

**标题：以客户体验为中心，保时捷 e 享空间正式落户长沙**

**摘要：未来零售理念持续深入中国市场**

- 》 中国第三家保时捷 e 享空间盛大开业，融合个性化、专属服务与艺术元素，强调沉浸式客户体验
- 》 “预见·新世界”艺术展在现实与虚拟世界同步拉开帷幕，保时捷睿云艺术馆作为全球首个汽车品牌专属虚拟艺术馆上线
- 》 “e 享空间”是保时捷未来零售战略中的重要一环，旨在为更多年轻人群及新客户打造独特的体验空间，创造新的灵感共鸣

2023 年 2 月 27 日，基于未来零售模式打造的保时捷 e 享空间落户长沙。着眼于城市高端零售概念，长沙保时捷 e 享空间强调对个性化定制、专属化服务与沉浸式体验的塑造，并通过艺术氛围传递强烈的多元品牌价值，吸引更多年轻人群与新客户的关注。同时，伴随着长沙保时捷 e 享空间的盛大开业，一场为期两周的线上线下联合主题艺术展览——“预见·新世界”同期举办。该艺术展由保时捷中国携手 ART021 上海廿一当代艺术博览会共同打造，旨在传递艺术的感染力与生命力，解读青年艺术家对于后疫情时代社会变化的独特反思。

坐落于长沙市雨花区步步高星城天地，长沙保时捷 e 享空间将多元化的功能相叠加，成为了真正意义上的城市新空间。在这里，客户不但可以通过挑选个性化定制配件，收获定制梦想之车的乐趣，还能够享受到贴心的代客充电和泊车等专属服务。而艺术元素的融入更增添了现代奢华的氛围，完美诠释“保时捷未来零售体验”的概念。

## **保时捷中国总裁及首席执行官柯时迈（Michael Kirsch）**

“长沙保时捷 e 享空间的开业是我们融合零售与艺术元素的一次尝试，在如今瞬息万变的商业环境里，我们希望塑造更多与品牌深度关联的零售体验。保时捷坚信，无论是新零售概念下的保时捷 e 享空间，还是此次现实与虚拟相结合的艺术展览，都将成为保时捷对话年轻群体的全新场景，为品牌注入更多活力。”

## **长沙保时捷 e 享空间通过沉浸式体验传达品牌理念**

长沙保时捷 e 享空间运用了实时粒子渲染数字艺术，打造出沉浸式的独特体验。结合长沙本土特色元素，定义了四个数字艺术主题，分别为遒劲—风沙岩石、泰然—森林云雾、韧性—水波纹，以及绚烂—城市霓虹。其展示画面将随着时间不断流动变化，保时捷流线设计车身轮廓穿行其中，让每个客户在每一刻的体验都是与众不同的。同时，精心设计的各个功能区域，如个性化定制区、咖啡吧、保时捷车主精品等，都会让客户身临其境地感受到保时捷产品及跑车文化的非凡魅力。

## **投资方永通集团董事长蒋宗平**

“长沙保时捷 e 享空间的隆重亮相，是永通集团持续深耕中区市场的又一印证。长沙保时捷 e 享空间是全新未来零售体验空间。我们很荣幸能够与保时捷中国一起，共同为我们的客户提供独一无二的沉浸式体验，将保时捷独特的品牌魅力呈现给大家。”

## **“预见·新世界”：联通现实与虚拟的艺术展**

配合此次开业，保时捷特别联合艺术机构 ART021 打造了“预见·新世界”艺术展，在现实空间与虚拟世界同步拉开帷幕。这场为期两周的艺术体验，由 ART021 上

海廿一当代艺术博览会、JINGART 艺览北京及 DnA SHENZHEN 设计与艺术博览会联合创始人应青蓝女士与其虚拟人策展助理时灵希（Liva）共同策划，同期在长沙保时捷 e 享空间以及保时捷打造的虚拟艺术馆——“保时捷睿云艺术馆”精彩呈现。现实展览汇集了 2020-2021 保时捷“中国青年艺术家双年评选”三位获奖者的艺术作品，构筑了令人深思的艺术景观，呼唤人们心中对“新世界”的呐喊。

此次全新上线的保时捷睿云艺术馆，是全球首个汽车品牌专属的虚拟艺术馆。其外观结合了保时捷车身的经典流线型设计，充满运动张力和未来感，更模糊了艺术建筑与汽车的边界。展馆内部分为三大区域：品牌艺术畅想、主题艺术展览和用户艺术共创。每个展区分别对应着不同的艺术构思，包括：艺术家以保时捷车型为蓝本而创作的艺术作品，如“996 天鹅”；九位青年艺术家，包括保时捷“中国青年艺术家双年评选”的入围及获奖者，充满想象的艺术作品；以“梦想·着色”为主题的用户共创展区，可借助 AI 自动生成技术创造属于自己的作品。每一幅艺术作品都诠释着保时捷品牌所激发的无限艺术可能。

未来，保时捷睿云艺术馆还将借助这一虚拟世界的艺术载体，呈现不同主题的艺术展览，将品牌对现代奢华生活方式的理解以独特形式呈现在数字世界，为保时捷爱好者营造令人难忘的品牌体验。

凭借长期以来的开拓精神，以及对创新产业和消费趋势的密切关注，保时捷将不断推进其在数字世界的探索，扩大数字资产，以进一步满足 Z 世代及年轻群体对品牌日益多元化的需求与偏好。