

BMW 情感式体验再度升级，进一步强化宝马品牌和产品感召力 2019 BMW 越山向海不断探索创新，全新 BMW X5 领衔 X 家族山海相伴

(北京)7月6日，“2019 BMW 越山向海人车接力中国赛”(BMW Hood to Coast China Relay)重燃战火，在张家口崇礼开赛起跑。2017年至今，连续举办两年的 BMW 越山向海人车接力赛谱写出了“日月交替，并肩齐驱”的跑步圈传奇，也将团队协作、“人车合一”的宝马精神与探索自身极限的成就感深深烙印在众跑友心中。作为赛事指定用车，今年宝马再次携 X 家族全擎助力，助力跑者披荆斩棘，一同创造独特的人生体验。

深入了解中国消费者，产品和品牌共同发力

宝马(中国)汽车贸易有限公司总裁刘智表示“中国不仅是宝马全球最大的销售市场，也是客户需求的引领性市场。宝马深入理解市场潮流和不断演变的客户行为，认真聆听客户需求，快速响应市场。宝马深谙市场，紧紧抓住中国客户的精神需求，始终坚持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共鸣，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最真实、最创新、最难忘的体验。”

据埃森哲的调研数据表明，有 59% 的客户认为“购物购买的不仅是商品，更是购买了一种体验”。值得自豪的是，多年来宝马在全球及中国范围内涉足体育、汽车文化、音乐和艺术等领域，通过丰富的平台向不同人群发起**多维度创新式品牌体验活动**，始终在打造品牌、打造高度情感化的用户关系方面引领潮流。早在 2006 年，BMW 品牌便通过创新的 BMW X 之旅开创了中国汽车市场体验式营销活动的先河。此后十余年，相继推出了 BMW 3 行动、精英驾驶培训、马拉松、冰雪运动、高尔夫、马术、宝马艺术车、M 嘉年华等独树一帜的品牌体验活动，实现了**从大众人群到精英阶层全方面的情感互动**。

近年来，客户圈层化趋势日益明显，90% 的中国消费者都有自己的兴趣圈，运动健身分别与美食和旅行位列前三。根据经济学人研究表明，三分之一的中国人养成了经常锻炼的习惯，运动健身已经成为了最新的生活方式。**充满激情的品牌体验，是宝马与用户之间的情感纽带**。作为行业的创新领导者，宝马早

在 2013 年就在中国推广跑步运动，2017 年首度将美国 Hood to Coast 赛事引入中国，2019 年更是创新地将这一地表最富挑战的赛事升级至全新高度。

今年赛事挑战性进一步加码，赛程总长增至 185 公里，对跑者的身体和心理素质都提出了更高的要求。更值得一提的是，**BMW 越山向海人车接力中国赛成功续约三年，并在今年将赛事拓展至两岸三地：从张家口拓展到海南和台湾三地，从山到海，从北到南，真正实现“越山向海”。**海南是推广新能源车的先锋，海南站活动将使用 BMW X 混动车型助力赛事，真正实现为参与者提供“BMW X 全家族式产品体验”。

2019 年是“BMW X 之年”的延续，BMW 将再次携 X 家族全新产品参与到赛事当中，包括 BMW X1、创新 BMW X2、全新 BMW X3、全新 BMW X4、全新 BMW X5、2019 款 BMW X6，创新 BMW X7 也将亮相现场为跑者们助威，凭借更强大的家族实力、更先进的技术，宝马以积极向上的探索精神和挑战精神与越山向海的豪情相互映照，为赛事增添独特魅力，让品牌精神更加深入人心。

延续 BMW X 之年强大产品攻势，强化“以客户为中心”的产品策略

在充满变革的新时代下，宝马深入理解市场潮流及不断演变的客户行为，聆听客户需求，在过去两年中，宝马集团开展了品牌历史上最大规模的产品攻势，2018 年带来焕然一新的“X 家族”产品阵列。2019 年，宝马集团依旧延续产品进攻态势——“BMW X 之年”，“BMW 运动之年”，计划在年内推出 25 款新产品，推动核心业务实现可持续、高质量发展。

2018 年，BMW X 家族全年销售超过 19 万辆，目前 BMW X 车型的总销量已经占到 BMW 品牌**全球销量**的三分之一。今年前五个月，进入完整销售年的**全新 BMW X3** 共销售超 46,000 辆，成为业务增长的主要驱动力；**BMW X1** 累计销售超 38,000 辆，继续保持细分市场领导地位；**全新 BMW X5** 同样展示出新一代车型的强劲实力，在仅有一款 xDrive40i 车型销售的情况下，前五个月销量近 10,000 辆。而顺应消费升级趋势而来的**创新 BMW X7** 即便上市不久，市场反响依然十分热烈。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车细分市场，续写成功新篇章。

宝马深刻明晰，中国不仅是全球最大的销售市场，并且是客户需求的引领性市场。宝马在中国新车客户的平均年龄仅 35 岁，他们对创新技术的接受度比欧洲要更加积极正面，特别是在自动驾驶方面，支持率比欧洲高出 40%。年轻化的用户崇尚激情体验，寻求富有表现力的设计、真正的创新科技和精益求精的豪华品质，这些求新求变的需求在宝马产品上也体现得极为清晰。

作为本届越山向海人车接力中国赛的比赛用车，全新 BMW X5 清晰体现了宝马“以客户为中心”的产品策略，印证了宝马对中国客户需求的重视。新车型以其丰富的创新特性而备受瞩目，“**四项重大升级**”**树立豪华中大型 SUV 车型新标杆：全新 BMW 设计语言、专属豪华内饰座舱、智能数字化创新科技、全面提升的操控及越野性能。**

互联已成为豪华的一部分，全新 BMW X5 在**互联和驾驶者辅助系统**方面，也创造了一个新的里程碑。新车型配备了更加智能的第七代 BMW iDrive 操作系统，支持软件升级，并带来了最新的语音交互系统“BMW 智能个人助理”；专业型驾驶辅助系统完美实现了 L2 级自动驾驶，即便在复杂的中国道路交通上，凭借“解放双手”的低速跟车功能，依然能轻松享受到宝马纯粹的驾驶乐趣。此外还有 50 米自动循迹倒车功能等安全且人性化的高科技配备，均将全新 BMW X5 带来的驾驶乐趣提升到了一个新高度，**更进一步夯实了宝马在面向未来 A.C.E.S 四个关键领域的领导地位。**在各种越野路面频出的“越山向海人车接力赛”上，全新 BMW X5 必将是参赛选手最坚强的后盾和最可靠的参赛伙伴。