

在向科技公司转型的道路上，大众汽车的步伐越来越坚定，成效也越来越清晰。



在中国这个全球最大的新能源汽车市场，大众汽车2022年纯电汽车销量位列榜单前十，ID.家族功不可没：全年交付14.31万辆，同比增长102.9%，ID.4和ID.6车型分别在紧凑型及中大型纯电SUV细分市场排名第三。

进入2023年，ID.家族又迎来了新成员——旗舰车型ID.7。1月初，全新ID.7身披“电发光涂层”亮相2023 CES展会，在独特技术与40层涂层工艺加持下，智能控制发光效果，展示了大众汽车在数字化领域的新突破。

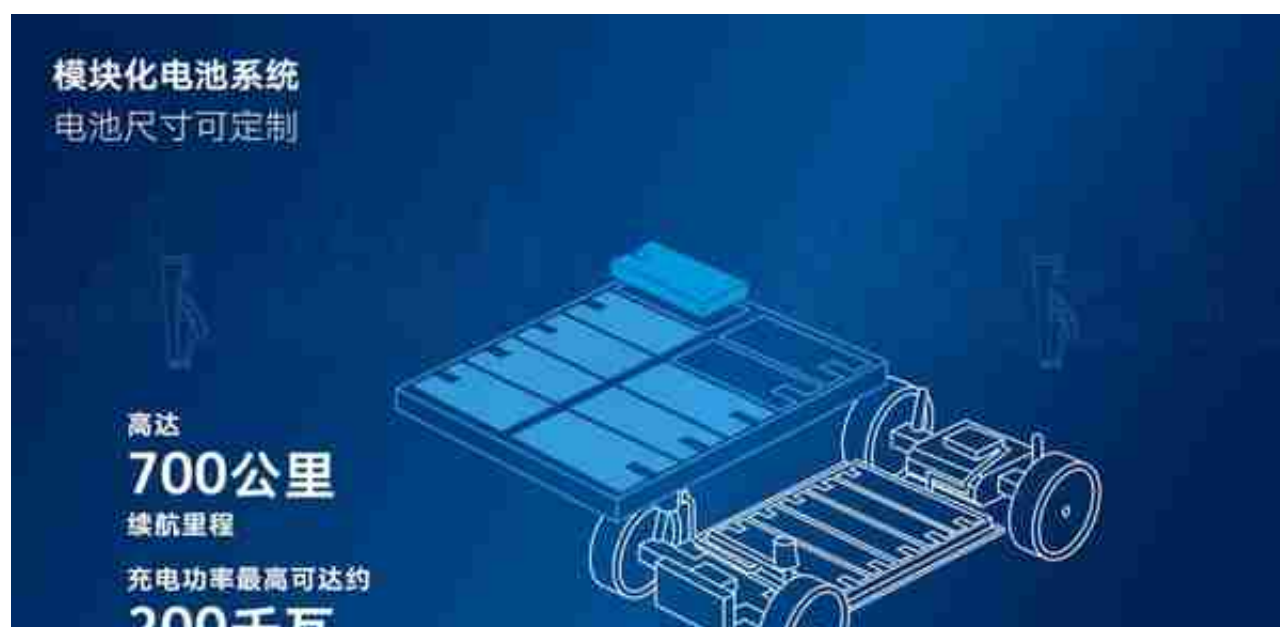


对于大众汽车而言，ID.7的到来将ID.家族扩展到了中高端量产车领域。事实上，ID.7也是继ID.4之后大众第二款基于MEB平台的全球车型。未来ID.7将在中国、欧洲和北美三大主要市场上市，聚焦到中国市场，ID.7将由两家合资公司推出各自的版本。

## 全面升级MEB+平台，提升充电、续航、数字化能力

ID.家族的不断扩展与提升，得益于大众汽车对于MEB平台研发工作的持续投入。

在燃油车时代，大众汽车横置发动机模块化平台（MQB）凭借“一个平台，满足各式需求”的优势，实现了高效造车。进入电动化时代，大众汽车将模块化平台的理念和经验进行平移，打造了专门针对纯电汽车的MEB平台。



具体来看，MEB+平台将采用大众汽车新一代的单元电芯技术电池，续航里程最高可达700公里；高续航之外，MEB+平台将大幅减少充电时间，最高充电功率能达到近200千瓦；同时MEB+平台将改进数字基础设施，大幅提升车辆的智能驾驶辅助系统，为自动驾驶功能的实现带来质的飞跃。

此外，基于MEB+平台打造的产品选择也将更加丰富，涵盖高性能和豪华等不同领域的车型。在MEB+平台上，大众汽车纯电车型的个性化、舒适性、品质和可靠性，将再一次得到显著提升。

## 与中国市场同频，全面向科技公司转型

如果说MEB平台的不断进阶是大众汽车电动化转型的举措，那么，与中国市场的同

频则是大众汽车向科技公司转型的战略部署。

在纯电汽车和智能汽车渗透率最高的中国汽车市场，大众汽车一方面加速纯电产品的研发，另一方面则依托集团力量，不断完善充电网络建设，提升智能座舱、自动驾驶等领域的软实力。

据了解，大众汽车将投资130亿欧元用于电动化和混合动力化，到2024年底，大众汽车在中国的电动出行领域直接投资就将达到100亿欧元。



聚焦到自动驾驶，2022年底大众集团旗下软件公司CARIAD与中国本土智能驾驶芯片公司地平线宣布成立合资企业并控股，双方将开发领先的、高度优化的全栈式高级驾驶辅助系统和自动驾驶解决方案，在单颗芯片上集成多种功能，提高系统稳定性，节约成本，降低能耗。

这意味着，大众集团旗下品牌，包括大众汽车品牌在内的车型产品，未来将享有可扩展的、高性价比的高级驾驶辅助系统和自动驾驶解决方案。

结语：过去的2022年，是中国新能源汽车进入市场化新阶段的开端年，也是大众汽车转型取得成效的重要一年。一直以来，外界都习惯用大象转身来形容大众汽车转型的艰难。但实际上，从七年前的“变革2025+”战略到两年前的ACCELERATE（加速）战略，再到2022年的全面进阶，大众汽车正在有步骤、有章法地向软件驱动型移动出行服务提供者转型。