

新闻稿

供参考发布
2022 年 5 月 24 日

加速电动化发展，于传承中不断创新 BMW M 迎来品牌成立 50 周年纪念日，传奇再出发

- 于传承中不断创新，5 月 24 日，BMW M 迎来品牌成立 50 周年纪念日。面向未来，BMW M 将持续加速电动化进程，助力宝马集团推进电动化转型，引领高性能电动豪华的发展潮流
- 坚持“以客户为中心”，BMW M 携强大产品攻势、BMW M50 周年专属车标、以及百余款个性化定制特别车漆，为品牌成立 50 周年献礼
- 50 年砥砺前行，BMW M 不断在赛车运动与高性能车领域开创传奇

(慕尼黑/北京) 5 月 24 日，BMW M 正式迎来品牌成立 50 周年纪念日，这是 BMW M 品牌的又一里程碑时刻。走过 50 年光辉传奇，BMW M 持续秉承专注于高性能车驾驶乐趣的初心，于传承中不断创新，打破传统，突破边界，开启下一个 50 年的全新篇章。面向未来，BMW M 正加速电动化发展，不断丰富电动化产品阵列。在相继推出创新 BMW i4 M50 和创新 BMW iX M60 之后，将于今年年底投产首款搭载电驱系统的高性能车型——创新 BMW XM，带领 BMW M 品牌迈入高性能电动豪华崭新时代。



BMW M 自 1972 年诞生起，便代表了 BMW 对高性能、驾驶乐趣的极致追求。在过去的 50 年中，BMW M 以创新技术和高超造车工艺印证了自身实力，在全球各大汽车赛事中，车队赢得诸多国际赛事总冠军，仅在著名的纽博格林 24 小时耐力赛，便拿到过 19 场总冠军，诠释了 **BMW M 不断突破极限的赛车运动精神**。而 BMW M 50 年的赛车运动岁月，让其成为宝马集团旗下最为振奋人心、最富激情的汽车品牌。



BMW M 品牌发源于赛车运动，但不止于赛车运动。BMW M 始终将赛车运动与量产车型紧密相连，不断带来令人心驰神往的驾驶者之车，赢得了广大汽车粉丝的挚爱和青睐，市场反响强烈。2021 年，BMW M 全球范围内创纪录地售出 **163,542 辆 BMW M 车型**。同时，M 品牌在华销量也较 **2020 年增长 38.9%**，创下 M 品牌进入中国市场以来的年度销量纪录，有力推动了宝马集团在中国市场业务的稳定增长。

献礼品牌成立 50 周年，多项个性化配置及服务彰显 M 与众不同的生活方式

宝马集团始终致力于为客户提供卓越的产品和服务。目前，BMW M 俱乐部在中国已拥有超过 5 万名 M 车主和粉丝，而 M 文化亦成为汽车文化不可或缺的组成部分，凸显了 BMW M 作为高性能驾驶机器独一无二的个性表达与生活格调。

为庆祝 BMW M 品牌成立 50 周年，BMW M 不仅将举行一系列庆祝活动，还针对 50 周年庆典期间的 M 特定车型提供凸显经典传承与周年纪念的装饰元素与个性化配置。包括以“BMW Motorsport”经典 LOGO 为灵感的 **BMW M 50 周年专属车标**、以及百余款个性化定制特别车漆选择。M 50 周年专属车标的设计灵感，源于 1973 年 BMW 3.0 CSL 赛车上首次应用的蓝紫红三色半圆环车标。随着发展演变，三色条纹中的紫色现在已经变成了深蓝色，其中蓝色代表 BMW，红色代表赛车运动，深蓝色代表二者之间的联系，象征 M 品牌源自赛道的热血激情。



此外，BMW M 车型将提供**百余款个性化定制特别车漆**供客户选择，其中包含代表 50 年来 BMW M 品牌传承和里程碑的 **50 种车漆颜色**。这些车漆颜色极具标志性和历史意义，例如火橙色、戴托纳紫罗兰、澳门蓝、伊莫拉红、磨砂海湾蓝等。这些颜色命名灵感与全球各大赛道文化紧密相关，充分诠释了 BMW M 的赛道精神。不仅如此，针对中国市场，宝马集团还对部分在 BMW M 50 周年期间生产的车型提供免费配置碳纤维内饰装饰条的服务，充分展现了 BMW M 对客户个性化需求的高度



重视。

除了丰富的经典装饰元素与个性化配置外，今年 **BMW M** 还将针对中国市场引进更多高性能车和性能车产品，包括刚刚上市的全新 **BMW X3 M40i**、全新 **BMW X4 M40i**，以及即将亮相的创新 **BMW XM**、全新 **BMW M240i** 等。无论是紧凑车型，大型豪华车型，还是畅销的运动型多功能车型（SAV）和运动型多功能轿跑车型（SAC），亦或是电动车型，**BMW M** 都在不断地全方位布局，充分满足中国客户的多元化消费需求。



着眼长远，以电动化阔步迈向下一个 50 年

每个时代的 **BMW M** 车型都生而卓越，不断地通过科技创新，将源自赛车运动的先锋科技带给对驾驶性能有极致要求的用户。如今，走过半个世纪的 **BMW M** 品牌正以电动化面向未来，通过高性能电动豪华体验呼应新时代消费需求，诠释出宝马集团“**无可持续不豪华**”的发展理念。

电动出行是可持续发展的重要一环。2022 年，**BMW M** 品牌不断加速电动化发展，推出了创新 **BMW i4 M50** 和创新 **BMW iX M60**，两款新车以卓越电动性能及智能科技体验，为性能电动汽车细分市场树立了标杆。今年年底，随着创新 **BMW XM** 的投产，**BMW M** 将开启高性能电动豪华新篇章。除了 **BMW M** 之外，宝马集团正在持续推进各个细分市场的电动化转型，不断丰富电动化产品阵列。到 2025 年底，宝马集团预计将在全球累计交付 **200 万辆纯电动车**，在中国销售的每四辆新车中就有一辆纯电车型。而到 2030 年，宝马集团计划向客户累计交付 **1000 万辆纯电动车**，届时全球总销量至少有一半将是纯电动车。



站在品牌成立 50 周年的新起点，BMW M 将在始终追求高性能、继续为车迷带来原汁原味的高性能驾乘体验的同时，坚定面向未来推动电动化发展，迈向下一个 50 年，开启 BMW M 品牌的全新篇章。走在电动化、数字化与可持续发展前沿的宝马集团，将继续深化动力电池、电驱动技术、人工智能、大数据、5G 等高新技术的应用与探索，而 BMW M 也将进一步激发这些创新技术在高性能领域的潜能，引领高性能车细分市场未来技术发展方向。

-完-

BMW M 五十载荣光传奇

BMW M 自诞生之初就专注于赛车事业与高性能 BMW 车型的研发，翻开其品牌发展史，徐徐呈现的是不断突破的高性能汽车技术与不断演变的汽车艺术。“M”代表了非凡的运动性能，它的诞生承载了无数工程师和赛车手对澎湃性能及赛车文化的执着追求，满足了追求极致性能的驾驶爱好者的最高期待。从 BMW 3.0 CSL 以强大实力六次获得欧洲房车锦标赛冠军开始，到 BMW 品牌首款超级跑车——BMW M1 正式诞生；再到首款高性能轿车 BMW M5 成功开创高性能轿车细分市场，令高性能车正式步入寻常百姓家；以及 BMW M3 在世界房车锦标赛、欧洲房车锦标赛、DTM 德国房车大师赛取得辉煌成就。BMW M 总是不断打破传统，以引以为傲的赛车技术探索高性能驾趣的巅峰，致力于为品牌粉丝提供血脉喷张的极致驾驭体验。

从 90 年代步入 21 世纪，BMW M 不断探索客户需求，丰富产品阵列，先后基于 BMW 跑车，推出了 BMW Z3 M 与 BMW Z4 M，首次将 BMW M 纯粹运动驾趣与跑车完美结合。后于 2009 年，基于 SAV/SAC 车型再一次开创性地打造了 BMW X5 M 和 BMW X6 M，开辟了高性能

SAV/SAC 细分市场。在过去 10 年中，BMW M 继续不断扩充产品阵列，推出了 BMW M2、BMW M8、BMW X3 M、BMW X4 M 等多款车型，充分满足客户对于高性能驾趣的多元化需求。

回顾 50 年的发展，BMW M 在汽车技术上不断突破极限的同时，也在持续让赛车设计迸发更加绚烂的艺术光彩。自 1975 年由艺术家 Alexander Calder 设计的第一辆宝马艺术车 BMW 3.0 CSL 诞生起，BMW M 与众多世界著名的艺术家联系在一起，为公众呈现出一辆辆飞驰的艺术品。宝马集团已经先后推出 19 款 BMW 艺术车，其中 10 款艺术车都与 BMW M 车型相关。例如，1979 年，安迪·沃霍尔（Andy Warhol）颠覆传统，创造了 BMW M1 艺术车，造就了前所未有的媒体狂欢；2010 年，由杰夫·昆斯（Jeff Koons）操刀设计的 BMW M3 GT2 艺术车，参加了当年的勒芒比赛；2017 年，中国艺术家曹斐创作了第 19 款 BMW 艺术车——BMW M6 GT3，展现了人类思想的极限。BMW M 艺术车将艺术带入工程领域，以艺术家的独到视角与精妙手法，为 BMW M 赛车赋予了新的生命，传递出富于激情、勇于创新的品牌特质。

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>

宝马集团大中华区企业事务部

崔鲁先生

电话：010-84553741

邮箱：Robert.Cui@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。

2021 年，宝马集团在全球共售出超过 250 万辆汽车和超过 19.4 万辆摩托车。2021 年，集团总收益达到 1112 亿欧元，税前收入达到 161 亿欧元。截至 2021 年 12 月 31 日，宝马集团在全球共有 118,909 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。