

新闻稿

供参考发布
2021 年 8 月 26 日

六十二年，创新向上 MINI 以高质量增长继续引领豪华小型车细分市场

- MINI 的 62 年，坚守传承，不误创新，表面进化，本性不改
- 2021 年前 7 个月，MINI CABRIO 敞篷版在中国市场的销量翻三番，
JOHN COOPER WORKS 车型销量翻四番
- 与 Cooper 家族成功携手六十年，MINI 品牌将推出 THE COOPERS 纪念版车型，向经典致敬

（北京）宝马集团旗下 MINI 品牌已成为当下极少数的，设计语言和原创精神从诞生之初就保留到现在的车型。喜欢试探边界，又坚持恪守经典。MINI 品牌的成功，更源于其始终致力于为客户打造个性独特、情感丰富的品牌和产品体验。自 1959 年诞生至今，MINI 的每一次发声，都是 62 年的经典沉淀与时下创新形式彼此融合，并以闪烁的灵光再现 MINI 独具一格的风范。62 岁生日之际，MINI 更将推出 THE COOPERS 纪念版车型。



*本车型图片为在国外版汽车产品的图片，非中国市场 THE COOPERS 纪念版车型

创新无止境，实践出真知

二十世纪五十年代，正是崇尚大型老爷车的时候。Mini 小巧的身姿一经亮相，便引发汽车界的轰动。而为了把车身从 12 英尺减到 10 英尺，Sir Alec Issigonis 开创了全球汽车史上的壮举——将发动机横置，并大胆采用前轮驱动。将 80% 的空间留给了乘客，20% 留给机器，真正“以人为本”，机器为人让步，所以四轮被最大限度地置于车身四角，以至于狭路相逢时宛若一头昂然挺胸的斗牛犬站姿。“外形短小，内在宽松”由此成为 MINI 的独家特色。一辆神奇小车，在 62 年的道路生涯中始终因“创造性空间利用”的创见备受赞誉。

注：本车型图片为在国外上市的汽车产品的图片，不代表消费者可实际在中国购买完全相同的汽车产品，在中国实际上市的车型可能在外观、内饰和技术参数等方面与国外市场上市车型不同。此外，某些系列还包含一些可供选择的部件。上市相关车型的实际外观、内饰和技术参数配置，请联系当地 MINI 授权经销商。

很多人误以为 MINI COOPER 就是 MINI，其实不然。实际上，MINI 是家族统称，MINI COOPER 则是家族中的赛道先驱，其名字和赛车界的传奇人物 John Cooper 颇有渊源，他赋予了 Mini 赛车基因，也代表了 MINI 品牌一直延续至今的卡丁车般的驾驶乐趣。60 年前，John Cooper 为经典款 Mini 赛车的传奇性胜利打下了基础，这也是 MINI 与 Cooper 家族之间合作的开始。

1962 年，问世才一年的 MINI COOPER 就赢得了不下 153 场赛事胜利。随后的 1963 年，功率更大、性能更高的 MINI COOPER S 投入市场。“自古英雄出少年”，MINI COOPER S 跑赢了 1964、1965 和 1967 年的蒙特卡洛拉力赛，谱写了峥嵘岁月。此后 MINI COOPER S 和 JOHN COOPER WORKS 等后续车型的上市，更再现了拉力赛的盛景。敏捷的身手来自小身形和低重心，快速过弯的硬功夫则来自长轴距和短前悬，非凡的运动神经与生俱来。为纪念双方携手六十周年，即将于 11 月上市的 MINI COOPERS 纪念版车型，也将继续以强大品牌力加持回望光辉岁月。

坚守传承，不误创新，推进高质量增长

经典与创新并不冲突，反而造就了 MINI 经久不衰的魅力，自 1959 年品牌诞生至今，跨越 62 年风景的 MINI 为一次又一次的消费者带来始终不变的激情与乐趣。进入中国市场的 18 年间，MINI 在风云多变的汽车市场依然保持生意盎然、茁壮成长的奇迹——销量向来不会说谎——今年前 7 个月，MINI 在中国市场的销量同比劲增 35%。其中，MINI CABRIO 敞篷版与 JOHN COOPER WORKS 销量更是展现强悍实力，与去年前 7 个月同期相比分别翻三番和四番。MINI 车型的经典延续与持续创新得到了消费者的认可，这是增长引擎的根本动力所在。正所谓，创新与品质两手抓两手都很硬，可谓稳、准、狠。



所有经典，最初都不是为了成为经典而诞生的，是时间和情感，将它们塑造成了经典。车，是需要一点点精神的，MINI 的坚持没有白费。MINI 向世人证明，一辆小车，可以走得比想象更远。

注：本车型图片为在国外上市的汽车产品的图片，不代表消费者可实际在中国购买完全相同的汽车产品，在中国实际上市的车型可能在外观、内饰和技术参数等方面与国外市场上市车型不同。此外，某些系列还包含一些可供选择的部件。上市相关车型的实际外观、内饰和技术参数配置，请联系当地 MINI 授权经销商。

-完-

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 随罗孚集团加入宝马集团麾下。2001 年，Mini 凤凰涅槃，正式更名 MINI，成为宝马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。18 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，

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>

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。

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。

注：本车型图片为在国外上市的汽车产品的图片，不代表消费者可实际在中国购买完全相同的汽车产品，在中国实际上市的车型可能在外观、内饰和技术参数等方面与国外市场上市车型不同。此外，某些系列还包含一些可供选择的部件。上市相关车型的实际外观、内饰和技术参数配置，请联系当地 MINI 授权经销商。