

مجموعة BMW الشرق الأوسط تسجل نمواً ملحوظاً في مبيعات النصف الأول من عام 2025 بنسبة 15.3%



- ارتفاع مبيعات BMW في منطقة الشرق الأوسط بنسبة 15.3% خلال النصف الأول من 2025
- طرازات BMW M تفرض قوتها بنمو استثنائي بلغ 31.6%
- MINI تسجل نمواً لافتاً بنسبة 20% بفضل الطلب المتزايد على MINI Countryman وطرازات JCW
- مبيعات دراجات BMW Motorrad تسجل نمواً سنوياً يقارب الـ 20%
- خدمات العملاء تنمو بنسبة 7%، مما يعكس ولاء العملاء وثقتهم بالعلامة التجارية

دبي، الإمارات العربية المتحدة – 3 يوليو 2025 - أعلنت مجموعة BMW الشرق الأوسط عن نتائج قوية للنصف الأول من عام 2025، محققة نمواً بنسبة 15.3% في مبيعات سيارات BMW مقارنة بالفترة نفسها من عام 2024. ويعكس هذا الأداء الاستثنائي المكانة الراسخة للعلامة في المنطقة، مدفوعاً بالطلب المستمر على طرازاتها، وكفاءة شبكة وكلائها، واستثماراتها الاستراتيجية في الأسواق الرئيسية.

وتبقى دولة الإمارات العربية المتحدة السوق الأبرز في منطقة الشرق الأوسط لناحية المبيعات التي كان لعلامات MINI ، BMW M و BMW Motorrad حصة كبيرة منها، حيث سجلت علامة السيارات الفاخرة زخماً ملحوظاً في مبيعات منتجاتها كافة، ولا سيما الطرازات عالية الأداء.

ورغم احتلال BMW الفئة السابعة قمة طرازات BMW الفاخرة، شهدت مبيعات BMW X7 زيادة لافتة في الأشهر الستة الأولى من العام بلغت 18.6%. وسجلت مبيعات BMW M زخماً كبيراً، حيث نمت بنسبة 31.6% في الفترة ذاتها. أما

طرزات M عالية الأداء فقد شهدت بدورها نمواً استثنائياً بلغت نسبته 46%، مما يعكس إقبال العملاء الكبير في المنطقة على تجارب القيادة المتميزة وعالية الأداء.

إلى ذلك، سجّلت BMW الفئة الخامسة أداءً قوياً أيضاً، حيث بلغت الزيادة الإجمالية في مبيعاتها منذ بداية العام وحتى يونيو 2025 الـ 23.8%، مما يعزز مكانتها كطراز أساسي ضمن مجموعة سيارات السيدان الفاخرة من BMW.

من جهة أخرى، حققت BMW الشرق الأوسط نمواً استثنائياً في مبيعات الشركات والمبيعات الخاصة بزيادة بلغت 38.5% في النصف الأول من العام مقارنةً بالفترة ذاتها من العام السابق. وشكّل مؤتمر BMW الإقليمي لمبيعات الشركات الذي عُقد في سلطنة عُمان في الربع الثاني من هذا العام محطة مهمة بالنسبة إلى المنطقة، حيث مهد الطريق لاستمرار نمو الأعمال.

ومن جهتها، واصلت MINI مسارها التصاعدي، مسجلةً نمواً بنسبة 20% خلال الفترة ذاتها من عام 2024. وبرزت MINI Countryman كالطراز الأكثر مبيعاً للعلامة حيث استحوذ على 40% من حصة المبيعات الإجمالية، كما سجّلت طرازات John Cooper Works (JCW) الرياضية زيادة في المبيعات بلغت 63%، ما يشكّل 14% من إجمالي مبيعات MINI.

إلى ذلك، نمت مبيعات دراجات BMW Motorrad بنسبة تقارب الـ 20% في النصف الأول من عام 2025 مقارنةً بالفترة ذاتها من عام 2024. وتعكس هذه الزيادة الملحوظة مدى جاذبية العلامة التجارية، والإقبال المتزايد على الدراجات النارية في المنطقة، والتزام الشركة بتوفير تجارب استثنائية للعملاء.

وتعكس هذه النتائج الإيجابية نجاح الاستراتيجية المعتمدة في تطوير شبكة وكلاء BMW واستثمارهم في مرافق حديثة، ما يعزز كفاءة الأداء على امتداد المنطقة. وتشهد مجموعة BMW الشرق الأوسط تحولاً تدريجياً نحو هوية Retail.Next الجديدة، التي تضع تجربة العميل في صميم أولوياتها، من خلال بيئة عرض مفتوحة ومرنة مصممة لتعزيز الراحة في كل مرحلة، من الشراء وحتى خدمات ما بعد البيع. ويتيح هذا المفهوم العصري للعملاء تجربة سلسلة تجمع بين الحلول الرقمية المتطورة والتفاعل الشخصي داخل صالات عرض BMW وMINI ذات التصميم الحديث والجذاب، بما يلبي تطلعاتهم واحتياجاتهم الفردية.

وتبقى خدمات دعم العملاء ركناً أساسياً من نجاح BMW في المنطقة، حيث سجلت مجموعة BMW الشرق الأوسط زيادة بنسبة 7% في خدمات العملاء في النصف الأول من عام 2025 مقارنةً بالفترة ذاتها من العام الماضي. وفي هذا الإطار، اختار 76% من عملاء BMW الذين يمتلكون سيارات تصل أعمارها إلى 10 سنوات، صيانتها لدى شبكة الوكلاء المعتمدين، ما يعكس فعلياً ولاء العملاء وثقتهم المستمرة.

ونجحت مجموعة BMW الشرق الأوسط في تعزيز تجربة العملاء من مالكي سيارات BMW بفضل منصة ConnectedDrive، ومبادرة Proactive Care لعلامتي BMW وMINI، وبرنامج Relax. We Care. وتبقى العلامة رائدة في المنطقة لناعية توفير خدمة صيانة مريحة وخدمات ممتازة بعد البيع، بفضل تعدّد طرق التواصل الرقمي بينها وبين العملاء.

وفي هذا السياق، صرّح كريم-كريستيان حريريان، المدير الإداري لمجموعة BMW الشرق الأوسط، قائلاً: "رغم التحديات التي تشهدها المنطقة، حافظنا على التزامنا الراسخ تجاه عملائنا من محبّي BMW، وMINI، وBMW Motorrad، وواصلنا تقديم تجربة تليق بتوقعاتهم. وأنا سعيد بما حققناه من نمو لافت في مبيعات طرازات M، ولا سيما الفئات عالية الأداء، ما يعكس العلاقة المتينة التي تجمع عملاءنا بعلامتنا، خاصة عند الحديث عن سيارات مثل M5 ومؤخراً M5 Touring الجديدة. وبهذه

المناسبة، أود أن أعرب عن بالغ امتناني لشركائنا من الوكلاء على تفانيهم، ولعملائنا على ثقتهم المستمرة، ونتطلع معاً إلى مواصلة هذا الزخم الإيجابي في النصف الثاني من عام 2025".

-انتهى-

مجموعة BMW

تتصدر مجموعة BMW مشهد تصنيع السيارات والدراجات النارية الفاخرة على مستوى العالم من خلال علاماتها التجارية الأربعة: BMW وMINI وRolls-Royce وBMW Motorrad، كما تقدم خدمات مالية مميزة. وتضم المجموعة أكثر من 30 موقع إنتاج حول العالم، وتمتد شبكة مبيعاتها العالمية إلى أكثر من 140 دولة.

وفي عام 2024، سلّمت المجموعة أكثر من 2.45 مليون سيارة، وأكثر من 210,000 دراجة نارية حول العالم. وبلغت أرباح المجموعة 11.0 مليار يورو قبل خصم الضرائب في السنة المالية 2023، وذلك على إيرادات وصلت إلى 142.4 مليار يورو. وبحلول 31 ديسمبر 2023، وصل حجم قوى العمل في مجموعة BMW إلى 154,950 موظفاً.

ولطالما حققت مجموعة BMW نجاحها الاقتصادي بفضل خطتها طويلة الأمد والعمل الجاد. وتشكل الاستدامة عنصراً أساسياً في الاستراتيجية المؤسسية للمجموعة، وتغطي جميع المنتجات من سلسلة التوريد والإنتاج حتى نهاية عمرها الافتراضي.

www.bmwgroup.com

لينكدإن: <http://www.linkedin.com/company/bmw-group>

يوتيوب: <https://www.youtube.com/bmwgroup>

إنستاجرام: <https://www.instagram.com/bmwgroup>



فيسبوك: <https://www.facebook.com/bmwgroup>

إكس: <https://www.x.com/bmwgroup>

في حال وجود أي استفسارات، يرجى التواصل مع:

رامي جودي

مدير قسم الاتصال، مجموعة BMW الشرق الأوسط

البريد الإلكتروني: rami.joudi@bmwgroup.com

رقم الهاتف: +971-56-507-5762

أو

كاتلين بيربريدج

جاميت للعلاقات العامة

البريد الإلكتروني: kathleen@gambit.ae

رقم الهاتف: +971 56 166 1549