

新闻稿

供参考发布
2021 年 12 月 17 日

旗舰车型和纯电动领衔产品大年 2022 年宝马集团将在中国推出 26 款新产品

(北京) 基于 2021 年的出色市场表现, 2022 年宝马集团将继续专注中国客户需求, 在新产品、品牌体验和客户满意度方面继续发力, 计划推出 26 款新产品, 覆盖 BMW 主品牌、BMW i 和 BMW M、MINI 及摩托车的各细分市场。

2021 年, 宝马集团与经销商伙伴通力协作, 在中国市场创下销量新高。而通过数字化赋能提升运营效率, 以及坚决落实“以客户为中心”的运营战略, 宝马各项客户满意度指标同样达到历年最高水平。与此同时, 宝马继续推进经销商网络升级项目, 成功开展“北京环球度假区”合作等大型品牌活动, 并通过 My BMW App 等数字化平台进一步贴近客户、增强了宝马品牌的年轻、动感、创新和可持续发展形象, 为新一年的发展奠定了良好基础。

2022 年 BMW 将在燃油车和电动车两个领域同时发力。旗舰系列将迎来第七代 BMW 7 系, 以更加前瞻、更加符合中国客户需求的全新设计和创新引领市场趋势。BMW 8 系和 X7 也将迎来重要的产品升级, 而全新 BMW 2 系也将以纯粹驾趣满足拥趸的期待。BMW 的国产化车型阵列也将迎来重磅产品, 其中两款车型已经在工信部目录公示。

BMW i 品牌将在 2022 年迎来新高峰。BMW iX3 将在中期改款后继续引领细分市场, 11 月底才宣布上市的创新 BMW iX 将逐步完成车型组合, 而创新 BMW i4 等 3 款全新产品的加入将使 BMW 纯电动车阵列增加到 5 款。这些产品不仅具有 BMW 独有的电动驾趣, 更将以全生命周期的可持续发展理念引领新能源汽车风尚, 赋予 BMW 品牌绿色的品牌内涵。

此外, 2022 年将是 BMW M 品牌 50 周年。除了激动人心的产品, BMW M 将开展一系列线上线下品牌活动, 彰显 BMW 的品牌精髓、释放中国客户的进取豪情。MINI 品牌将以多款精心设计的个性化车型进一步强化原创精神、独特个性和

社群文化，为将来的发展铺平道路。而 BMW 摩托车也将发布三款新车，包括一款纯电动车型，为追逐自由和骑行生活的客户带来更加多样化、个性化的体验。

2022 年也将是宝马集团继续“以客户为中心”、不断提升客户体验的一年。经销商数字化平台将进一步推广和完善；经销商网络“领创”项目也将进驻更多经销商；专为 BMW i 品牌打造的“BMW i 体验店”也将在北京和深圳开始试点。

中国是宝马集团在全球的最大市场，同时也是全球最具活力和创新精神的市场。宝马集团将坚持以客户为中心，聚焦电动化、数字化和可持续发展，用丰富、感性、创新的产品与高档服务不断满足中国消费者日益多元化与个性化的需求。

-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

于淼 先生

邮箱：nathan.yu@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。