

新闻稿

供参考发布
2026 年 5 月 16 日

速度，臻于从容 VISION BMW ALPINA (宝马阿尔宾纳设计概念车) 全球首秀

- 独一无二的设计概念车，开启 BMW ALPINA (宝马阿尔宾纳) 崭新篇章
- 以当代设计、审美与技术，重新诠释品牌传承
- 深化 BMW ALPINA 的核心理念：速度、舒适与精致格调
- 彰显 BMW 集团对 BMW ALPINA 品牌传承与提升的坚定承诺

(慕尼黑 / 切尔诺比奥) 5 月 15 日，在 2026 年埃斯特庄园古董车展 (Concorso d'Eleganza Villa d'Este) 上，BMW 集团正式发布并亮相 Vision BMW ALPINA (宝马阿尔宾纳设计概念车)。这款设计研究之作，宣示了 BMW ALPINA 品牌迈入全新阶段。一个由卓越性能、精致格调，以及对性能与舒适高度统一所定义的新篇章。

BMW 集团设计负责人霍伊顿克 (Adrian van Hooydonk) 表示：“Alpina 一直以来都代表着一种极具辨识度的性能与精致理念。在这一理念中，速度与舒适并非对立，而是相辅相成。作为这一品牌的新守护者，我们的职责，是在保留其独特性的同时，将其塑造并引入当代语境。Vision BMW ALPINA 展示了这些品质如何以克制而现代的方式呈现，也预示了品牌迈向未来的发展方向。”

设计与造型 - 专注速度的形态表达

VISION BMW ALPINA 是对品牌传承的致敬式诠释，并在最具当代性的创意理念塑造下焕新呈现。车身长度达 5,200 毫米，整体姿态宽阔、低伏而自信，展现出极具分量感的存在感。

修长而后掠的轿跑式车顶线条，使整车造型在第一时间便传达出速度感，同时也清晰展现了为四位驾乘者提供真正舒适乘坐空间的能力。而 V 型 8 缸的动力系统主导整体驾驶体验，并经过精心调校，呈现出标志性的 Alpina 排气声浪——低速时浑厚深沉，高转速下则回响悠长、富有层次。

BMW 中大型及豪华车型设计负责人、BMW ALPINA 设计负责人 Maximilian Missoni 表示：“在 Vision BMW ALPINA 中，我们将品牌的每一个元素提炼至其本质，并以高度现代且精致的方式加以呈现。每一处细节都体现了真正的内涵——无论是在工程、材料，还是在其所讲述的故事中。它所表达的内容并不张扬，而是在细细品读之后才逐渐显现。这种纯粹与丰厚之间的张力，正是我们对 BMW ALPINA 设计方式的理解。”

车头造型以强有力的体量关系和略微前倾的姿态，营造出低调却充满力量的速度感。标志性的“鲨鱼鼻”设计可追溯至 Alpina B7 Coupé，将 BMW 经典双肾格栅重新演绎为立体雕塑，自信而克制地承载品牌标识。

由这一鲨鱼鼻前脸出发，整车外观围绕一条清晰的视觉主轴展开——Speed Line。该线条以 6° 的倾角自前脸下部两侧向上延伸，沿车身侧面贯穿，并于车尾收拢环绕，其姿态既足以暗示动态与速度感，又始终保持克制与精致。

标志性元素与设计原则 - Second Read 的精致内涵

Vision BMW ALPINA 的设计贯穿“Second Read（细品之美）”原则，初看克制，近赏回味。

Deco Lines 装饰线条（Alpina 标志性的装饰线条）自 1974 年起便成为 Alpina 设计语言的重要组成部分。在 Vision BMW ALPINA 上，经过现代化演绎的 Deco Lines 装饰线条被进一步提炼，并以喷涂在车身侧面、清漆之下的方式呈现。触摸上去平整且毫无凸显。这一克制而安静的设计手法，体现了品牌标志性细节在迈向未来时所获得的深化与延续。

鲨鱼鼻前脸同样体现了 Second Read 的精致内涵：其内侧表面承载着比例细腻的标志性 Deco Line 图纹，而外围轮廓则以隐藏式、柔和背光的方式呈现，仅在激活时悄然显现。同时，车头向内收拢的折返面以格外用心的方式加以处理，以深色金属质感加以呈现，只有在细细品读时，才会显露其价值。这一处理方式令人联想到 BMW 507，其仅在双肾格栅的内侧保留镀铬装饰。

日间行车灯及双肾格栅边缘采用名为 Dawn Break White（拂晓白）的暖白色光调，这一灵感以及颜色视觉源自巴伐利亚阿尔卑斯山清晨第一缕光线。纤细灯体内部嵌入水晶灯组，呈现克制而精准的视觉效果。

车尾标志性的椭圆形四出排气得以保留。同时，车头标志性的 Alpina 字标亦同步呈现，以经机械加工与抛光处理的金属元素形式，重新演绎于前扰流板之上，在视觉上并非作为附加元素存在，而是前脸造型的有机组成部分。自 1971 年便成为品牌象征的 20 辐轮毂，在 BMW VISION ALPINA 上以前 22 英寸、后 23 英寸的比例重新演绎，进一步强化整车的从容姿态。

内饰与细节 - 清晰而克制的建筑式表达

座舱在空间、用料以及科技融合方式上都显得宽裕而从容。各项科技配置被自然地融入其中，不喧宾夺主，而是服务于整体体验。内饰布局以清晰的结构为主，每一个元素都以独立而完整的形态呈现，而非简单地堆叠在一起。

6 度 Speed Line 延伸贯穿整个座舱，将上部空间的 Granite Green（花岗岩绿）与下部空间的 Meltwater White（融雪白）清晰分隔。源自阿尔卑斯地区的全粒面皮革，搭配灵感取自 Deco Lines 的缝线设计，共同营造出细腻而有层次的质感表现。

工艺细节的呈现保持克制，却经过精密考量。灵感源自历史方向盘手工缝制工艺的 bridge stitch 缝线（桥式缝线），仅在少数位置点缀运用，并以经典传承蓝与绿色调呈现。金属部件则采用源自高级制表工艺的倒角处理，通过缎面与抛光表面的结合，营造出细腻而内敛的层次变化。切面清晰的水晶材质，仅用于与车辆驾驶方式相关的关键控制部位，凸显 BMW ALPINA 对纯粹驾驶体验的重视。

在后排中央控制台之后，一只玻璃水瓶与 BMW ALPINA 专属水晶杯并置呈现，水晶杯通过自动升起结构优雅显现。每只水晶杯均镌刻有 20 条 Deco Lines 装饰线条，并和 Speed line 一致采用 6 度角设计的杯口轮廓，通过隐蔽式磁吸结构固定，在开放式原木纹理中央控制台的柔和光线映衬下，呈现出低调而精致的视觉层次。

BMW 全景 iDrive 连同全新的副驾驶显示屏，横向延展覆盖整个仪表台，其数字化界面语言专为 BMW ALPINA 打造。经典的蓝绿色调被有节制地引入，并随着驾驶员在从 Comfort+ 模式切换至 Speed 模式而逐步强化。背景图像的设计同样经过周密考量，所呈现的阿尔卑斯山景，是对从布赫洛向南眺望时所能看到的山脉景观的精确还原。

舒适的驾驶者，方能更快前行

Alpina 的故事始于 1965 年，德国布赫洛——这座位于阿尔卑斯山脚下的巴伐利亚小镇。原本注定从事打字机制造事业的 Burkard Bovensiepen，却选择了高性能

调校之路，创立了 Alpina 品牌，并由此开始对 BMW 的公路与赛车车型进行持续打磨与提升。

品牌创始人 Burkard Bovensiepen 早在创立之初便洞察到一个被广泛忽视的事实：舒适的驾驶者，才能真正实现高速。在耐力赛场上，当竞争对手不断削减车重时，Burkard 反而在驾驶座椅上增加了额外的填充。他深知，更加舒适的驾驶者，才能跑得更快，更远。这一洞见同样体现在随后诞生的公路车型之中，它们以在长距离高速行驶中的从容表现与精致气质而备受推崇。而这一理念至今仍是 BMW ALPINA 的核心，BMW ALPINA 专注于速度，超然于竞逐。

BMW ALPINA：BMW 集团旗下的高端品牌

BMW ALPINA 于 2026 年正式成为 BMW 集团旗下的专属品牌。这一转变不仅意味着成熟而可靠的品牌传承，更承载着一项清晰的责任：深入理解对于那些珍视 ALPINA 的人而言，这一品牌所代表的意义，并在未来的发展中予以尊重与延续。

BMW ALPINA 负责人 Oliver Viellechner 表示：“BMW ALPINA 在 BMW 与 Rolls Royce 之间填补了我们产品矩阵中的重要空缺，也让我们在高端市场看到了更大的潜力。Alpina 拥有深厚的品牌积淀与全球化的拥趸群体，我们在此基础上持续发展，同时始终坚守品牌所代表的核心—速度、舒适与精致品质。”

自明年起，客户将能够体验 BMW ALPINA 品牌的首款车型。该车型以全新 BMW 7 系为灵感来源，同时在设计与气质上依然清晰而纯粹地彰显出 BMW ALPINA 的独特身份。

-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：

<https://www.press.bmwgroup.com/china>

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

高同鑫先生

邮箱：Tongxin.Gao@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，拥有 BMW、MINI、Rolls-Royce 和 BMW Motorrad 四大品牌，并提供汽车金融服务。作为一家全球性公司，宝马集团在全球设有超过 30 处生产布局；销售网络遍及 140 多个国家和地区。

2025 年，宝马集团在全球市场共交付超 246 万辆汽车和超 20.25 万辆摩托车。2025 财年，集团总营收达 1335 亿欧元，税前利润达 102 亿欧元。截至 2025 年 12 月 31 日，宝马集团在全球共有 154,540 名员工。

宝马集团的商业成功基于长远的规划和高度的责任感。宝马集团将可持续发展视为企业战略的重要组成部分，从供应链到生产再到所有产品的全生命周期，一以贯之，笃定前行。