发过S级轿车的项目。当我们推出新一代车型时,必然要超越前一代,这本身也是一种与自己已有成绩的竞争。——“最好的产品,始终是下一代”,这种竞争让我们保持敏锐、持续投入、始终以昂扬的精神保持卓越。就我个人而言,也是如此,无论过去还是将来,市场竞争和挑战始终会存在。奔驰将进一步发掘中国市场的巨大潜力,我将和我的团队以及中国合作伙伴一起,不断努力、奋力前行。

的两处研发中心里协作推进创新。

《中国经营报》:作为最年轻的董事会成员,压力大吗?你将怎么继续用“奔驰标准”来讲好新的“中国故事”?

佟欧福:来中国后,尽管我只会说一点中文,但大家都对我非常包容和友好。担任这个职位对我而言是一项极大的殊荣,我非常荣幸有机会领导奔驰在全球最大汽车市场的业务发展,我很高兴看到中国市场的巨大机遇。

我们在工作中总是会面临压力,但我认为,压力能够激励我们不断进步,同时我更关注的是机遇,即如何将压力转化成动力。我认为最大的压力和动力,源自中国客户对奔驰的期待,满足他们对最好产品的期待,正是奔驰一以贯之的核心使命。

关于如何开展工作,正如我刚才所说的,首先,我们在中国的业务已经拥有非常坚实的基础,我们将在此基础上,探索与更多中国科技企业的合作伙伴关系,吸引更多人才并充分利用本土强大的供应链,进一步推进奔驰的本土化进程。我相信,这些举措将带来更多成果。未来,我会加速融入中国,让奔驰“更中国”也“更奔驰”。

## 老板秘籍

1

### 如何平衡科技创新与科技安全之间的关系?

我们始终坚持“奔驰标准”,始终以安全为先。不论是安全为先的放行标准,还是对每个细节的极致追求,因为这也是客户对于奔驰品牌的期待,我们将会继续秉持这样的精神推进创新。

2

### 最年轻的全球董事却负责奔驰全球销量最大亦是调整最大的区域性市场,压力如何应对?

我们在工作中总会面临压力,但我认为,压力是很重要的,能够激励我们不断进步,同时我更关注的是机遇。我从这种压力中感受到的都是积极的一面,将压力转化成动力。我认为最大的压力和动力,源自中国客户对奔驰的期待,满足他们对最好产品的期待,正是奔驰一以贯之的核心使命。

记者观察

## 成为每个时代的行业答题样本

这是一个正在经历价值重构的时代。全球经济在周期中震荡,人工智能、新能源、机器人等新技术不断涌现。当颠覆性变革的浪潮冲刷着每个行业时,度过了一个又一个周期的百年车企亦站上了需要裂变创新的新阶段。

作为“汽车发明者”,139岁的奔驰何以应变?人们的目光望向了这家行业标杆企业,领先者如何保持领先?如何在创新中保持定力?如何在转型期赢得空间?如何让奔驰始终在每一个时代“奔驰”?在嘈杂起伏的声音中,奔驰用一段来自东方的表达给出了坚定的答案。

“每一个阶段都有压力和挑战,我从中更多看到的是蕴含的巨大机遇,奔驰将始终用‘奔驰标准’与‘中国速度’共舞。”采访中,履新不足3月的佟欧福已经开始学习中文,并在充分市场竞争中洞察到更多机遇。

这位在奔驰斯图加特总部被同事称为“优雅绅士”的领军者,曾主导开发了S级轿车乃至奔驰2030年的全系产品规划,在他温和优雅的风范下是

简历



佟欧福

1984年4月生于德国,2007年获得工商管理学位后加入梅赛德斯-奔驰(当时的“戴姆勒股份公司”)。此后,他在多个管理岗位任职,涵盖财务控制、项目管理、生产规划和产品策略,涉及的业务领域包括卡客车、轻型商务车和乘用车。其在引领公司旗舰产品研发和制定未来产品策略方面发挥了关键的领导作用。

2025年2月,佟欧福成为梅赛德斯-奔驰集团股份公司董事会成员,负责大中华区业务。作为梅赛德斯-奔驰(中国)投资有限公司董事长兼首席执行官,他负责梅赛德斯-奔驰集团在华所有战略和运营业务。

对结果的当仁不让和笃定,这一切的指向是这家百年车企始终前行的基石——奔驰标准。

在佟欧福看来,在快速迭代、高端豪华产品层出不穷的中国汽车市场,奔驰始终用坚守“奔驰标准”的基石与“中国速度”共舞,以此不断夯实其豪华车市场领军优势。如果说中文、了解中国用户、与中国同事和合作伙伴深入沟通协作是佟欧福在华履新的“初体验”,那么凭借充满信念感、有成长性、积极拥抱创新和人工智能等优势,佟欧福可谓是站在前辈同仁的“肩膀上”助力奔驰进入新篇章的推动者。

而在外界看来,奔驰如何在华的创新赋能到其全球产品布局中,亦是其需直面的挑战,以及与周期共舞的时代课题。显然,佟欧福对此充满了信心,并且早已投入到中国这片激烈竞争孕育伟大机遇的热土中。

139年,历经一次次挑战和周期更迭,奔驰始终交出不俗的时代答卷,这一次,成绩又将如何?让我们拭目以待,我们或许也可以从佟欧福的回答中找到答案。

本版文章由本报记者张硕采访