

题目：目标：1000 台保时捷车模

摘要：一位保时捷公关经理，对品牌的热情发展至今，甚至已经足以支撑一场个展

在过去的三个月里，上海保时捷体验中心举办了一场规模巨大且非常独特的汽车模型展，展品从最开始的 356 “No.1” Roadster 一直到最先锋的 99X Electric 电动方程式赛车。这场立体展现保时捷品牌历史文化的展览特别引人瞩目的原因是，这些展品都是属于一个人的收藏。

周琪炜(大家都习惯叫他 Kiwi)已经在保时捷(中国)汽车有限公司工作了九年，在这段时间里，通过精细的 1:43 和 1:18 比例模型记录的保时捷公路车型与赛车的发展，让他完全沉浸在品牌的历史文化海洋中。“九年前，我开始收集汽车模型纯属偶然，”他解释到，“在我刚加入保时捷中国大家庭时，正值 911 的五十周年纪念，公司为员工举办了一场内部竞赛，奖品是 911 五十周年纪念版的车模，那也是我的第一个汽车模型，但它触动了我的内心。”

Kiwi 开始慢慢收集一些有意思的公路车型和赛车的车模，并通过书本和网络等平台上的信息发掘这些车型背后的故事与历史。当保时捷在 2015 年赢得勒芒 24 小时耐力赛后，他的收藏有了指数级增长。

随着他的收藏越来越丰富，Kiwi 开始在社交平台上和同事们分享照片，用它们向有意愿了解的人讲述保时捷那些令人难以置信的赛车故事。阅读该品牌历史中不熟悉的章节，往往会让他接触到此前未曾了解的车型，如果可能的话，还会收入相关车模。相反，有时看到一款不熟悉的车模在出售，他就会去探索那辆车的历

史渊源。“我的收藏有两种方式，”Kiwi 笑着解释说，“要么我了解了一个故事然后买车模，要么我先买车模然后去了解它背后的故事。”

在保时捷的销售部门开始他的职业生涯后，他在上海的上司很快发现他的热情和知识可以在其他地方得到更好的应用，他被提升为公关经理，这个职位现在负责处理保时捷在公路和赛车领域的品牌传播。这些车模仍然是他工作实践中不可分割的一部分，部分收藏被用于面向媒体的展示，用以说明某些产品线的演变。

这个最新的、也是迄今为止规模最大的展览的办展思路是在去年产生的，当时上海保时捷体验中心意识到在支持中国东北举办的保时捷冰雪体验“凌驾风雪”期间，它的试驾车将大幅减少。体验中心的负责人希望在此期间访客们仍然有一些可以享受的内容，并建议 Kiwi 可以用他的一些收藏来填补空白。

很快，一个充满创意、精心设计的展览方案就被设计了出来，使用“PORSCHE”7 字母为造型的 7 个大型三维立体展台中描绘了从沙漠拉力、赛道到城市景观的一切。在一进门的模型墙上，有 480 辆属于 Kiwi 的车模，数百个车模展现了保时捷从不起眼的格明德（Gmünd）锯木厂到跑车设计和参与国际赛车运动登峰造极的历程。这次展览总共展示了其近 900 台车模收藏中的约 700 台，这些车模都是 Kiwi 不断增长的个人收藏。

Kiwi 对保时捷的公路和参赛经历有着丰富的知识和热情，当他不得不选择一个最喜欢的赛车时，他毫不犹豫。“我有一辆车，是非常精致的 1:18 比例的 917/30 Can-Am 赛车模型。你可以卸下所有的盖板，看到底盘结构，发动机和涡轮增压器。它是相当高级的车模，虽然我没有学过车辆工程，它真的帮助我理解了保时

捷赛车的构造和原理。我可以盯着那辆车模半天也不会觉得无聊！”