

聚焦三大战略重点，博泽与中国汽车市场同频发展



Shanghai (18. 四月 2024) 中国汽车市场产销量在去年创历史新高。强劲的市场表现背后，是行业竞争的持续加剧。对此，全球汽车零部件领导者博泽将聚焦三大战略重点：成本、速度与灵活，着力提升本土核心竞争力，与中国市场客户共谋产业变革之新机遇。

"跨国零部件企业原有的竞争优势正面临着严峻挑战。要保持我们在中国业务的可持续发展，我们必须紧跟市场发展的步伐，在确保产品品质的同时优化成本管理，持续加强包括前瞻研发在内的本土研发能力，提高产品研发和服务响应的速度，用更高的灵活性经历这场行业变革的洗礼。"博泽中国区总裁项洁表示。

近年来，博泽加快引进本土供应商，在降低成本的同时，加强了供应链的安全性和稳定性，提升了产品的整体竞争力。目前，公司通过拓展与本土设备供应商的合作，生产设备的国产化率已提升至85%以上，有效降低了产品的制造成本。在匹配"中国速度"方面，博泽深度赋能本土研发团队，链接全球研发资源，通过并行开展及管理多项研发任务，加快产品研发周期、灵活应对项目中可能出现的工程变更，加速创新技术的落地。近期，由中国团队牵头研发的最新车窗玻璃升降器将作为全球首发项目在中国落地。该产品赋予了车窗更多电气化和智能化功能，为汽车用户带来个性化的车窗调光和隐私保护等舒适体验，以及摩登时尚的车辆外观，未来有望向全球其他市场推广。此外，通过深化产线模块化设计理念，博泽能快速调整产线上的工作站数量，实现不同项目共线生产，为客户提供更灵活的生产方案。同时，博泽正有序推进太仓工厂光伏发电项目，预计于2025年投入使用。届时绿色电能有望覆盖太仓工厂约40%的全年用电量，助力中国汽车产业达成"双碳"目标。

"市场内卷是挑战，也是机遇。在未来更加严苛的市场比拼中，博泽将持续积极提升本土竞争力，发挥国际零部件企业在全局布局及项目管理上优势，携手中国市场业务伙伴在行业加速变革中破局谋远！"项洁补充道。