

新闻稿

Jan 04, 2023 | 编号: 308679

行稳致远，驭势待发 沃尔沃汽车跨越2022，加速电气化转型

跨越2022年，面对复杂多变的市场环境，沃尔沃汽车迎难而上，12月中国大陆销量达到16,900辆，同比增长15.6%；全年总销量达到16.2万辆，纯电车型迎来突破，全年销量同比上涨201%，为品牌全新电气化产品全面引入打开先机。

回顾2022：业绩行稳，品牌向上

2022年，受诸多不确定因素影响，整体汽车市场和传统豪华市场均呈现下滑态势，豪华汽车市场整体容量同比下降8%。面对诸多挑战，2022年沃尔沃汽车中国大陆总销量达16.2万辆，业绩表现依旧稳健。其中，沃尔沃XC60全年销量达64,138辆，12月共售出6,853辆，同比大涨22%。

此外，在新购用户调研中，沃尔沃品牌影响力所占比重持续提升，成为仅次于传统前三的豪华汽车市场领跑品牌之一。截至2022年末，沃尔沃汽车在知乎、微博、B站等平台的品牌自有阵地粉丝量同比翻倍。

周全服务：探索创新，全心守护

在“以用户为中心”的理念指引下，沃尔沃积极降低用户售后负担。最新的中保研第14期汽车零整比体系数据显示，沃尔沃XC90零整比、负担指数均为同级别参测车型最低，沃尔沃XC60负担指数在同级参测豪华车型中处于最低，打破用户对豪华车维修贵的印象。

沃尔沃汽车先后推出十二项贴心服务，让用户把珍贵的时间留给更重要的人。首推的“零件终身保”业务，全年已累计为每位享受过这项服务的车主节省超4,000元零件费用；全年为超过8千位用户提供“尊享代步车”服务；每一位用户享受平均超过15天的代步车服务。

坚守业绩、品牌向上的同时，2022年也是沃尔沃汽车在华全面推动电气化转型的关键一年。在全新电气化产品全面引入市场之前，沃尔沃汽车积极探索全新商业模式，全面构建电气化时代的服务能力和体验创新。

作为国内首家探索直售商业模式的传统豪华品牌，沃尔沃汽车携手经销商伙伴，将城市中心店布局在城市核心商圈，拉近用户距离，解决用户痛点，提升用户消费体验。目前，城市中心店已在北上广深成杭等城市开设25家，预计2023年还将新开设29家。

驭势2023：前瞻与坚守，转型待发

电气化时代，补能和数字化体验成为新的用户痛点，也进一步拓展了产品全生命周期的外延。2022年沃尔沃汽车进一步推动充电网络建设，覆盖家庭充电、公共充电、经销商充电和应急充电四大场景，构建“随处有电充”基础；沃尔沃汽车还通过前瞻年轻用户群新的行为和需求，优化APP使用体验，打造即插即拔和亲友鉴权等创新功能，实现全场景“随心充好电”的体验升级。

2022年末，沃尔沃汽车发布全新纯电旗舰SUV——沃尔沃EX90。沃尔沃EX90是传统豪华阵营中首个配备激光雷达的电气化车型，也是唯一配备车内双摄像头的DUS驾驶员感知系统的车型。沃尔沃EX90并未像其他同时代新产品那样堆砌信息来展现数字化能力，而是通过具备冗余能力且不断进化的车机，以及专注于驾驶、以“不打扰”为优先的情境式体验设计。可以说，全新沃尔沃EX90清晰地展现出沃尔沃汽车在电气化时代坚守“安全”价值观的坚定态度。

沃尔沃汽车将在2023年发布4款全新纯电车型，布局3大细分市场。其中，全球亮相不久的沃尔沃EX90也将首次与中国消费者见面，这也标志着沃尔沃汽车正在加速推进品牌电气化转型进度。

沃尔沃汽车的电气化转型不止于推出更具竞争力的产品和体验。从努力实现三大生产基地的绿电

生产, 到积极推进亚太总部和研发中心的碳中和运营, 从全面退出内燃机的研发, 到关注并践行从生产到出行全价值链周期的碳中和, 沃尔沃汽车的电气化转型行稳致远。

关键词:

Regulatory Notices, Press Releases

本新闻材料中的描述和事例与沃尔沃汽车公司国际系列车型相关, 描述的配置可能是选则性的, 产品规格可能在各国不尽相同或发生变化, 恕不另做通知。

媒体联系人

沃尔沃汽车中国 媒体联系人
prchina@volvocars.com

相关图像



[更多 >](#)

media.volvocars.com >

volvocars.com >

Copyright © 2025 Volvo Car Corporation (or its affiliates or licensors).