

新闻稿

供参考发布

2020 年 11 月 5 日

## 推动可持续发展 加速数字化进程 宝马全新产品带您在进博会体验数字新豪华

- 高乐：宝马集团将继续加大在中国市场的投资、实现共赢
- 宝马集团在进博会展示全新产品，带来数字化高档品牌体验
- 引领新能源出行——宝马集团坚信豪华与可持续发展密不可分

（上海）11月4日，第三届中国国际进口博览会在上海隆重开幕。宝马集团携旗下 BMW、BMW i、BMW M 和 MINI 四大品牌共七个车型连续第三次参展，全面展示持续的豪华产品攻势和最新的数字化成果。

“我们非常荣幸能够第三次参加进博会。这是中国进一步开放的一个窗口。在全球抗疫的背景下，进博会的召开意义非凡。中国是第一个有效控制住疫情的主要经济体。正因为如此，我们的中国业务才能快速恢复，前三季度同比增长 6.4%。我们对所有参与抗疫的医务工作者和人员充满敬意。”宝马集团大中华区总裁兼首席执行官高乐先生表示。

“进博会是宝马展示产品的一个契机，特别是我们最先进的数字化豪华体验，在参展的车型上几乎都有体现。中国一直是全球创新的主要驱动力之一。今年我们继续深化和中国科技企业的合作，全方位提升数字服务。我们相信这些合作将会结出双赢的果实。”

对于宝马在中国的稳健发展，高乐先生强调：“中国政府持续扩大开放、不断优化市场环境的政策令人振奋。我们对中国市场的前景充满信心。宝马会继续加大在中国市场的投资。从 2009 年至今，华晨宝马已经在沈阳投资了 640 亿元人民币。我们和长城汽车合资的光束汽车项目也进展顺利。我们也期待更多的开放政策，在给予国际企业更大发展空间的同时，也使广大消费者受益。”

## 全新产品带来数字化高档品牌体验

进入 21 世纪的第二个十年，汽车行业正加速向以数字化为代表的“新四化”转型。而作为一个将“创新”二字深入品牌 DNA 的造车行家，宝马在数字化领域正“乘风破浪”、阔步前进。

不久前，宝马集团宣布成立了专门的数字汽车（Digital Car）部门，专门负责所有与汽车数字化和数字服务相关的工作。在中国，宝马的数字化战略以客户为中心，专注数据赋能和建设适应数字化进程的组织架构，致力于为中国客户打造愉悦、便捷、安全的豪华数字体验。此次进博会上，宝马展台的车型几乎全部配备了最新的数字化产品和服务，是宝马数字化成果的一次集中展示。

比如采用先锋动感美学设计的全新 BMW 4 系双门轿跑车，就配备了第七代 BMW iDrive 人机交互系统和 BMW 智能个人助理。早在 2012 年，宝马就成为中国市场上最早引入“互联驾驶”功能和服务的高档汽车制造商。自 BMW iDrive 7.0 于 2018 年推出以来，宝马车主就可以通过远程软件升级功能确保车辆始终使用最新版软件。

这些新功能可通过 OTA 方式快速、便捷地下载到汽车上。客户可以像使用智能手机一样，通过 BMW 远程软件升级将适配车辆软件远程更新到最新版本，从而实现常规售后技术升级、车辆已有功能优化以及新功能上线。BMW 远程软件升级仅需 20 分钟，远低于当前大部分厂商的升级时间，吃饭或者等人的间隙就能让自己的座驾“焕新”。

近日，宝马集团宣布将开启今年第二轮远程软件升级，惠及全球逾 75 万辆 BMW 汽车。这将是宝马集团史上规模最大、范围最广的升级，与此同时，此次升级也将成为欧洲汽车制造商有史以来规模最大的远程升级。

除远程软件升级外，宝马在今年还推出一系列车机端最新的数字化科技：从 BMW 智能个人助理、全新一代 BMW 数字钥匙，到车载短视频及腾讯小场景，宝马针对客户在各种场景中的诉求与痛点提出解决方案，为驾乘者在旅途中提供更加愉悦、便捷、安全的数字体验。

与此同时，宝马不断增加数字化功能的配置水平，2020年9月起，BMW 互联音乐标配到搭载第七代 BMW iDrive 人机交互系统的宝马车型上，百度 CarLife 及 Apple CarPlay 数字投屏功能也将标配到绝大部分宝马车型上。

在中国，宝马正从研发、制造和用户体验三个维度推进数字化进程。在研发方面，宝马建立了“3+1”的数字化创新格局，包括位于北京、上海和沈阳的三大研发中心，以及专注于提升客户数字化体验的领悦数字信息技术有限公司。

在用户体验方面，宝马从车内、车外两方面入手，打造端到端的无缝数字化体验。对于用户在车外的体验，最近的例子包括宝马刚刚发布的，集在线选车、在线服务和社交沟通于一体的 My BMW App。

宝马还和国内的诸多高科技企业达成合作，打造自己的数字生态系统。例如宝马与腾讯开展数字化合作，共同开发腾讯小场景及车载微信，以及在 10 月 26 日，宝马与阿里巴巴达成战略合作协议，共同推动业务全流程数字化落地，助力经销商为客户提供线上线下无缝链接的数字化品牌体验。

### 引领新能源出行——豪华与可持续发展密不可分

2020 年是宝马集团在中国市场的“新能源之年”。宝马集团坚信豪华与可持续发展密不可分，因此已将可持续发展和高效率资源管理作为发展战略的核心。在新能源车方面，宝马展出了创新 BMW i8 敞篷跑车，一款极具代表性的插电式混合动力车型。

不久前，宝马集团刚刚公布了到 2030 年的可持续发展目标，表示要在 2030 年之前在全球销售超过 700 万辆电动车，三分之二为纯电车型。明年，纯电动 BMW i4 量产版及 BMW iNEXT 量产版车型将先后进入中国市场，BMW i 品牌阵容将得到进一步壮大。

在中国，宝马一直是可持续发展的践行者。目前，华晨宝马沈阳生产基地已采用 100% 可再生能源电力，生产阶段二氧化碳排放量同比下降 65.1%。其实，本次进博会的宝马展台也体现了可持续发展理念。从展具材料到搭建，宝马都采用了模块化、标准化的绿色设计，大量使用铝型材等材料，使得展台建

筑材料可以 100%被重复利用；同时，在搭建及拆除过程中也尽可能地减少噪音及粉尘污染。

## 大型豪华车齐亮相，MINI 品牌首次参展

2020 年也是宝马集团在中国市场的“品牌之年”。此次进博会，宝马集团带来了全新 BMW 4 系双门轿跑车、新 BMW 7 系、创新 BMW X7、全新 BMW 8 系四门轿跑车、全新 BMW X5 M 和新一季 MINI COUNTRYMAN。

基于对中国高端消费群体年轻化的洞察，BMW 在全新 BMW 4 系双门轿跑车的设计上进行了大胆革新。星幕进气格栅和全新“天使眼”智能激光大灯刻画出卓尔不群、充满张力的前脸；车尾宽大而突出的造型设计十分引人注目，时尚的细长造型熏黑全 LED 尾灯一直延伸到两侧。而最新型的 BMW 2.0T 直列四缸涡轮增压发动机使 BMW 4 系双门轿跑车可以在 5.8 秒破百。

新 BMW 7 系、创新 BMW X7 和全新 BMW 8 系四门轿跑车分别是 BMW 品牌在大型豪华车、全尺寸 SUV 和大型跑车领域的豪华旗舰，体现了 BMW 持续扩充大型豪华车阵容、锐化品牌形象、致力于为客户提供尊享豪华体验的产品攻势。而全新 BMW X5 M 将 BMW M 品牌的极致性能和 BMW X 家族的多功能性相结合，全方位满足客户对“终极驾驶机器”的渴望。以上这些车型也全部配备了第七代 BMW iDrive 人机交互系统和 BMW 智能个人助理。

今年也是 MINI 品牌第一次走入进博会。新一季 MINI COUNTRYMAN 拥有自己的独立展区，将 MINI 品牌标志性的英伦设计、前沿的互联科技和创造性的空间利用展现得淋漓尽致。新一季 MINI COUNTRYMAN 搭载的 MINI 互联出行服务支持 Apple CarPlay、百度 CarLife、天猫精灵等功能，驾驶乐趣稳步提升。

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](http://www.press.bmwgroup.com)

扫码关注“**宝马集团**”，官方资讯及时掌握（二维码见下）。



欲了解更多宝马集团及产品信息，请登录：

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

-完-

宝马集团大中华区企业事务部

于淼先生

电话：010-8475 1560

邮箱：Nathan.Yu@bmw.com

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。