BMW GROUP
Corporate Communications

新闻稿　　供参考发布
2021 年 2 月 5 日

宝马集团继续推进中国战略 实现可持续发展

- **2021 年推出 25 款新产品，助力核心业务持续高质量增长**
- **强化电动车产品攻势，今年将带来技术旗舰 BMW iX 和创新纯电动 BMW i4**
- **继续加大数字化研发投入，在中国形成数字化创新格局**
- **链接新生代客户，宝马成为北京环球度假区官方汽车合作伙伴**
- **全新 BMW iDrive 系统将率先搭载在 BMW iX，开启人机交互智能新时代**
- **高乐：四大重点领域加速布局，继续履行对社会和环境的责任**

（北京）延续在中国市场的强劲发展势头，2021年，宝马集团将继续推进中国战略，力争在各业务领域实现高质量增长和可持续发展。今年，宝马集团将为中国市场带来25款新产品，以丰富的产品阵容满足客户的多样化出行需求；通过多维度的线上线下活动，为消费者打造与众不同的品牌新体验，彰显BMW品牌年轻化的同时，加强和客户的交流互动与情感共鸣。宝马还将加速推进数字化和电动化进程，并全面贯彻可持续发展战略，为中国实现碳中和这一目标贡献力量。

“2020 年是极不平凡的一年。由于中国政府疫情控制得力，特别是医务人员的无私奉献，中国经济和中国高档车市场实现了快速复苏。宝马携手经销商伙伴共克时艰，体现出强大的韧性和实力，在中国市场再创销量新高。”**宝马集团大中华区总裁兼首席执行官高乐**表示，“今年，我们将继续以客户为中心，在四大重点领域加速布局：来自宝马集团旗下品牌的创新产品和服务、富于情感的线上线下品牌体验、推进技术创新和数字化进程，以及践行宝马集团的可持续发展承诺。作为一家与中国共同发展的跨国企业，我们将深耕中国市场，谋求可持续发展，并继续履行对社会和环境的责任。”

25 款新产品持续发力，满足各细分市场客户需求

过去三年，宝马集团发起了史上最强的产品攻势。2020 年更是以超过 77.7 万辆的年销量荣登中国豪华车市场榜首，创下自 1994 年进入中国市场以来的最

佳销售记录。今年，宝马集团将携旗下 BMW 主品牌、BMW M 和 BMW i 两个子品牌、以及 MINI 和 Motorrad，为中国消费者带来 25 款全新及中期改款产品，包括：宝马集团的技术旗舰 BMW iX、代表极致性能的全新 BMW M3、M4，新一季 MINI 三门版、MINI 五门版和 MINI CABRIO 敞篷版，以及年初刚上市的 BMW 2 系四门轿跑车等，以满足不同细分市场的客户需求。

其中，备受关注的纯电动 BMW iX 将于今年年内登陆中国市场。这款宝马集团的技术旗舰代表了宝马集团在设计、电动化、互联科技、自动驾驶、以及服务化等战略创新领域的最新研发成果，展现了宝马集团对未来出行的构想与实践，并将可持续发展理念贯穿车型开发的始终。作为最智能的 BMW 汽车，BMW iX 在电子电器架构、智能科技、显示和操控系统以及内部装备上进行全方位创新。它不仅是宝马集团首款应用 5G 技术的车型，并且配备曲面屏、数字钥匙 Plus 等多种创新数字化功能。

链接新生代客户，宝马成为北京环球度假区官方汽车合作伙伴

作为一个富有创新精神、注重客户体验的豪华品牌，宝马在今年继续以客户为中心，通过多维度的线上线下活动，为中国消费者、特别是新生代客户带来个性化的、富于情感的品牌体验。

宝马与北京环球度假区达成战略合作，成为北京环球度假区官方汽车合作伙伴。宝马享有以“北京环球度假区”品牌共同推广其汽车的独家权利，双方将携手为消费者打造与众不同的品牌新体验。宝马计划将在“北京文旅新地标”——北京环球度假区内的北京环球城市大道设立品牌店和品牌体验区，并为客户提供一系列专属服务，例如：专用贵宾休息室等。

2021 年可谓是宝马的“品牌体验之年”，宝马将继续投身英雄联盟电竞运动、作为创始合作伙伴第五年参与越山向海人车接力赛、延续已有 23 年历史的高尔夫车主赛等各具特色的品牌体验活动，覆盖不同圈层消费者，与客户进行全方位的情感沟通与互动。

全新 BMW iDrive 人机交互系统即将推出，全方位提升数字化体验

宝马致力于为用户打造全方位的数字化体验，而开发和引入优质数字化产品和服务离不开强大的人机交互系统作为支撑。在车机端方面，今年宝马将推出全新 BMW iDrive 人机交互系统，开启人机交互的全新数字智能时代。历经 20 年的发展，BMW iDrive 人机交互系统通过不断提升数字化操作的直观性和便捷性，引领汽车人机交互的发展。全新 BMW iDrive 系统将率先配备在 BMW iX 上，它将车辆与驾驶者之间的关系提升至前所未有的高度。此外，微信车载版也将在今年正式推出，让客户在安全驾驶的同时保持社交沟通不掉线。宝马还将继续通过远程软件升级功能，让客户的 BMW 爱车能够时刻“保鲜”。

2021 年，宝马将进一步打通线上线下平台，为客户提供多渠道、便捷的、社交化的全新品牌体验。全新应用程序——My BMW App 自去年 9 月在中国市场上线以来，注册用户数已突破 100 万， 已成为用户接入 BMW 数字生态系统的一个重要触点。今年，宝马的数字化团队将凭借自身的软件开发能力，不断丰富 My BMW App 的功能，通过不断迭代来完善和优化用户的使用体验，加强 BMW 车主和粉丝与品牌的互动和情感连接。

2021 年，宝马将继续修炼“内功”，在提升数字化业务运营能力的同时，还将加强跨行业合作与开放创新，积极融入中国的数字化生态。今年，宝马将与诚迈科技合作成立一家合资公司，专门从事汽车软件开发，以便更好地为中国用户打造具有本土特色、个性化的数字产品和服务。这一即将成立的新公司，将与宝马集团在中国已有的三个研发中心以及领悦数字信息技术有限公司，共同构建在中国的数字化创新格局，使得宝马能够提供更适合中国市场的产品和服务，最终让中国消费者受益。

可持续发展为战略核心，全力支持中国 2060 年实现碳中和

可持续发展是宝马集团一切行动的总纲领，宝马将全力支持中国的环保大计，助力中国在 2060 年实现碳中和。宝马集团已宣布远大且清晰的环保目标，到 2030 年，单车的二氧化碳排放量相较 2019 年至少降低三分之一。为此，宝马将继续加大电动车型的投放，比如今年将带来 BMW iX 和 BMW i4；未来，光束汽车

也将生产纯电动 MINI 车型。2021 年，宝马集团计划在全球销售 10 万辆纯电动车；到 2030 年，宝马集团在全球的新能源汽车累计销量将超 700 万辆。

同时，宝马集团的可持续发展战略贯穿 BMW 汽车的整个生命周期。比如，在售的每一款插电式混合动力车型的“碳足迹”都经过认证——从原材料采购、供应链、生产及使用，一直到最后的回收利用阶段。目前，宝马生产每辆车的耗水量为业内最低；宝马集团全球所有工厂均已使用可再生能源产生的电力。

宝马认为，卓越产品与可持续发展密不可分，推出令消费者向往的可持续产品和服务才能真正为环保和实现碳中和做出贡献。宝马将坚定可持续发展战略，为消费者带来绿色、环保、智能的豪华出行体验。

-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
苗淼女士
电话：010-6184 1351
邮箱：miao.miao@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。