

新闻稿

供参考发布
2021 年 7 月 26 日

“宝马艺术车将出现在你的客厅” 宝马艺术车首次“上线”展现车轮上的艺术

- 庆祝宝马集团文化交流 50 周年，宝马艺术车线上展览带来独特的品牌体验
- 宝马艺术车首次搬到线上，突破时间地域限制，带来 360°沉浸式体验

（慕尼黑/北京）为庆祝宝马集团支持全球文化交流 50 周年，宝马集团携手数字艺术平台 Acute Art 共同打造一场耳目一新的品牌艺术展——“宝马艺术车线上展览”。该展览将通过增强现实技术（AR）陆续把宝马艺术车搬到线上，打破时空和地域限制，为全球艺术爱好者首次在线上呈现这些“移动的艺术品”，打造独特的品牌艺术体验。



宝马集团一直是文化艺术发展与交流的热衷支持者，五十年来在现代和当代艺术、古典音乐和爵士乐以及建筑和设计等领域开展了一百多项长期文化活动。1975 年，宝马集团启动著名的“宝马艺术车”项目，以汽车为载体，用艺术手法表达富于激情、创意的品牌特质；至今已经推出的 19 款宝马艺术车分别由 19 位全球艺术家基于当代宝马赛车和汽车的基础上创作而成。这些“高速运动的雕塑”是赛车运动与设计、艺术和技术恰如其分融合的迷人作品。

宝马集团董事，负责客户、品牌及销售业务的诺达先生表示：“宝马艺术车是宝马集团 50 年文化交流的杰出成果，如今我们很高兴与数字艺术平台 Acute Art 共同合作，将车轮上的艺术带入数字化领域，为大家带来突破时间地域限制的艺术体验。现在，我已经迫不及待把这些宝马艺术车们放到客厅里欣赏了！”

值得一提的是，2017 年中国女艺术家曹斐创造了有史以来第一辆数字宝马艺术车——BMW M6 GT3 艺术车，把增强现实技术与实体车身相结合，打造出一部穿越时空的装置艺术作品。如今，宝马集团在文化交流 50 周年之际，将艺术车再次“驶入”数字领域，并创新地采用了沉浸式体验手法，通过 360°数字化展览增进观众与艺术车之间的参与和沟通，为艺术爱好者带来独特的品牌体验。



宝马艺术车线上展览已在 7 月 21 日于 Acute Art App 正式开放，艺术爱好者可通过 App Store 或 Google Play 进行下载。首批登陆数字展厅的宝马艺术车的创作者都是大名鼎鼎的艺术家，包括 Alexander Calder（BMW 3.0 CSL 1975 年）、Michael Jagamara Nelson（BMW M3 1989 年）、Ken Done（BMW M3 1989 年）、Matazo Kayama（BMW 535i 1990 年）、Esther Mahlangu（BMW 525i 1991 年）、Jeff Koons（BMW M3 GT2 2010 年）和 John Baldessari（BMW M6 GTLM 2016 年）。未来还将有更多宝马艺术车登陆 Acute Art App。到今年 9 月巴塞尔艺术展期间，全部 19 款宝马艺术车都将入列数字展厅，为艺术爱好者们带来独一无二的数字化艺术盛宴。

-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

谢晓茵女士

电话：010-8455 3506

邮箱：Xiaoyin.xie@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。2020 年，集团总收入达到 989.9 亿欧元，税前利润达到 52.22 亿欧元。截至 2020 年 12 月 31 日，宝马集团在全球共有 120,726 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。