

最新宝马推广方案(精选5篇)

无论是个人还是组织，都需要设定明确的目标，并制定相应的方案来实现这些目标。方案书写有哪些要求呢？我们怎样才能写好一篇方案呢？下面是小编精心整理的方案策划范文，欢迎阅读与收藏。

宝马推广方案篇一

一、推广目的1、使此次活动成为招商宝马今年在进一步提高客户服务质量、树立服务品牌方面的一项重大举措。从而使宝马能够吸引宝马的潜在客户，为宝马抓住和扩展市场份额打下坚实的基础。2、借本次活动之机，向潜在客户宣传招商宝马将以更新的理念、更高的品位、更强的功能向广大的企业、用户、消费者提供全方位的金融服务。同时建立一个客户与宝马，客户与客户之间高质量长期的交流互动平台，从而树立本公司的品牌形象，与众客户建立良好的合作关系。

4、旨在营造室内乐良好的艺术氛围。为宝马潜在客户提供一个放松心情和陶冶情操的艺术休闲场所，使他们能更好的沟通，使宝马和其它赞助商之间形成良好的合作意向或者合作伙伴。

二、推广名称

汽车复兴.高尚生活——宝马展示汽车秀推广书

三、推广定位

通过本次活动提升宝马的知名度和品牌形象

四、推广主题

“感受驾驶 不断进取、群英聚首 体验尊贵”

本次活动将结合宝马汽车品牌形象特点，以音乐、车展、电影、服装展示为活动主题，设计独具一格的名车时尚展示，并通过高雅、娱乐等新锐的活动实施手法，为本次活动提供精彩的亮点。

五、组织机构 主办单位：宝马汽车 承办单位：常喜传媒

六、推广亮点

宝马汽车 广告新锐 强强联手 独到眼光 准确出击 步步到位

七、活动形式

八、活动具体安排 1、活动时间 待定 2、活动地点

**别墅（具体待定） 3、项目设置

4、参加人员

九、活动具体流程安排 布置场地阶段：

工作人员到场布置场地

现场灯光音响设施

私房菜馆厨师自带食品、银制餐具，配套桌布

餐具摆放：包括现场桌椅摆放，酒水放置

签到处设置：签名板架设，名片收集，摄像机，迎宾礼仪小姐，餐厅服务小姐

主持人、摄像师和表演人员到场

宝马领导到场 进场阶段：

嘉宾、记者进场

主持人在前台介绍到场嘉宾

嘉宾在背景板上签名，赐名片

来宾在背景板前拍照留念

（活动结束后将照片与宝马宣传品一起做成活动纪念册，邮寄回来宾手中，达成后续的宣传，并使客户对宝马产生良好的印象）

十、媒体策略

拟邀若干名江苏主流媒体的知名记者

十一、效果预测

1、通过此次活动的举办，通过音乐促进交流，表现招宝马对客户答谢，从而进一步提升招行的影响力。增强潜在客户对宝马的认知度与认同感，使招行在竞争日益激烈的市场下保证稳定和强劲的竞争力。

2、通过此次活动的举办，借助音乐、电影、服装展示这样的良性平台，促进客户间的交流，从而扩大既有人气，为宝马的重点业务树立品牌形象，达到预期的宣传目的。 3、通过媒体炒作此次活动进一步提高宝马的影响力和知名度。4、使宝马和其现有及潜在客户之间形成良好的合作关系。

宝马推广方案篇二

一、参与资格

1、本次抽奖活动设置特别奖壹名和幸运奖若干名；

第一步：在金石广场售楼部外场或内场集中公开抽奖；

八、物料清单

九、推广预算 1、新增媒体 2、更换媒体 十、费用合计

1、凭抽奖箱中的抽奖券现场抽奖。 2、抽奖箱里面装有已认购客户抽奖券副券。

5、中奖客户凭身份证、抽奖券正券及《认购协议》在售楼部填写“奖品申领表”和“奖品领取承诺书”。 6、抽奖过程中，我们会设置一些项目问题，现场小礼品派发。

十二、问题设置：（可提示客户在项目宣传资料或售楼部活动公示上能找到答案）1、金石广场开发商全称？（内江金石房地产综合开发有限公司）2、项目具体地址？（东兴区西林大道北延线与北环路交汇处）3、项目体量？（9万方）4、居住户数？（564户）

7、项目由几栋建筑物组成？（4栋，1#、2#、3#、4#楼）

8、金石广场最高优惠几个点（活动和节假日除外）？（11个点，总额达5万左右）

“买房送轿车”策划方案

地上停车位共计174个，目前已销售8个，预留6个，地上停车位供需比例严重失调，大量剩余在所难免。就目前存在的问题，策划部拿出相应的营销方案尽最大努力予以解决。

具体方案如下：

1、由于地上停车位严重偏多，如果捆绑销售又会增加销售难度，所以我们策划“买房子送轿车”活动，即购买高层住宅的客户赠送价值约3万元的轿车一部（建议比亚迪f0）□

2、赠送轿车客户必须购买停车位一个，有车买车位顺理成章。
3、地上停车位万一个，轿车约3万，约等于拿车位换轿车，比单纯送车位效果要好得多，还能制造轰动效应。

4、通过此活动在本地和异地市场充分炒作，达到吸引注意力，促

进成交率的效果。

5、前期拿出10套高层住宅做促销，制造紧缺气氛，若效果好则加

推。附：广告宣传计划

本地市场

重点向钢厂、港务局发放。

从4月1日开始连播两周，有线频道。3、手机短信5万条。

轿车，电话

5□dm报纸，价格较低，覆盖面广，可试探性投放。

异地市场

1、各市场支持海报1万份，对“买房子送轿车”活动进行炒作。 2、在各销售点悬挂条幅，吸引意向客户。

3、发手机短信，协助其根据当地情况制定内容。 5、其他，根据当地情况自行制定。

6、每个市场分销商支持广告费用5000元。

【一品尚都】买房送车活动方案

一、活动目的：

3、增强项目口碑相传，提升公司品牌形象，圈层营销，促进销售。

二、活动主题：

“置业郟城，房车同得，双喜盈门！”

或“买房送车，一步到位！”

“买一套房，送一台车！”

三、活动时间：

2015年5月1日—5月31日

四、活动地点：

【一品尚都】营销中心

五、活动对象

一品尚都意向客户群及各车行（4s店）潜在客群

六、活动内容及细则

1、活动期间，凡在一品尚都购买120平方米以上房源，签订《商品房买卖合同》，即可送车一台，无需抽奖，即买即送，仅限50个名额，先到先得。

2、房源范围：剩余可售120平方米以上房源。 3、指定车型：

（3）购买140平方米以上房源（特价房除外），指定车型为：吉利远景2015款 mt进取型，市场价格53900元。

上述车型均为裸车，颜色任选，客户自行承担选购配饰、办理保险、缴纳购置税、上牌等费用。

4、购房客户可到本活动指定合作方（吉利4s店）更换其他车型，同时分别抵购车款：39900元（购买120-135平米房源适用）及49900元（购买140平米以上房源适用）。

5、无需购车的购房客户可按所购房源面积直接折抵房款：

（2）购买140平米以上房源（特价房除外），折抵房款48000元整。

6、本活动为最高优惠价，故不再享受其他任何折扣优惠。7、临沂建福地产保留对上述活动的最终解释权。

七、活动流程：

客户下定购房（定金1万元）签署《商品房买卖合同》（缴纳至少3万元首期款）按揭客户须提交银行面签资料且审批通过提车（由售楼部通知客户）客户自行办理上牌等相关手续。

八、现场布置

1、外场布置（真车展示）：前期与车行（4s店）充分沟通，由4s店提供新车5台，佩戴大红花，摆放于售楼部前坪醒目位置，打造户模区。（摆放时间：每天上午9点至下午5点）

此次活动的效果，请贵司提前出面协调城管等部门）

3、内场布置：制作x展架、现场展示牌，释放此次活动细则。

九、广告宣传

1、户外部分：售楼部门头广告1处、前坪广告1处，各主干道

人流集中区域悬挂横幅；

2、线下配合分销渠道，大量派发宣传单页。

十、活动预算：（待定）

宝马推广方案篇三

一、推广目的

1、使此次活动成为招商宝马今年在进一步提高客户服务质量、树立服务品牌方面的一项重大举措。从而使宝马能够吸引宝马的潜在客户，为宝马抓住和扩展市场份额打下坚实的基础。

2、借本次活动之机，向潜在客户宣传招商宝马将以更新的理念、更高的品位、更强的功能向广大的企业、用户、消费者提供全方位的金融服务。同时建立一个客户与宝马，客户与客户之间高质量长期的交流互动平台，从而树立本公司的品牌形象，与众客户建立良好的合作关系。

3、利用到场潜在客户的人际关系网进行人际宣传，通过对到场来宾的展示，从而达到大范围宣传宝马的优质高品位服务的目的，使宝马更好的占领市场份额，扩大业务量。

4、旨在营造室内良好的艺术氛围。为宝马潜在客户提供一个放松心情和陶冶情操的艺术休闲场所，使他们能更好的沟通，使宝马和其它赞助商之间形成良好的合作意向或者合作伙伴。

二、推广名称

高雅生活——宝马5系推广书

三、推广定位

通过本次活动提升宝马的知名度和品牌形象

四、推广主题

“感受驾驶 不断进取、群英聚首 体验尊贵”

本次活动将结合宝马汽车品牌形象特点，以音乐、车展、电影、服装展示为活动主题，设计独具一格的名车时尚展示，并通过高雅、娱乐等新锐的活动实施手法，为本次活动提供精彩的亮点。

五、组织机构

主办单位：宝马汽车

六、推广亮点

宝马汽车 广告新锐 强强联手

独到眼光 准确出击 步步到位

七、活动形式

八、活动具体安排

1、活动时间

待定

2、活动地点

具体待定

3、项目设置

4、参加人员

客户年龄：35岁—50岁（上下正负5岁）的成功人士

客户身价：500万—1000万

邀请人数：50人左右

九、活动具体流程安排

布置场地阶段：

工作人员到场布置场地

现场灯光音响设施

私房菜馆厨师自带食品、银制餐具，配套桌布

餐具摆放：包括现场桌椅摆放，酒水放置

宝马领导到场

进场阶段：

嘉宾、记者进场

主持人在前台介绍到场嘉宾

嘉宾在背景板上签名，赐名片

来宾在背景板前拍照留念

（活动结束后将照片与宝马宣传品一起做成活动纪念册，邮寄回来宾手中，达成后续的宣传，并使客户对宝马产生良好的印象）

背景音乐

开始阶段：

（一）、动感服饰show□ 模特表演，背景音乐）

（二）、车与电影(片断回放, 演员现场表演)

再现若干电影中与车有关的经典场面

（三）、宝马新车展示（车模，背景音乐）

（四）、专属沟通

1、宝马4s店代表与客户沟通

2、专业知识讲座和驾驶心得交流

3、汽车保养知识讲座

邀请专业技术人员进行汽车保养知识介绍和培训以及现场咨询等

4、车主自身驾驶心得交流

（五）、呼吸汽车时尚、体验有车生活

十、媒体策略

拟邀若干名江苏主流媒体的知名记者

十一、效果预测

1、通过此次活动，通过音乐促进交流，表现招宝马对客户
的答谢，从而进一步提升招行的影响力。增强潜在客户对宝

马的认知度与认同感，使招行在竞争日益激烈的市场下保证稳定和强劲的竞争力。

2、通过此次活动，借助音乐、电影、服装展示这样的良性平台，促进客户间的交流，从而扩大既有人气，为宝马的重点业务树立品牌形象，达到预期的宣传目的。

3、通过媒体炒作此次活动进一步提高宝马的影响力和知名度。

4、使宝马和其现有及潜在客户之间形成良好的合作关系。

一、品牌介绍

宝马现在是赫赫有名的豪华汽车品牌，他拥有悠久的历史。在初创阶段，公司主要致力于飞机发动机的研发和生产。BMW的蓝白标志象征着旋转的螺旋桨，这正是公司早期历史的写照，中间的十字象征着飞机的螺旋桨，蓝白象征着蓝天白云。这象征着宝马对天空的怀念。但是现在更确切的讲，宝马的总部在慕尼黑，德国的巴伐利亚州，而巴伐利亚州的州旗是蓝白相间的，宝马的名字又是巴伐利亚发动机公司，宝马就代表了巴伐利亚，代表了德国最精湛的发动机技术。1923年，第一部BMW摩托车问世。五年后的1928年BMW收购了埃森那赫汽车厂，并开始生产汽车。之后BMW将许多汽车制造史上的杰作推向市场，这些产品不断激发出强烈的感情和人们的渴望，铸就了BMW公司作为一家汽车制造商的杰出声誉。如今，宝马在品质、品牌塑造、技术研发、产品革新等方面依然处于领先地位。

二、营销策略

1、产品策略

虽然宝马一般在人们的心目中往往是豪华轿车，是少数大老板、经理高管的坐骑，但宝马也分为不少种类的车型，每个

车型都有自己的特色、用途。宝马车型分为很多车系，目前宝马的车系有1系、3系、5系、6系、7系、i系、m系、x系、z系几个系列。其中，1系是紧凑型汽车，3系是小型汽车，5系是中大型汽车，6系是轿跑，7系是豪华汽车，m是宝马的高性能版本，x系是宝马特定的suv车系，z系是宝马的入门级跑车。每一个车型都有各自的特色，各自的象征，能够赢得各种各样性格的消费者的亲睐。根据营销产品整体概念，宝马的产品可以分为潜在产品、延伸产品、期望产品、形式产品、核心产品。我认为宝马7系应作为当之无愧的核心产品，宝马是一个豪华品牌，而7系轿车更是突出表现了豪华、大气、富贵和优雅的一面。另外，宝马7系的配置也是最齐全的，应有尽有，所采用的技术也是最好的，7系将宝马的特色充分体现出来，因此宝马7系应作为核心产品。5系和3系价格相对较低，车型较小，运动感十足，虽然档次与7系相比差距很大，但也能让买不起7系消费者体会到宝马的操控性强，动力十足等优点，销量估计不会比7系差，因此3系和5系都应作为期望产品，z系、6系、5系、1系在中国市场上都不常见，是因为他们的用途偏向休闲，运动，但也起到了拓展市场的作用，因此可以作为延伸产品。此外，宝马还向消费者提供一些零配件、维修保养、部件升级等售后服务，这些就是无形的延伸产品。

2、定价策略

临世界上能源与环境以及政策方面的压力，排量越高的车，收的税就越高，3.0l~4.0l的车应当加价4920元，4.0l以上的应当加价7200元，因此7系的定价应该在92.8万~288万。新5系的入门价格一定会控制在50万元以内，宝马6系最为经典跑车，面向的是更高端人士，动力配置也拥有其他车系所没有的东西，因此定价为91万~187万不等，x系列是suv车型，面对欧系大型suv高昂的价钱，宝马理所当然不应该落后，从x3到x6车型，定价为50万~170万间。

3、分销策略

在试探期，一方面，外资跨国巨头们纷纷寻找中方合作伙伴，另一方面，中方合作伙伴也借外资之手，实现了原本不可能完成的企业兼并和重组工作。在稳定扩充期，设立四位一体的宝马专卖店、全程地延伸宝马公司的品牌、文化和价值，把代理商网络发展作为工作的重点。为了更好的满足日益增长和多样化的客户需求，宝马快速发展各地授权经销商，拓展全国销售和服务网络。在经济发达的东、南部二、三级城市设立新的网点，还要开拓了过去未曾建立服务设施的新区域，在全国形成密集型的网状覆盖。每千辆汽车平均占有的服务网点数量已经优于主要竞争对手。

面对市场拓展带来的种种问题，宝马应该把经销商的合理利益放在首要位置，制订营销策略的出发点；给经销商提供销售支持；汽车厂家要保持和经销商之间良好的沟通，以加强彼此之间的信任，同时在重点省份或重点市场都设有代表处，来进行经销商的日常沟通和管理，但要避免导致营销总部和基层经销商之间的沟通不充分而出现经销商在执行厂家政策时出现走样。

4、促销策略

寻找合作伙伴，举行各式各样的活动，如拍卖会、购物拍车。让消费者能够深入地了解宝马这个品牌，让品牌形象深入人心。宝马是在中国已经是公认的优秀品牌，宝马已经是一个百年老品牌，中间的十字象征飞机的螺旋桨，填充的蓝色与白色象征着蓝天白云，这充分表达了宝马对天空的怀念，现在也象征着宝马的腾飞，也代表了宝马不惧困难、继往开来、自强不息、与时俱进和敢为天下先的品牌精神，同时体现成功人士消费者的品味和理念。这些内容添加到广告中，足以震撼公众。

将宝马的性价比充分的体现出来，虽然宝马原先特有的技术现在很多其他品牌也拥有了，但总体上还是占有很大质量优势，同其他车进行比较，展现出你无我有，你有我优，让消

费者深深感受到花重金买了一辆宝马值得。

宝马推广方案篇四

全省车友会活动方案

开盘活动目的通过现场的布置，节目安排，人员的讲解，吸引目标客户群体，提升客户对

次活动的关注度和项目的认知度，从车友聚会中，扩大俱乐部影响，提升俱乐部

知名度。与此同时此活动传播汉风车友俱乐部文明形象和氛围，提高俱乐部商业

价值。为赞助商拉动内需，打响赞助商知名度，提高将来销售成交量。

互利双赢：通过此次聚会可达成俱乐部与汽车相关行业合作，更能为俱乐部

双赢的局面。

活动主题

以车会友，我们——天涯共知己

活动时间□ x月x日

活动场地：

酒店会议厅；多功能厅

活动内容安排

场内主要活动节目

(1) 开场舞（水鼓舞）

水鼓舞

水鼓舞集声、光、水为一体，激昂的乐曲，鼓动的节奏，激情四溅的水花，优

美的舞姿，魅力无限的灯光频闪效果，演绎出灿烂振奋的舞风和鼓韵，给观众目

不暇接的视觉冲击和审美享受，充分体现了不断攀升、不断探索、不断创新的情

结和生生不息的群体精神风貌。

在大型活动现场，一场水鼓舞是预示着接下来的生意兴隆，红红火火。以中国红为底色，承托出现场火热的气氛，h翻天的人气，是造势活动的绝佳选择。

(2) 热舞（现代舞：恰恰、斗牛、伦巴、桑巴、拉丁；爵士、机械□breaking□hip-hop□popping□locking□electric□turbo□house□

hip-hop

炫目热舞，绝对h翻全场，现场人气达到高潮，是吸引人们眼球的绝佳手段。

以团体舞炒热气氛，使现场观众激动难当。

(3) 互动近景魔术

近景魔术

舞台表演虽然显得神秘，却总与观众产生距离，舞台魔术师们也在努力“互

动”，但总体仍在台上。近景表演则不同，它和观众零距离，如此难度除更需手

体，使人在感到亲切、幽默、风趣的同时，平易中发生了奇迹，产生互动效果。

互动近景魔术，不必耗费巨资，却能使我们平凡的生活闪出火花。魔术对

普通人来说不再是遥不可及，近景魔术可以成为不同国籍、不同种族之间通行的“世界语”。它将是你用魔术的神奇让你轻松与人交往，与众不同！

（4）现场乐队表演

热情的乐团表演贯穿全场，是活动从头至尾不再单一枯燥，在乐团的烘托下

可以更好地炒热现场氛围。

（5）互动抽奖

抽奖墙 车友聚会，美酒美食之余，欣赏节目之中，主持人现场活跃气氛，台上台下

互动，抽取幸运大奖，幸运车友向长翻动抽奖墙墙面。（奖品以各赞助商产品优

惠政策，优惠券，纪念意义小礼品等）

（6）车友现场才艺大展示

各地车友，在共同爱好者面前，展示个人魅力，释放往日生活压力，使餐会

气氛再次达到高潮。

礼待天下（送礼品、美食）

参与的各地车友，品尝美食的同时，可以凭借邀请函都将获得现场赞助商纪

念品一份。

场内活动形式：

冷餐会

会场布置

1，冷餐酒会入口：放置花篮以及车友会为主题的宣传展板，花篮要求以红艳为

主，象征这次的冷餐酒会的成功，并设置贵宾签到台和礼仪小姐，贵宾签到后，由礼仪小姐带领贵宾踏着红地毯进入会场主活动区。

注：a□红地毯大小合适，一般是长15米左右，宽为2米左右，这样大小适中，突显贵宾气质。

b□要有鲜花拱门，拱门大小与入会门口相适，色调与色调一致□c□礼仪小姐身着旗袍，身高170cm以上，迎宾礼仪要求长相甜美，有气质。

2, 嘉宾活动区域: 要配置会场秩序人员4名和6名传餐服务员, 身高要170cm

以上。

注: a, 嘉宾活动区域内灯光布置十分重要, 要做到对人的打光上, 给人舒适, 各个灯光组合协调, 柔和。

b□场地的大小, 以能容纳所有嘉宾活动范围为适合, 主要根据到场嘉宾数量来定。

c□会场秩序员和传菜员穿戴整洁, 要求正装, 处工作需要外, 尽量不要随意走

3, 主持人台: 主持人的选择对于一场冷餐酒会相当重要。邀请有实力的乐队, 在酒会进行到必要的时候, 配合适当的音乐, 以达到烘托气氛的作用。

注: a□应选择有过主持冷餐酒会有经验的主持人, 要求普通话标准, 应变能力

强, 长相阳光, 要求西服正装。

b□主持人台的灯光要求以暖色调为主, 可以考虑粉红色, 台高不超过半米, 台

背景可以打上“以车会友”等几个与车友汇有关主要标题。并在背景下设置补

“鸿福开泰”车友会活动方案

为给广大福瑞迪车友提供一个交流感情、共享资源、团结互助、以车会友的平台。应广大车友要求, 将组织“鸿福开泰”车友会, 以增进友谊, 共述车情。为保证活动有序开展,

制定如下活动方案：

活动宗旨：以车会友

活动原则：费用aa制原则；财务公开原则；一切从俭原则

活动过程：

早7：30在东夷文化标志园集合（签到、领取车号、纪念品）——8：30驱车前往具有“小张家界”之称的黄花溪，开始为期一天的“走进大自然，体验幸福生活”旅途——泰和寺游玩——11：30统一就餐（期间：自我介绍、选举产生车友理事会、理事长讲话）——14:00到黄花溪游玩，观青州生态美景，合影留念——17：00车队集合，排放整齐，合影）——17：20车队集合，结束一天愉快聚会。

“鸿福开泰”车友会注意事项

1、遵循“安全第一”原则，注意遵守交通规则和法律法规，确保聚会活动人员安全与社会治安稳定。 2、参加活动要听从统一安排与指挥，有特殊情况要与组委会说明、沟通，确保活动有序开展。

3、注意提升个人素质，不乱扔垃圾，自带垃圾袋，将活动中产生的果皮、纸屑带走。

4、管理好自己的小孩，切实保障与会人员人身安全。 5、注意保管好自己的贵重物品。

“邯狮汇”车友会活动方案

为给广大508车友提供一个交流感情、共享资源、团结互助、以车会友的平台。应广大车友要求，将组织“邯狮汇”车友会，以增进友谊，共述车情。为保证活动有序开展，制定如下

活动方案：

活动宗旨：以车会友

活动原则：费用aa制原则；财务公开原则；一切从俭原则

活动时间：2013年6月23日上午10：00——下午2：00

参加人员：东风标致508车主

活动过程：

早10：00在人民路滏西大街交叉口行政中心停车场集合（签到、领取车标）——10：20驱车游街（人民路—釜东大街——
联纺路——中华大街—南湖（车队集合，排放整齐，合影）—
中华大街——丛台路）12：00统一就餐（期间：自我介绍，
谈天说地）——14：00车队集合合影，结束一天愉快聚会。

“邯狮汇”车友会注意事项

- 1、遵循“安全第一”原则，注意遵守交通规则和法律法规，确保聚会活动人员安全与社会治安稳定。
- 2、参加活动要听从统一安排与指挥，有特殊情况要与组委会说明、沟通，确保活动有序开展。
- 3、注意提升个人素质，不乱扔垃圾，自带垃圾袋，将活动中产生的果皮、纸屑带走。
- 4、管理好自己的小孩，切实保障与会人员人身安全。 5、注意保管好自己的贵重物品。

宝马推广方案篇五

宝马3系在演进到第六代产品的时候，其运动精粹与现代汽车科技相融合，备受称道的宝马设计套装概念再次引进，包括豪华、运动和风尚套装分别适用于相应车型，使原本丰富的车型组合更加个性化。

毕竟没有十全十美，宝马新3系还是有美中不足的地方，此次深圳龙航科技为了进一步完善宝马3系汽车科技的融合，推出了龙航三代宝马3系安卓导航，进一步展现除了宝马应有的科技豪华时尚感。

可能很多车主会认为，这会不会降低了原车档次，在质量上能否堪比？屏幕界面是专为宝马3系深度开发，界面简洁、大气，外观材质以原车内饰为基准，做工精致、细腻。与原车完美结合。

龙航三代宝马3系安卓导航最直观的亮点莫过于9寸的高清显示屏，更突显了视觉效果，深度定制的主界面左边为常用功能图标，右边为diy区域，车主可以把喜欢的程序图标拖过来，操作方式和智能手机差不多。

龙航在处理芯片上下足了功夫，最要体现在了图片处理方面速度大大提高，在开启应用程序以及游戏操作上都能体会到流畅的操控，体验智能车机全新模式。

1 无损音乐是一大特色，除了常见的wav□ape等格式以外，龙航安卓车载导航仪可以保证原文件所有数据，音质效果可以达到cd的播放音质，呈现最真实的声音。

龙航三代安卓导航具有全面的兼容性，除了支持rmvb□avi□720phd等10种以上视频格式，更支持1080phd高清格式，采用了进口原装高清屏幕，在视觉上效果更突出。

随着新交规的出现，蓝牙功能也越来越受到重视，支持蓝牙免提电话，一键接听来电，还可以调节音量大小，驾驶更安全。内置了2012凯立德夏季移动导航系统c-car版，有超过25万公里的新增道路，更新近50万个poi，完善安全行数据到万条，3d城市数量增加48%——2012夏季系列 凯立德移动导航系统c-car版用心在改变，提升您的导航体验。

龙航科技具有强大的研发实力，在保证龙航三代宝马3系安卓导航在产品的质量上符合了原车豪华高档的内饰风格，突出了时尚科技感更让宝马3系展现了新亮点，在做工上严格要求精益求精，丰富的功能性为消费者带来了新的汽车驾驶乐趣。