

以创新和客户为导向继续引领品牌体验潮流

宝马集团鼎力支持 2018 上海国际马拉松

(上海) 11月18日, 国内顶级马拉松赛事之一——第23届上海国际马拉松赛在黄浦江畔的金牛广场鸣枪开跑。在38,000多名来自世界各地的参赛选手中, 埃塞俄比亚选手 Seifu Tura ABDIWAK 以 2:09:20 的枪声成绩获得本届比赛的男子组冠军, 埃塞俄比亚选手 Yebrgual Melese ARAGE 以 2:20:37 的枪声成绩夺得女子组桂冠。作为这项国际田联金标赛事连续六年的至尊合作伙伴, 今年, 宝马继续以纯电动车 BMW i3 担纲官方计时引导车, 同时还携新能源车家族亮相赛道, 尽显在电动出行方面的卓越成果和坚定决心。BMW 粉丝对品牌的感情不仅来源于创新的产品和始终如一的驾驶乐趣, 同时也来自 BMW 独树一帜的品牌体验活动, 以及同消费者的情感联系。BMW 品牌引领新的生活方式, 并从一个以产品为基础的品牌, 向以互动关系和情感为基础的品牌发展。

以品牌带动体验, 创新激发情感共鸣

运动精神是宝马品牌的核心DNA, 这推动宝马在全球建立起了完善的体育营销战略。宝马赞助马拉松项目不仅是为用户提供情感体验的平台, 也是BMW品牌贴近消费者, 深入圈层营销的一部分。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, 通过对全球马拉松赛事的长期推广, 宝马不断完善和加深以健康生活方式为核心的品牌内涵, 并将这一情感纽带传递给了全世界的消费者。目前, 在全球范围, 宝马已赞助7大顶级马拉松和19个城市跑步赛事, 包括六大满贯赛事中的柏林马拉松。在中国, 宝马已成为推动马拉松运动蓬勃发展的先驱力量, 已经连续六年赞助上海国际马拉松赛。

作为体验式营销的先行者, BMW 品牌早在 2006 年便通过创新的 BMW X 之旅开创了中国汽车市场体验式营销活动的先河, 以创新的形式传播充满激情和勇气、坚持不懈的 X 精神, BMW 进一步加深与客户的精神共鸣, 并成为了与客户互动的“关系式品牌”。通过发起多维度创新式品牌体验活动, 宝马正在从一个以产品为基础的品牌, 向以互动关系和情感为基础的品牌发展, 让更多人体会



到 BMW 的品牌精神和倡导的生活方式。目前，除了体育赛事，宝马还参与音乐、文化、艺术等领域，为客户创造出一种独特而全面的生活方式，引领中国汽车文化和以上各个领域的发展。

宝马是中国体验式营销的开创者，在坚持创新，刷新自我，不断创造奇迹的同时，始终与社会保持着情感层面的共鸣。如今，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，致力于与广大客户创造深层的精神联系，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。

强大产品实力，以创新贴合客户需求

与以往宝马赞助的马拉松赛事相同，新纯电动 BMW i3 本次依然作为官方指定计时车及引导车“奔跑于”于所有参赛者的最前方。目前，**BMW i3 已成为全球豪华紧凑市场最畅销的电动车型之一**，与马拉松不断挑战自我的精神一样，BMW i3 也不断升级，新车型在保证豪华、零排放的纯电动驾驶体验的同时，应用了全新的互联科技，进一步强化了宝马集团在豪华电动出行领域的领导地位。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。此外，**宝马已经建成了中国最大公共充电网络——即时充电™ 公共服务网络，充电桩数量已超过 8 万，覆盖全国 150 余个城市。截至目前，BMW 私人充电装置扩展到全国 135 个城市，处于行业领先地位。**

2018 年，BMW X 家族产品密集上市，开启 X 之年的强大攻势。创新 BMW X2、全新国产 BMW X3、全新 BMW X4 已跃然出世，而 X 家族的开辟者——全面升级的第四代 BMW X5 在 11 月的广州车展上耀世登场。可以预见，愈发强大的 BMW X 家族将在广阔市场空间取得更大作为，继续领导豪华运动型多功能汽车细分市场，续写成功新篇章。而随着 X 之年的稳步推进，BMW 即将迎来从 BMW X1 到 X7，最完整和强大的豪华 SAV 和 SAC 阵容，以超凡的魅力和难忘的品牌体验继续引领市场。

此外，在“全新第一战略”的指引下，宝马集团正在推进公司历史上最大规模的新产品攻势，未来将面向全球推出 8 款全新的大型豪华车产品，持续以创新布局大型豪华车市场。全新 BMW 8 系双门轿跑车已在法国勒芒 24 小时耐力赛上进行



了全球首发，创新BMW X7、全新BMW 8系敞篷轿跑车也将在洛杉矶车展上全球亮相。BMW将为客户提供更加完整的产品选择，覆盖各细分市场，充分满足客户的不同需求，不断诠释和践行豪华的生活方式，续写BMW品牌的百年成功故事。

通过产品、品牌以及对运动共同的热爱，宝马与广大消费者建立起了深入的沟通交流平台和紧密的情感连接，成为积极健康生活方式的引领者。2018 上海国际马拉松延续了宝马以客户为中心的品牌战略，宝马再次彰显其作为生活方式引领者的地位和能力。创新，无疑是宝马后续发展不竭的驱动力，助力其续写成功新传奇。