

新闻稿

供参考发布

2021 年 8 月 16 日

用数字化赋能打造客户线上线下载交互旅程 2021 BMW 天猫超级品牌日创造全场景品牌体验

- 线上旗舰店重装升级，线下快闪店跻身时尚地标
- 重塑品牌与用户关系，加速宝马在中国的数字化转型

(北京) 2021 BMW 天猫超级品牌日于今日拉开帷幕，活动为期两周，并将在 8 月 29 日迎来高潮。此次宝马集团携手中国头部互联网企业，调动其全生态平台资源，通过贴近中国客户习惯的全新多场景运营，以数字化赋能产品和品牌体验，打造线上到线下无缝衔接的 BMW 客户旅程。



作为数字化进程的重要一环，宝马早在 2014 年便开始进行线上品牌和营销运营的尝试，并上线“天猫 BMW 官方旗舰店”。2021 BMW 天猫超级品牌日进一步探索数字化新体验，将线上创新的 BMW 品牌和车型体验，延伸至线下“BMW 超品快闪店”。此外，还与 BMW 新生代代言人易烊千玺有惊喜合作呈现，展现年轻一代对宝马时尚、先锋品牌形象的理解。

宝马（中国）汽车贸易有限公司总裁邵宾先生表示：“数字化的发展正在改变客户的消费预期与消费习惯。此次 BMW 天猫超级品牌日，将客户体验从‘单一 4S 店’传统模式转变为全场景化品牌新体验，在宝马产品和服务与客户以及客户生活方式之间，创造更丰富的品牌联系，以数字应用驱动业务增长。”



全新 BMW 8 系烈焰典藏版



全新 BMW 4 系四门轿跑车

在线上，天猫 BMW 官方旗舰店带来了强大的产品阵容，9 款全新和热门车型将以四种创新体验机制引爆 BMW 天猫超级品牌日：

- 全新 BMW 8 系烈焰典藏版将正式上市，提供限量名额在线“秒杀”；
- 全新 BMW 4 系四门轿跑车将开启预售，该车与全新 BMW iX 均可提前预览，并能在线体验个性化车型定制；
- 创新 BMW 2 系四门轿跑车、全新 BMW 4 系双门轿跑车、全新 BMW 3 系长轴距版、全新 BMW 5 系标准轴距版四款热销车型，将推出活动专属限量套装，进行购车权限时拍卖；
- 创新纯电动 BMW iX3、创新 BMW X2 亦带来令人惊喜的专属权益，并通过宝马与经销商的“厂商”联动，为线上成功抢购客户提供上门试驾和上门交付等便捷服务。

在线下，堪称天猫 BMW 官方旗舰店实体版的 BMW 超品快闪店，将于 8 月 27 日至 8 月 29 日登陆上海 TX 淮海 | 年轻力中心，向公众免费开放。BMW 超品快闪店通过艺术化的视觉呈现，将线上体验创新地在线下进行陈列，打造出令人耳目一新的品牌互动空间。线上旗舰店所特有的个性化定制、送车上门、甄选好物等服务和产品，消费者均可在 BMW 超品快闪店中领略。



未来，宝马集团将在中国继续推进“以客户为中心”的数字化转型，以创新思维和先进技术手段贴合中国客户需求，打造更具有本土特色、个性化的数字产品和服务。

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>

-完-

宝马集团大中华区企业事务部

曾祥霞女士

电话：010-8455 8495

邮箱：Evita.Zeng@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。