

美学之魅 激情“4”溢 全新BMW 4系敞篷轿跑车在中国上市

2014年3月3日,宝马中国宣布全新BMW 4系敞篷轿跑车在中国上市。作为BMW 4系家族的第二款车型、BMW旗下第五代豪华运动型敞篷轿跑车,全新BMW 4系敞篷轿跑车集美学魅力、卓越的操控性和实用性为一体,带来四季无阻的敞篷驾驶乐趣。率先登陆中国市场的车型包括:全新BMW 428i敞篷轿跑车和全新BMW 435i敞篷轿跑车,两款车型均提供运动、豪华和风尚三种设计套装,建议零售价格分别为67.6万元和80.8万元。

兼顾美学、功能性与舒适性的设计

全新BMW 4系敞篷轿跑车彰显了4系家族更臻新境的美学设计。相比前代车型——BMW 3系敞篷轿跑车,新车型的宽度、轴距和轴距均有显著增加。车辆前脸醒目的双肾型进气格栅、双圆形大灯和前导流板内加大的进气格栅等经典设计特征,强调了全新BMW 4系敞篷轿跑车与前代车型之间的传承基因;完美的车身比例、独特的流线型线条、BMW典型的短前后悬设计和后倾式驾驶舱相结合,将车辆灵动欲出的运动感展现得淋漓尽致。

全新BMW 4系敞篷轿跑车的三件式可收折式全自动开闭硬顶采用了高级降噪装置,能够营造出更加静谧的驾乘氛围。只需下一个按钮,车辆即可在20秒内从一款动感的双门轿跑车,变身为一款典雅的运动型敞篷轿跑车。在敞篷状态下,无线天线或翻车防护杆巧妙地隐藏在头枕后部,丝毫不会影响车身侧面圆润的流线型外观。全新BMW 4系敞篷轿跑车提供220升的行李厢空间,在车顶闭合后,直通装载系统和可折叠的后排座椅可进一步增强车辆的实用性,使行李厢的容量扩展至370升,足以轻松装载大件物品。

内饰设计同样强调了全新BMW 4系敞篷轿跑车的运动理念、优雅气质和独特魅力。环抱式设计令驾驶员可以轻松掌握仪表盘显示屏上的所有重要控制按钮,感受人车一体的纯粹驾驶乐趣。运动型真皮方向盘、采用黑色面板外观的透明圆形仪表盘以及独立的导航屏幕衬托出车辆的实用性与优雅氛围。新一代iDrive系统的操控旋钮具备了中文手写输入功能且尺寸更大,令控制和操作更加直观、便捷。前排座椅配有同级车型中独有的一体式可伸缩安全带,以及首次向BMW车型提供的颈部暖风系统(可通过“BMW专属定制”选装),让驾驶员和前排乘客即使在寒冷的天气里也可享受到敞篷行驶的乐趣。



更高的效率,更卓越的动力性能

全新BMW 428i敞篷轿跑车和435i敞篷轿跑车分别搭载2.0升直列4缸发动机及3.0升直列6缸发动机,两款发动机均采用最新的BMW TwinPower Turbo涡轮增压技术,最大输出功率分别为225千瓦/306匹马力,以及180千瓦

/245匹马力。全新BMW 435i敞篷轿跑车从静止加速到100公里/时只需5.5秒,最高电子限速值为250公里/时。这款备受赞誉的6缸发动机能够在增强动态驾驶性能的同时降低油耗量和排放值。与8速运动型手自一体变速箱配合,全新BMW 435i敞篷轿跑车的百公里综合

耗油量最低为8.1升,二氧化碳排放量为195克/公里。

BMW高效动力:更智能、更节能

BMW高效动力策略(BMW EfficientDynamics)让BMW所有的最新车型都实现了驾驶性能和燃油经济性间的完美平衡,全新BMW 4系敞篷轿跑车也不例外。除了具有最佳燃油经济性的发动机外,车辆的智能化轻质结构概念、空气幕和鲨鱼鳍状侧通风口等经过优化的空气动力学设计,均为最大程度地车辆提高效率做出了贡献。此外,如全新BMW 4系双门轿跑车一样,全新BMW 4系敞篷轿跑车也提供惯性滑行模式:在ECO PRO节能模式下,只要驾驶员在50-160公里/时的速度范围内松开油门踏板,此项功能就会分离动力传动系统,从而使车辆在无发动机制动的情况下滑行,并且最大程度地降低油耗。

BMW互联驾驶:更高的舒适性、信息娱乐和安全性

互联驾驶科技(ConnectedDrive)为全新BMW 4系敞篷轿跑车提供了丰富而独特的创新功能:新一代BMW专业导航系统、全彩BMW平视显示系统、提醒驾驶员可能与行人发生碰撞的驾驶辅助升级版、远近光LED随动控制大灯、带注意力警示功能的主动保护系统以及带制动功能的巡航控制系统等。在信息娱乐方面,不断丰富的移动信息服务和互联网服务更加方便快捷,如实时路况信息(已覆盖22个城市)、智能手机App应用(如QQ音乐和百度音乐)等。凭借全新的设计语言、出色的动态性能及创新的驾驶辅助系统和移动服务,全新BMW 4系敞篷轿跑车将再续全新BMW 4系双门轿跑车开创的传奇历史,树立一个新的里程碑。

宝马集团经典车收藏中心 搬迁新址,回归历史

不久前,宝马集团经典车收藏中心搬迁新址,同时回到公司的发源地。宝马集团收购的区域位于慕尼黑Milbertshofen区,总占地面积超过1.3万平方米。此前,该地段曾属于克诺尔集团,而今后将成为参观BMW、MINI和Rolls-Royce经典汽车和摩托车的首选地点。新的宝马集团经典车收藏中心将紧邻宝马集团慕尼黑工厂、四缸大厦、宝马世界和宝马博物馆,而且非常有趣的是,新址的一部分曾经是1918年宝马公司最初的厂房之一。自此,宝马集团重新获得了当年的飞机发动机工厂的一部分和工厂的门体建筑的所有权;未来,后者将成为来访者探寻宝马集团历史的大门。

克诺尔集团是全球领先的铁路及商用车辆制动系统制造商,2014年2月,宝马集团与克诺尔集团签署协议,为旧厂址和历史建筑的开发铺平道路。目前宝马集团正在研究对这些建筑进行重新开发和使用的不同方案。

宝马集团计划在此整合一系列不同的功能,而之前的经典车收藏中心已经无法在空间、技术和安全性等方面满足相关要求。新的收藏中心将包括宝马集团经典车车间、客户服务中心(包括经典车型零部件销售)、宝马集团档案馆、以及行政和活动场地。此外,新的收藏中心还会展出公司收藏的历史经典车型。

宝马集团经典车收藏中心的新址曾经是宝马公司大规模生产发动机的摇篮。1918年起,宝马公司正是在Moosacher大街的厂房中开始大规模生产飞机发动机的。20世纪20年代末期,该厂址被克诺尔集团收购。之后不久,宝马集团在距此不远的Lerchenauer大街建设新的厂房并不断扩大产能,开始生产包括用于汽车、卡车、摩托车和船舶的发动机设备。

90多年后的今天,宝马集团经典车收藏中心回到最初的厂址,回归其发源地。部分生产厂房和列入文物保护的门体建筑,都将与宝马集团经典车收藏中心新址的整体理念相融合,同1999年起同样作为文物保护的宝马博物馆一起,展现建筑与功能性的独特魅力。

宝马集团经典车收藏中心隶属于宝马集团,负责集团以及旗下BMW、MINI和Rolls-Royce三个品牌的历史相关活动。其中,宝马集团档案馆负责解答公司、品牌和产品历史的相关问题。宝马博物馆通过展示收藏品,以古今相承的方式向公众展示BMW品牌的魅力。宝马集团经典车收藏中心负责经典车型的相关活动,包括收藏和管理约1,000台经典车,并为经典车的车主提供零部件及维修、修复等服务。

英才储备助力提升宝马售后服务品质 山东首家宝马培训基地正式开业

2014年3月20日,宝马集团BEST(宝马售后英才教育项目)潍坊培训基地在山东交通职业学院正式启动,成为宝马在山东的首个并且是宝马2014年的第一个培训基地。自此,宝马培训再启新里程,高素质售后人才储备力量将继续为宝马“专注于品质”战略的发展提供强有力的保障。同时,15家宝马集团BEST项目合作院校齐聚潍坊,共同庆祝潍坊培训基地开业,回顾BEST项目迄今为止的骄人成果。



点和经销商用人的需求,通过互动式的案例教学,为学生迈入职场打好坚实基础。

未来发展的关键在于全业务链的品质

作为一家以客户为导向的企业,宝马始终坚持“专注于品质”这一战略。对于宝马而言,其座右铭是品质、品质还是品质。2013年,宝马集团更是明确提出打造全业务链品质的公司策略,不仅仅局限于对产品品质的重视,同时包括全面提升生产、经销商网络、销售及售后服务等各方面的品质,以快速响应市场及消费者对豪华车品牌的更高要求。

正因基于对品质的重视,宝马成就了在中国市场的快速发展以及不断攀升的美誉度。2013年,宝马圆满完成了既定的业绩目标,中国大陆BMW品牌和MINI品牌的销量超39万辆,与此同时,销量的增长伴随着宝马全方位业务质量的提升。日前,宝马公司在全球权威汽车评测机构JD Power中国汽车新车质量调研中斩获桂冠,宝马长期以来在品质方面的努力再次获得业界和消费者的全面肯定。

奠定豪华车领域最佳服务的基准

近年来,中国豪华车市场呈现巨大的增长潜力,豪华车市场的竞争日趋激烈,与此同时,消费者对售后服务的需求和期望也越来越高,驱动了豪华车品牌不断提升售后服务品质。根据J.D.Power 2011年至2013年的客户满意度调查结果显示,尽管汽车行业客户满意度整体在不断下滑,而BMW在豪华车品牌级别中却保持着不断增长的势头。

宝马作为业界第一家将售后服务进行品牌化管理的车企,2011年初即发布并在全国经销商体系中贯彻“悦常在 驾无忧”的售后服务中国战略及“高效、透明、关爱”的品牌承诺。一直以来,宝马致力于把优异的售后服务打造成稳定的业务支柱和竞争优势。一方面,通过快速发展售后服务体系,建立强大的服务网络,满足市场发展需要。另一方面,为经销商人员提供更多的培训,提升经销商服务团队的整体水平,以顺应快速扩张的经销网络需求。

造就高品质的根本是人才

放眼未来,发展的关键是全业务链的品质,而造就高品质的根本是人才。宝马培训坚持个人职业发展与经销商发展相结合的双赢战略,不断开展培训业务,将人材转变为人才。目前,宝马培训学院已设有北京、上海、广州3个培训中心和15个培训基地,覆盖中国15个省市,完善的宝马培训网络在公司整体战略中发挥重要作用。2013年,宝马培训学院为经销商员工提供的培训达23万人天,再次刷新2012年18万人天的纪录,是全球豪华车历史上所进行的规模最大的培训工程。

宝马领先的经销商网络、售后服务和人才培养机制,将成为宝马除品牌和产品之外的三大核心竞争力。目前,宝马中国授权经销网点已超420家,未来将积极向三、四、五线城市渗透,为宝马售后服务品质的不断提升奠定基础。与此同时,作为一家在中国蓬勃发展的汽车品牌,宝马仍将不断思考自身应当承担的社会责任,积极推进中国汽车职业教育的发展。

战车就绪

四款BMW M4 DTM赛车 确定2014赛季赞助商及涂装方案

3月14日,在全新BMW M4 DTM赛车正式亮相几周后,四款BMW M4 DTM赛车的涂装方案粉墨登场,它们分别属于车手Martin Tomczyk(德国)、Joey Hand(美国)、Bruno Spengler(加拿大)和Timo Glock(德国)。

本次公布的四款赛车中有三款沿用了上赛季的涂装方案。BMW Schnitzer车队的车手Martin Tomczyk由BMW赛车运动部赞助,他将继续驾驶BMW M高性能主题涂装的BMW M4 DTM赛车出征本赛季的比赛。他表示:“用蓝色和红色条纹装饰的白色赛车是BMW赛车运动的经典标志,我非常荣幸连续第三年驾驶这一涂装设计的赛车参加比赛。”

与2012及2013赛季一样,BMW Schnitzer车队的Bruno Spengler仍将驾驶由宝马银行(BMW Bank)赞助的黑色BMW M4 DTM赛车。这名加拿大车手表示:“我很高兴身边仍有这台‘黑色野兽’的陪伴,2012年驾驶它夺得赛季车手总冠军的场景至今依然历历在目。另外,我和宝马银行的合作也非常愉快,每个赛季的‘像布鲁诺一样开车’这一活动不仅给参与者带来许多乐趣,同时也让我倍感愉快。”

车手Timo Glock隶属于BMW MTEK车队,他赢得了2013赛季德国房车大师赛的最后一站——霍根海姆赛道站的比赛。本赛季,Timo Glock的座驾是一台身披德国邮政集团(DEUTSCHE POST)标志的黄色BMW M4 DTM赛车。他说:“我和德国邮政集团长期以来一直保持着良好的合作关系,我很高兴2014年仍能使用该集团的标志颜色——黄色来涂装我的赛车。”

BMW RBM车队的Joey Hand在新赛季将驾驶由皇冠假日酒店赞助的BMW M4 DTM赛车,他说:“我早在北美加入BMW RLL车队时就开始和皇冠假日酒店合作了,我非常喜欢这款BMW M4 DTM赛车的涂装,它看起来很快,凭我的经验,一辆看起来很快的赛车开起来也会很快。”

2014赛季另外四辆赛车的涂装方案将于3月31日至4月3日在布拉佩斯举行的ITR官方测试上对外公布。这四辆赛车的车手分别是Augusto Farfus(巴西)、Antônio Félix da Costa(葡萄牙)、Marco Wittmann(德国)以及Maxime Martin(比利时)。

4月25日,宝马赛车运动部将在位于德国慕尼黑的宝马博物馆中展示出征2014 DTM的全部八辆宝马赛车。

华晨宝马汽车有限公司营销高级副总裁方博瑞先生在潍坊培训基地的启动仪式上表示:“人才是质量的根本,代表了全球业内青年技工培训最高水平的‘宝马售后英才教育项目’落户潍坊,将为学生们提供就业机会,同时,也为将宝马经销商网络的不断拓展提供行之有效的客户储备,确保我们的客户享受到最高品质的售后服务。”

BMW于2006年在中国正式启动了宝马售后英才教育项目(BEST),不仅满足BMW对

人才培养和储备的需求,同时通过培养优秀培训师帮助院校提升教学水平,促进学生成功就业,为传统的职业教育探索创新模式,BEST项目使BMW、经销商、院校和学生都从中受益。经过短短几年时间的发展,该项目已成为宝马在业界引以为豪的学生教育项目,课程覆盖机电、服务、钣金、喷漆和零件5类经销商主要售后岗位,累计培养专业人才2,449人。2014年,BEST项目推出最新开发的“职业素养”与“职业生存”课程,结合中国学生的特