

宝马电动化背水一战

在销量、利润双双下滑,老款纯电产品进入停产断档的关口,宝马新世代iX3开启预售,但暂无法向消费者提供展车与试驾,首批交付将于11月开启,中低配版本则要到12月才能交付。业内人士直言,宝马此前从未有过真正取得市场成功的纯电车型。因此,新世代iX3成为宝马电动化冲量的关键产品,其成败直接关系宝马电动化战略的推进效果。如果产品市场表现向好,则能够扭转消费者对其电动汽车的固有印象;一旦失利,在燃油车基本盘持续萎缩之际,宝马将面临更为严峻的挑战。

宝马集团2026年上半年销量数据一览

市场	2026年上半年	同比	2026年二季度	同比
全球	115.67万辆	-4.2%	59.1万辆	-4.9%
中国	26.2万辆	-20.4%	11.79万辆	-30.2%
欧洲	49.72万辆	+5.4%	26.04万辆	+7.6%
美洲	24.49万辆	+3%	13.48万辆	+9.4%

展车未到即预售

8月21日,宝马新世代iX3开启预售,提供30L、40L xDrive、50L xDrive三个版本,起售价分别为26.99万元、29.99万元、33.99万元。

其中,30L版搭载宁德时代磷酸铁锂电池,CLTC续航里程630公里,40L和50L则搭载BMW三元锂大圆柱电池,CLTC续航里程分别为702公里和919公里,10%到80%直流充电时间约21分钟。

北京商报记者走访发现,8月21日开启预售,宝马在北京的各大4S店内均无展车,更无法提供试驾。对于交付时间,宝马某4S店销售人员表示,高配版本交付更快,预计今年11月开启首批交付,但入门版即30L版预计年内无法交付。

宝马中国相关产品负责人透露,不同电池配置主要为适配用户差异化的使用场景。30L定位标准续航,更适用于日常通勤和家庭城市场景;想要更长续航、更强能效,则可选择高配版本。在交付时间上,新世代iX3 50L预计11月开启交付,40L和30L则将于12月开始交付,11月才会陆续有试驾车和展车。不过,也有宝马4S店销售人员称,展车将于10月

到店。

今年6月,宝马新世代iX3曾以“一店一天”的形式在北京部分门店开启巡展。8月8日—9日,新世代iX3还在北京颐堤港举办限时城市首秀,但均未提供试驾服务。

在智能化方面,BMW智能驾驶辅助系统采用Momenta R7强化学习与世界模型技术架构,专为中国复杂的交通场景定制,补齐了老款车型智能化短板。新车提供3年免费城区领航驾驶辅助,以及8年免费高速领航驾驶辅助,到期后续费价格分别为4999元/年和899元/年。

作为对比,基于CLAR油改电平台打造的老款i3、i5、iX1等车型,则普遍仅配备ACC自适应巡航等基础功能,不具备城区领航选项。

对于智驾后续收费的原因,上述负责人表示,主要参考行业常用做法。北京商报记者查询发现,当前国内部分主流高阶智驾产品均采用限时免费、到期后需订阅或买断的模式。

业绩不等车

未等到真车到店就开启预售,迫不及待的,是宝马不断承压的业绩。

财报显示,2026年上半年,宝马集团实现

营收622.66亿欧元,同比下降8%;净利润约28.7亿欧元,同比下降28.5%;汽车业务板块息税前利润率降至3.6%,较去年同期的6.2%大幅收窄。

在销量方面,今年上半年,宝马集团全球交付115.67万辆汽车,同比下降4.2%;二季度交付约59.1万辆,同比下降4.9%。中国市场同样被本土品牌挤占,上半年宝马在华交付26.2万辆,同比下滑20.4%,二季度跌幅扩大至30.2%。

新旧产品迭代的空窗期进一步放大压力。今年6月,宝马将于7月起停产国产i3、i5、iX1等纯电车型的消息引发热议。知情人士曾向北京商报记者透露,由于进入产品周期尾声,国产纯电iX1和i3确认停产,i5暂时停产,是否复产仍待定。

北京宝马某4S店销售人员向北京商报记者表示,目前iX1、i3和i5均已确认停产,基本没有现车,该门店仅剩一辆i3车型可售。

面对持续下滑的销量,宝马把破局的希望寄托于新世代平台,为之投入巨额资金并完成本土化产能布局,新世代车型的成败也成为宝马在华的背水一战。

知情人士曾透露,宝马现有国产纯电车型生产调整,核心目的是集中产能和资源,全

力保障新世代车型国产落地。然而,新世代iX3要到今年11月才能交付,新世代i3则预计2027年交付,暂时无法贡献销量。另有知情人士表示,从预售情况看,新世代iX3意向咨询用户增长明显。

为保障新世代项目落地,宝马集团投入规模空前。2024年4月,宝马宣布追加200亿元投资,用于沈阳生产基地升级;2025年,宝马集团前董事长齐普策表示,过去五年宝马为新世代平台及整套配套体系投入超100亿欧元,为集团历史上规模最大的单笔投资。

在2026年成都车展上,华晨宝马总裁兼首席执行官宝思齐公开表示:“在新世代iX3交付之前,我们已投入400辆测试车辆,累计完成200万公里路试,相当于绕地球50圈。”

宝马电动化节奏被动

在宝马纯电产品进入交替周期之际,中国新势力车企正在进一步崛起。中国汽车流通协会乘用车市场信息联席分会数据显示,2026年上半年,40万元以上高端车市场自主品牌份额达到59%,同比提升21个百分点。

蔚来联合创始人、总裁秦力洪在接受北京商报记者采访时透露,今年上半年,北京市

场蔚来品牌与宝马品牌的交付比例为91:100,且蔚来品牌仍呈上涨趋势;行业调研数据显示,问界M9车型59%的换购用户来自奔驰、宝马等传统豪华品牌。

对于新世代iX3展车未到便开启预售的模式,经济学者、工信部信息通信经济专家委员会委员盘和林指出,该做法不会左右消费者购车决策,这类模式在其他车企中已有先例。宝马借鉴了提前销售的营销手段,从过往经验看,该模式能够拉动订单,“但受品牌调性差异影响,这一方式能否在宝马身上奏效仍有待观察”。

北方工业大学汽车产业创新研究中心主任纪雪洪则认为,新世代iX3开启预售却暂无法提供展车和试驾,折射出宝马新产品迭代开发效率未达预期,整体节奏略显被动,也会造成部分意向客户流失。该模式实则更多在向消费者和经销商释放信号:当前宝马经销商盈利承压,新品预热有助于稳住渠道信心,但提前预热也会推高整体营销成本。

“过去,宝马从未有过真正取得市场成功的纯电车型。”纪雪洪坦言,新世代iX3由此成为宝马电动化冲量的关键产品,承担着重塑品牌新能源领域形象的重任,其成败直接关系宝马电动化战略的推进效果。如果产品市场表现向好,能够扭转部分用户“海外品牌做不好电车”的固有认知,还将利好后续车型、改善业绩;一旦失利,在燃油车基本盘持续萎缩的背景下,宝马将面临更为严峻的挑战。

纪雪洪进一步指出,宝马全球研发体系迭代节奏难以适配中国市场的高强度竞争,也正面临本土品牌的全方位冲击。“想要守住豪华市场份额,宝马应强化本土化开发,打造可以和自主品牌正面竞争的拳头产品,否则其在中国豪华车市场的基本盘或将遭到颠覆。”

盘和林则指出,新世代产品有望拉动宝马销量增长,但宝马正面临品牌老化问题,在新能源转型浪潮下,其电动化、智能化技术储备相对薄弱。当前宝马更多采取借力外部的思路,采购供应商的整套解决方案,“想要应对行业竞争,仍需要加大技术沉淀与自主研发投入,并完成向科技公司的转型”。

北京商报记者 简雨薇

图片来源:宝马中国



服贸会金融专题聚焦科技与跨境

·参展机构结构一览·

类别	数量	占比
线下参展企业总计	75家	100%
世界500强及行业龙头	53家	70.7%
国内机构	39家	52%
外资机构	36家	48%

领域“中国服务—北京案例”专场活动,发布一批具有原创性、代表性、可复制、可推广的优秀案例。

科创与跨境双线联动

王颖介绍,本届金融服务专题聚焦科技金融与跨境金融两大展示方向。

科技金融方面,专题采用“金融+科创”联展模式,金融机构携手其赋能培育的科创企业同台亮相,覆盖算力芯片、机器人、智能驾驶、生物医药等前沿赛道,全景展示覆盖科创企业全生命周期的金融产品与服务。

具体来看,工商银行将展示“股债债保”联动的科创全生命周期服务体系,精准破解硬科技企业融资痛点。中国银行将展示其围绕“政、研、园、企、投、所、链”建立的科技金融生态圈以及“中银科创+”平台合作成果,以多元化融资产品赋能前沿科技创新主体。北京银行将携手20余家科技企业共同参展,

集中展示企业前沿创新产品,呈现打造“更懂科技企业的银行”、深度参与未来产业培育发展全过程的成果与亮点。

论坛环节拟邀请摩尔线程、范式智能、银河通用机器人等头部科创企业代表参会,围绕产融结合、科技金融创新等议题开展深度交流,发挥“展会联动”叠加效应。

跨境金融方面,紧扣企业全球化发展需求,展示“一站式”出海服务体系。各参展机构集中展出跨境支付、跨境投融资、汇率避险、境外合规风控等全套解决方案,推出出口供应链保险、海外经营责任险、汇率风险中性管理、跨境人民币结算便利化等创新产品,专业跨境业务团队驻场为出海企业答疑解惑、匹配金融服务。

农业银行将从“畅通渠道、融通全球、司库建设”等维度,展示“跨境+”全球金融服务体系。建设银行将展示“善建行远”海外综合服务平台,通过协同商协会、专业服务机构等跨境伙伴,共同为出海企业打造全链条、多维度、专业化的“一站式”服务体验。万事达卡将分享在支付便利化、跨境支付创新和消费生态建设方面的最新实践与洞察,携手产业伙伴进一步促进跨境人员往来和经贸交流。

中国银行北京市分行行长、党委书记蔡兴华表示,该行将聚焦“服务外籍来华人员”特色金融场景,安排专属体验区,布放来华通App、幂方卡2.0及离境退税全流程自助设备,外籍来华人员可现场感受从入境前到入境后的一站式、便利化服务体验。

2026年中国国际服务贸易交易会(以下简称“服贸会”)金融服务专题将于9月9日—13日在北京首钢园举办。8月21日,北京市地方金融管理局副局长王颖在媒体通气会上介绍,本届专题以“智焕新生金融聚力”为主题,构建“1+2+3+4”展会体系,围绕AI数智赋能主线,聚焦科技金融、跨境金融两大方向。专题采用“馆内特色展+馆外潮玩体验”双空间布局,馆内主展设在4号馆,约1.27万平方米;馆外在10号馆首设近千平方米“未来金融潮玩体验区”。目前线下参展企业75家,其中国内机构39家、外资机构36家,国际化率48%。

参展企业国际化率近五成

王颖表示,立足国家金融对外开放前沿阵地,本届金融服务专题汇聚多元优质中外参展主体,彰显中国金融兼容并蓄、开放共赢的发展姿态。目前,线下参展企业已达75家,涵盖世界500强及行业龙头企业53家。其中,国内机构39家,外资机构36家,国际化率为48%。机构参与度、行业覆盖面、品牌含金量持续提升,彰显金融服务专题的全球影响力和开放合作底色。

从参展机构来看,国内头部金融机构包括国家开发银行、进出口银行、农业发展银行、工商银行、农业银行、中国银行、建设银行、交通银行、邮储银行、中国人保、中国人寿、中国太平、中国信保等。

本届金融服务专题紧扣“AI数智赋能”核心主线,将人工智能与数字技术创新贯穿展览展示、论坛活动及配套体验,展示大模型落

地应用、智能风控与反欺诈体系、AI智能投研与陪伴式财富管理、数字人民币智能支付创新场景等前沿实践。

展览现场,多家金融机构将携最新AI应用成果集中亮相。中国银行将展示中银夸腾系统,依托内外部数据资源开展数智建模,为行内科技金融和产业链金融拓展提供数字化拓客和精准营销等支撑。中国人保将首发“算力保”系列专属产品,填补算力产业风险保障空白,并发布PICC气候物理风险量化模型,以AI融合巨灾建模服务绿色金融高质量发展。

此外,汇丰银行、渣打银行、摩根大通、花旗银行、万事达卡、慕尼黑再保险、瑞士再保险等36家国际知名外资金融机构参展,集中展示其在服务企业“出海”和“引进来”双向经贸活动、助力科技创新、赋能实体经济数字化转型等方面的创新实践与落地场景。

北京是国家金融政策的策源地和金融资源的重要配置枢纽。本届专题还将举办金融

数币沉浸式体验

数字人民币一直是历届服贸会金融服务专题上的“明星”。届时,包括农业银行、中国银行、建设银行、邮储银行、招商银行、华夏银行、浦发银行、北京银行、北京农商行、上海银行在内的多家金融机构,将集中展出数字人民币最新创新成果。

往届备受关注的“数字人民币大道”今年将全面升级,围绕“科技+潮玩+互动”核心定位,首次在10号馆打造近千平方米“未来金融潮玩体验区”。体验区联动多家金融机构与潮流品牌,搭建购物、餐饮、住宿预订等民生服务全场景,集中展示数字支付、智能合约、跨境消费等创新应用,让观众直观感受数字人民币前沿成果,沉浸式体验人工智能为金融服务带来的全新变革。

观众不仅能“学”起来,也能“玩”起来。体验区融合潮流市集打造多元互动内容,设置AI数字人交互、AI智能购物、数币一键支付、智能红包等特色体验项目,引入限定文创快闪店、主题打卡装置、盲盒兑换机等潮流跨界元素。

围绕惠民举措,王颖介绍,本届专题还将举办“数智赋能,金融惠民生”系列活动,联合行业协会、金融机构和专业媒体开展首都消费者权益保护周、服务贸易知识大讲堂、智绘未来金融寻宝等主题活动,助力提升公众金融素养与风险防范意识。

北京商报记者 董晗萱