

Comunicado de prensa
01 de diciembre de 2025

PUMA x BMW M Motorsport Presentan la colección Art Car Capsule de Cao Fei.

+++ Estreno en el M Festival de Chengdu +++ Colección Art Car Capsule inspirada en el BMW Art Car #18 de Cao Fei +++ Colección con detalles de inspiración tecnológica, gráficos de estilo RA y elementos que brillan en la oscuridad +++ Ya disponible en todo el mundo, incluida la tienda BMW Lifestyle Shop +++

Chengdu/Múnich. El 1 de noviembre se presentó oficialmente la colección cápsula PUMA x BMW M Motorsport Art Car de Cao Fei en el M Festival celebrado en el circuito internacional de Chengdu Tianfu (China). La artista multimedia china diseñó el BMW Art Car #18, que debutó en 2017, basándose en un BMW M6 GT3. Con la presentación del primer Art Car digital, Cao Fei llevó la serie al siglo XXI. Los elementos físicos y virtuales se combinan para formar un mundo paralelo que solo puede experimentarse plenamente a través de la realidad aumentada (RA) y el cine. De este modo, Cao Fei refleja el rápido ritmo de los cambios tecnológicos en China, tendiendo un puente entre la tradición y el futuro. En consecuencia, la nueva colección BMW Lifestyle se presenta como una cápsula de arte para vestir, rediseñada con muchos detalles nuevos inspirados en la tecnología, gráficos de estilo RA y elementos de diseño que brillan en la oscuridad.

El M Festival celebrado en Chengdu a principios de noviembre reunió a miles de entusiastas de BMW M. En él se celebró el tradicional encuentro de la marca y sus modelos de alto rendimiento. Uno de los momentos más destacados fue la sesión inaugural con la artista china Cao Fei. Ella ofreció información sobre la creación del BMW Art Car #18, que diseñó para conectar el mundo real y el digital. La propia Cao Fei explicó cómo, en colaboración con PUMA, este concepto se convirtió en una colección física de BMW Lifestyle.

Elementos que brillan en la oscuridad como característica visual exclusiva.

La exclusiva colección cápsula PUMA x BMW M Motorsport Art Car de Cao Fei consta de cinco piezas. Todas ellas representan diferentes aspectos del diseño del Art Car #18. Para reflejar la conexión del proyecto con el mundo digital, algunos detalles seleccionados incluyen elementos que brillan en la oscuridad. Estos añaden otro toque visual a la colección, que ya está disponible en todo el mundo, incluida la tienda BMW Lifestyle Shop.

Puma BMW M Motorsport Cao Fei Cap – 50. euros

Puma BMW M Motorsport Cao Fei T-Shirt – 65. euros

Puma BMW M Motorsport Cao Fei Hoodie – 110. euros

Puma BMW M Motorsport Cao Fei Shoes – 140. euros

Puma BMW M Motorsport Cao Fei Jacket – 250. euros

El Grupo BMW

Con sus cuatro marcas BMW, MINI, Rolls-Royce y BMW Motorrad, el Grupo BMW es el principal fabricante premium de automóviles y motocicletas del mundo, y también proporciona servicios financieros premium. La red de producción del Grupo BMW comprende más de 30 centros de producción en todo el mundo; la empresa tiene una red de ventas global en más de 140 países.

En 2024, el Grupo BMW vendió más de 2,45 millones de vehículos de pasajeros y más de 210.000 motocicletas en todo el mundo. El beneficio antes de impuestos en el ejercicio financiero de 2024 fue de 11,0 mil millones de euros, mientras que los ingresos ascendieron a 142,4 mil millones de euros. A 31 de diciembre de 2024, el Grupo BMW tenía una plantilla de 159.104 empleados.

El éxito económico del Grupo BMW siempre se ha basado en una visión a largo plazo y en una acción responsable. La sostenibilidad es un elemento clave de la estrategia corporativa del Grupo BMW y abarca todos los productos, desde la cadena de suministro y la producción hasta el final de su vida útil.

www.bmwgroup.com

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

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

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

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

X: <https://www.x.com/bmwgroup>