

新闻稿

供参考发布
2021年3月10日

让骑行成为一种生活 BMW 摩托车持续推进中国“3T 战略”

- 面对疫情逆势而上，BMW 摩托车在中国创销量历史新高
- 洞察客户需求，以最全面的产品阵列为中国骑士带来别样驾趣
- 丰富体验式营销活动推陈出新，让中国消费者钟情时尚生活
- 通过数字化创新，持续推进“3T 战略”，引领行业发展

（珠海）作为宝马集团旗下成功的豪华摩托车品牌，BMW摩托车不仅是高品质骑行方案的提供者，更是骑士精神的继承者和骑士文化传播者。在特殊的2020年，面对疫情的严峻考验以及国际环境的复杂多变等诸多“不确定性”，BMW摩托车仍在全球取得有史以来第二高的销量成绩，共交付客户169,272辆摩托车。着眼中国市场，BMW摩托车以接近12,000辆的销量创历史新高，同比增长超过33.7%。其中，800cc以上大排量车型同比增长高于行业水平。



BMW摩托车中国区总监展飞先生表示：“对于BMW摩托车来说，2020是收获的一年，越来越多的摩托车爱好者加入到宝马骑士的阵营。我们有信心将中国打造成BMW摩托车全球最大的市场，一方面，我们有着强大的产品阵列，6大系列、30余款产品已悉数引入国内；

另一方面，我们还通过‘让骑行成为一种生活’为核心的‘3T战略’，从摩托车销售、BMW摩托车中国骑行学院、BMW摩托车传奇之旅三个维度，为中国骑士打造了全面高端的摩托车服务体系，让中国骑士们能够自信地感受到在路上驰骋的自由和快乐，让骑行成为时尚。”

强大产品阵列，满足骑士多元化骑行需求



2021年3月10日，BMW 摩托车通过全新 BMW S 1000 RR 和全新 BMW S 1000 XR 的上市，为中国摩托车爱好者献上了一份新春大礼，高调开年。近年来，BMW 摩托车持续丰富由**运动系列、旅行系列、街车系列、继承者系列、探险系列和都市出行系列**组成的强大产品阵列。首款应用创新互联科技的 BMW C 400 X、可带领骑士恣意遨游天地的 BMW R 1250 系列、中量级运动豪华征服者 BMW F900 系列、致敬经典的全新 BMW R 18 系列等卓越产品悉数引入国内，充分体现 BMW 摩托车对中国市场的重视和摩托车文化发展的信心。此外，BMW 摩托车还推出了尊选二手车业务，为中国骑士提供更多产品选择，实现骑行梦想。

创新销售思维，打通线上线下，拥抱新生代客户群

作为持续领跑摩托车行业的豪华摩托车品牌，BMW 摩托车不断延展销售思维，致力给中国消费者打造更便捷的购车体验。在较为成熟的线下零售端，BMW 摩托车同样大胆创新，引入**专属体验店模式**，将摩托车消费由产品转向“**产品+文化体验**”的零售方式。

2020年1月在上海开业的 The

House of Machines 机械房子就是 BMW 摩托车创新体验式营销的又一次尝试，为中国摩托车行业树立了营销新标杆。继上海店开业一年后，The House of Machines 机械房子北京店也将正式营业，成为 BMW 摩托车在发展创新零售领域的又一里程碑。



在线上服务领域，**BMW 摩托车天猫官方旗舰店、BMW 摩托车京东官方旗舰店、BMW 摩托车线上展厅**等数字化渠道陆续开通，展现出 **BMW 摩托车** 用创新零售模式拥抱新生代用户圈层的决心。

不遗余力地推广摩托车文化，打造潮流生活方式



作为宝马集团最具诱惑力的核心灵魂，**BMW 摩托车** 不仅通过创新科技为骑士提供驾驭的乐趣，更以丰富的创新体验式摩托车营销活动，全方位推广“**让骑行成为一种生活**”所代表的自由且极富激情的两轮生活方式。2014 年起，**BMW 摩托车** 文化节连续 6 年于国内举办，累计参与人数近 2 万，成为了豪华摩托车品牌中最大的骑士聚集地。

此外，**BMW 摩托车** 每年还在全国 20 个城市举办宝马摩托车巡回体验日活动，参与人数多达 5000 人。

为了助力营造安全、和谐的骑行环境，**BMW 摩托车中国骑行学院**于 2019 年正式成立。具有国际水平的分级摩托车骑行培训体系和教官团队，为所有摩托车爱好者提供从入门到精通的骑行培训，传播骑行礼仪。过去一年中，**BMW 摩托车中国骑行学院**在全国 27 座城市组织了 89 场培训，近千人参与培训，其中还包括百余名人民警察。**BMW 摩托车** 不仅服务中国骑士，更为中国政府培养专业人才。未来，**BMW 摩托车** 将长期推进培训项目，帮助更多摩友规范骑行技巧，令其以最安全的方式享受迷人的骑行生活。

2020 年 1 月，**BMW 摩托车** 与中国公路摩托车赛车队达成合作，共同探索中国摩托车运动赛车手的培养模式，推动中国摩托车文化的全面发展。全新 **BMW S 1000 RR** 与全新 **BMW S 1000 XR** 正式登陆市场后，**BMW 摩托车** 单一品牌赛项目将加速推进，助力更多摩托车竞技爱好者实现梦想。



以客户为中心，建立全方位骑行服务保障体系

在社会各界数字化转型加速的今天，BMW 摩托车也创新地以数字化为驱动力，为中国骑士带来更加便捷的购车及用车体验。BMW 摩托车打造了 **BMW 摩托骑行生活 App** 和 **骑行生活微信小程序**，为 BMW 摩托车用户及粉丝建立**专属摩旅社区**。在这里，BMW 摩友可以像在其他社交平台一样，分享骑行感受、推荐摩旅路线、组队骑行、记录骑行、购买试驾券及选择救援服务等服务，一手掌握骑行生活方方面面。

始终立足客户需求的 BMW 摩托车，还为中国骑行爱好者打造了立体、可持续发展的 **BMW 摩托车服务业务集群**。通过新车、骑行装备、车辆附件、住店及移动售后服务、二手车认证服务、车辆租赁、尊选物流、保险、直升机救援等内容，为用户提供 **360 度的骑行生态**。

伴随中国摩托车市场的蓬勃发展与消费升级，高档摩托车市场率先展现出消费者年轻化、需求个性化的消费趋势。同时，也引发更多消费者追求代表着激情、个性和高品质的骑行生活方式。未来 BMW 摩托车在中国将秉承“以客户为中心”的理念，持续深耕“3T 战略”，用更广泛的“创新”为中国骑士打造别具一格的骑行生活方式。

-完-

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

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>

垂询请致:

宝马集团大中华区企业事务部

高同鑫先生

电话: 010-6184 1351

邮箱: tongxin.gao@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。

2020 年, 宝马集团在全球共售出超过 230 万辆汽车和超过 16.9 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。