

新闻稿

供参考发布

2020年8月23日

灵感碰撞激情 唯盛夏与热爱不可辜负 第二届 MINI 库伯杯灵感嘉年华带你捕捉夏日灵感

- 第二届 MINI 库伯杯灵感嘉年华全新启幕，将 MINI 品牌独有的激情与乐趣融入每一个消费接触点
- MINI 家族成员悉数登场，让 MINI 车主和粉丝们深入体验卡丁车般的驾驶乐趣
- 新一季 MINI COUNTRYMAN 助阵灵感嘉年华，创新演绎收获灵感
- MINI 不断深化与用户的情感沟通，持续深耕全球首个车主创造力社群“THE COOPERS”

（天津）当灵感邂逅激情，将生命的张力展现得淋漓尽致，便成就了独一无二的存在。周身散发着英式尊贵气息，个性、自我、不妥协的 MINI 始终致力于在传承中创新，打造源于经典又超越经典的产品。正是印刻在骨子里的创造力、灵感以及妙趣横生的玩乐气息，让宝马集团旗下经典英伦品牌 MINI 在汽车圈中独树一帜。

在今年夏天，MINI 升级了更多创新玩法和互动体验。2020年8月22-23日，第二届“MINI 库伯杯灵感嘉年华”于天津全新启幕。这场以 MINI 传奇人物 John Cooper 名字命名的年度盛大派对，吸引了超过 2100 名车主和粉丝来到现场。丰富的场景和创新的体验为 MINI 车主和粉丝们



打造了一场充满灵感与激情的夏日嘉年华，掀起了专属于 THE COOPERS 的夏日狂欢。

MINI 库伯杯灵感嘉年华，充满激情与乐趣的“夏日灵感猎手”

在上个世纪 50 年代，John Cooper 这位影响了整个欧洲 F1 车坛的赛车教父在第一台 Mini 发布后看到了其潜质，并燃起了统治赛道的决心。如果说 Alec Issigonis 爵士创造了 Mini，那么 John Cooper 则赋予了 MINI 赛车基因。正是这位扮演着赛车手、车队经理以及赛事组织者等多重角色的工程师，让 MINI 拥有了更加灵活的操控和卡丁车般的驾驶乐趣。



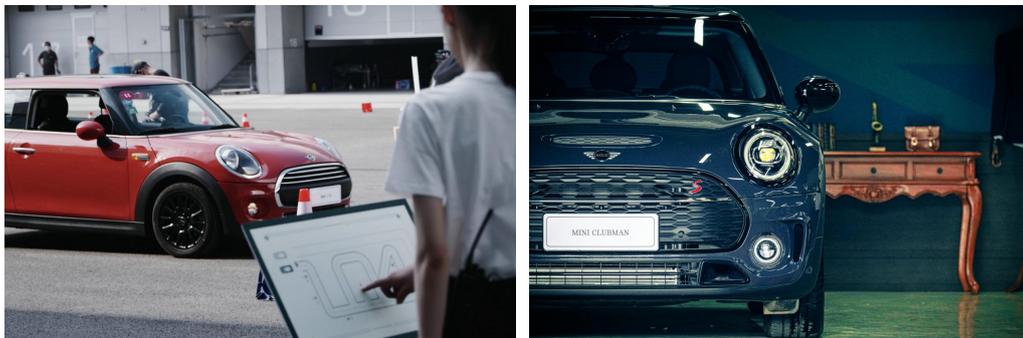
60 多年来，MINI 品牌一直代表着创新、灵感与激情，以独具个性的沟通方式为消费者提供全方位的客户体验，鼓励大家“尝试更多、体验更多”。在中国市场，MINI 开创了一系列创新式体验活动，致力于打造全球最大的、最具创新力的 MINI 车主社群 THE COOPERS。MINI 库伯杯灵感嘉年华正是在这种品牌精神的感召下推出的。通过创新互动体验，将有趣的灵魂聚集在一起，充分感受 MINI 独有的驾驶乐趣和品牌内涵。今年的 MINI 库伯杯面向全国招募粉丝，除了发起 MINI 的同伴聚会，更在天津、广州、上海、宁波、昆明五座城市打造了全新的 COOPER-LAND，让更多 MINI 粉丝能够在线下相聚。无论是盛夏派对中的车尾咖啡、跳蚤市场，还是各式英伦范儿的 MINI 潮人，总能让现场的人们在不经意间感受到 MINI 和 THE COOPERS 的灵感爆棚。



MINI 家族成员悉数登场，演绎经典与创新的魅力

为了能充分感受 MINI 卡丁车般的驾驶乐趣与独特的品牌魅力，MINI 全系家族成员：MINI 三门版，MINI 五门版，MINI CABRIO，MINI

CLUBMAN, MINI COUNTRYMAN 以及 John Cooper Works 系列车型悉数登场, 带着 MINI 车主和粉丝们去发掘隐藏于经典外表下的灵感秘密。此外,



现场还以 MINI 家族各车型的特性为基础, 设置了牛津主场、皮卡迪利大道、梅菲尔街区、湖区营地、布莱顿海岸和银石赛道六大特色街区, 让 MINI 车主和粉丝全面感受 MINI 品牌的创意、灵感与激情。

此外, 新一季 MINI COUNTRYMAN 也来到现场助阵灵感嘉年华。全新米字旗 LED 尾灯、真皮座椅和全系标配的真皮方向盘, 无一不体现出 MINI 恪守经典豪华品质的英伦风范, 而全新车色尤加利青的加入同样展现出了独具一格的 MINI 风范。MINI 在传承中不断创新, 通过对外观和内饰设计的不断优化, 彰显品牌独特的个性。

高颜值的外表重要, 足够懂你的“灵魂”同样重要。如果说一见倾心的外型给人带来视觉上的享受, 那么引领潮流的科技装备带来的则是感官上的全方位享受。作为高档小型车细分市场中首个提供丰富数字服务的汽车制造商, MINI 在追求创新科技的道路上从未止步。新一季 MINI COUNTRYMAN 配备全新 5.0 英寸黑色数字仪表盘, 与 8.8 英寸彩色中央显示屏一起, 为用户提供便捷的信息获取和操作方式。全系车型均搭载 MINI 互联出行服务 (MINI Connected), 配备苹果 CarPlay 和百度 CarLife 功能, 包含导航、音乐、语音助理及地点周边服务, 构建出无缝链接的互联世界。而 ALL4 智能四驱技术和标配 8 速 Steptronic 手自一体变速箱, 以强劲的性能令驾驶者轻松享受和 MINI 的每一次探索。



创造丰富体验 全力打造 MINI 车主创造力社群 THE COOPERS

MINI 始终坚持以客户为中心的发展战略，倡导将创新和体验最大化发挥到极致，不断与用户进行情感化沟通，为用户带来独一无二的丰富体验。2019 年，MINI 打造了全球首个车主创造力社群“THE COOPERS”车主社群平台，为车主和粉丝开创精神家园，带来更大范围的激励和灵感，鼓励车主共创内容。今年 MINI 还将持续深耕社群营销，通过一系列创新式体验活动与用户建立情感共鸣。截至今年上半年，MINI 车主创造力社群人数已达 35 万人。



除了 MINI 库伯杯之外，MINI 还在今年二季度启动“MINI 红人计划”，7 月初“绝对 MINI”公众号全新升级为服务号，并同时开启了 MINI 游牧酒店的招募。“绝对 MINI”服务号集品牌、历史、文化、社群、车主、活动类文章，和在线商城、会员中心等小程序为一身，为车主与粉丝们带来专属体验，将 MINI 品牌独有的激情与乐趣融入每一个消费接触点。从汽车制造到文化、生活、居住，MINI 用一切创新又不失乐趣的方式为粉丝及用户提供了最具情感化的体验。

复古而时尚，坚持而创新，直到今天，当人们谈论起英伦文化时，MINI 都是一个符号、一个标志，怎么都绕不开。半个多世纪的传承，让 MINI 成为了当之无愧的经典。成就经典的背后，是品牌的不断传承与创新，而这正是 MINI 能够在激烈竞争中时刻保持“年轻”的秘籍。

MINI 简史

1959 年，苏伊士运河危机爆发导致汽油限量供应，“MINI 之父”——Alec Issigonis 爵士授命英国汽车公司设计一款小型汽车：“要创造性地利用尽量有限的空间，能够容纳 4 名乘员，确保完美的操控与低油耗”。于是，独一无二的 Mini 诞生了。而后几个年代，它衍生出众多经典车型，玩转赛道和乡村，征服皇室和平民，书写了一段极具传奇色彩的汽车时尚文化。



1994 年，经典 Mini 随罗孚集团加入 BMW 集团麾下。2001 年，Mini 凤凰涅槃，正式更名 MINI，成为 BMW 集团旗下三个独立汽车品牌之一。2003 年，MINI 将原创、个性化和卡丁车般的驾驶激情带入中国。17 年间，MINI 家族成员日益壮大。未来，在任何一个 MINI 触角可能探及的细分市场，MINI 都将继续独领风骚。

中文版媒体信息及高分辨率图片资料，请从以下网站下载，
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：

宝马集团大中华区企业事务部

陈威威女士

电话：010-84558097

传真：010-84558149

地址：北京市朝阳区东三环北路霞光里 18 号佳程广场 B 座 28 层，100027

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，同时还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 15 个国家拥有 31 家生产和组装工厂，销售网络遍及 140 多个国家和地区。

2019 年，宝马集团在全球共售出超过 250 万辆汽车和超过 17.5 万辆摩托车。2019 年，集团总收入达到 1042.1 亿欧元，税前利润达到 71.18 亿欧元。截至 2019 年 12 月 31 日，宝马集团在全球共有 126,016 名员工。

宝马集团的成功源于其前瞻未来的远见和具有高度责任感的行动。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企业战略的重要内容。