



与电动先锋BMW i3一起开启新年第一跑 宝马作为官方合作伙伴领跑2018厦门马拉松赛

(厦门) 1月7日，2018厦门马拉松赛正式鸣枪起跑，来自42个国家和地区的三万余名选手从厦门国际会展中心出发，在厦门最美丽的环岛路上进行长达42.195公里的自我挑战。最终，来自埃塞俄比亚的德吉那·德比拉以2小时11分22秒的成绩夺得男子全程马拉松冠军；同样来自埃塞俄比亚的选手法图玛·萨杜·德尔戈则以2小时26分41秒获得女子第一名。

今年厦门马拉松路线略有变化，赛道“颜值”更高；途径曾厝垵、演武大桥、世贸双子星、白城沙滩等景点，路过最具代表性的观音山、中山路、湖里山炮台等，沿海而跑，选手们可以尽情欣赏海景。宝马集团连续第五年携手厦门马拉松赛；纯电动BMW i3继续担任官方指定计时车及引导车，将其代表的电动科技先锋精神和面向未来的绿色出行生活方式带给更多人，成为厦门一道风景线。

不妥协的运动精神，引领绿色“潮”生活

当今中国，人们对于消费的定义早已超越了财富的范畴；他们希望能够找到与自己的精神追求和生活方式相契合的品牌，表达自己对生活和世界的看法。而跑步已经成为一种现象级的全民运动。作为最具运动风范和前瞻思维的豪华汽车品牌，宝马始终坚持寻求一切方法与社会保持情感的互联。长久以来，宝马一直在全球范围与跑步、高尔夫、帆船等运动项目跨界合作，与客户一同追求更健康、更可持续的未来生活方式。而这其中，宝马对于与马拉松赛事的合作尤为看重。

在全球，宝马赞助了六大满贯赛事中的柏林马拉松和东京马拉松，以及众多城市马拉松和长跑赛事；在中国，从2013年首度与上海马拉松携手至今，宝马已经连续多年赞助上海马拉松、厦门马拉松等4个中国顶级马拉松赛事。作为群众参与度极高的大型赛事，马拉松正在为无数普通人创造独特的人生体验。通过对马拉松项目的长期推广，宝马不断完善和加深以健康生活方式为核心的品牌内涵，并将这一情感传递给了全世界的消费者。

全球电动领导者，“触电”战略不断扩展



BMW i3纯电动车在今年的厦门马拉松上依然“奔跑”在所有参赛者的最前方。宝马不仅是赞助马拉松最早、赞助赛事最多以及赛事赞助规格最高的豪华车品牌，更是第一个将新能源和马拉松进行结合并深入传播的汽车制造商——1972年慕尼黑奥运会，宝马集团便以首款电动车BMW 1602e担当马拉松项目引导车。近半个世纪后，宝马集团电动车已经在全球交付了超过20万辆；2017年12月，慕尼黑总部大楼“四缸大厦”被投射成电池，庆祝当年第10万辆电动车交付。2021年开始，公司将推出第五代电力传动系统和电池技术，采用可扩展的模块化设计，使得各个传动系统可以应用在每一个车型系列当中。目前，宝马已经注册了从BMW i1到i9、iX1到iX9的车型命名权。到2025年，宝马将向全球客户提供25款纯电动和插电式混合动力车型。

作为积极投身于电动出行生态系统建设的豪华品牌，宝马始终以全面的电动出行战略领先行业发展。到2018年，宝马在中国提供的新能源产品将增至6个车系。宝马还积极推进车用电池的研发、生产和回收，以及新能源生态系统的建设。截至2017年底，已提供超过6.5万个即时充电桩，覆盖中国60多个城市。

以品牌带动体验，创新营销聚焦客户

除了支持马拉松等运动之外，宝马是中国体验式营销的开创者，也是这一领域的创新者。2017年7月，随着传奇的品牌活动“BMW X之旅”进入第10年征程，BMW在中国也开启了“体验式营销2.0”阶段，希望为每一名参与宝马活动的人提供更真实、更创新、更难以忘怀的体验。8月首次引进的BMW M嘉年华为庞大而忠诚的M粉丝群体创造三天难以忘怀的激情狂欢。9月，BMW摩托车文化节也将骑士文化在中国进一步发扬光大。

如今的宝马已经将品牌宣传的重点从“专注产品”转化为“聚焦客户”，致力于与广大客户创造深层的精神联系。宝马正在以创新的方式，建立起与广大消费者深入沟通的新平台，不断深入落实以人为本的品牌策略，即全心全意为客户提供真实真诚的情感体验。



中文版媒体信息及高分辨率图片资料，请从以下网站下载：

<http://www.press.bmwgroup.com>

欲了解更多宝马集团及产品信息，请登录：

<http://www.bmw.com.cn>

<http://www.minichina.com.cn>

-完-

垂询请致：

宝马南区公关部

毕素文女士

电话：020-86151815

传真：020-28369991

地址：广州市海珠区琶洲大道 83 号宝地广场 2505，510335

宝马集团

宝马集团是全世界最成功的汽车和摩托车制造商之一，旗下拥有BMW、MINI、Rolls-Royce和BMW Motorrad四个品牌；同时提供汽车金融和高档出行服务。作为一家全球性公司，宝马集团在14个国家拥有31家生产和组装厂，销售网络遍及140多个国家和地区。

2016年，宝马集团在全球共售出约236.7万辆汽车和14.5万辆摩托车。2016财年税前利润约96.7亿欧元，营收达941.6亿欧元。截至2016年12月31日，宝马集团员工总数达124,729人。

宝马集团的成功总是以前瞻未来和承担责任为基石。因此，宝马集团在整个价值链中贯彻生态和社会的可持续性发展策略，全面的产品责任以及明确的节能承诺已成为宝马集团长期战略的重要内容。