

**标题：多元服务触手可及，保时捷数字化产品助力用户体验升级**

**摘要：为用户呈现多元化的品牌体验和出行方式**

随着消费者生活节奏和社交方式因数字技术而不断更新，品牌需要提供哪些数字化产品和服务来满足他们对实时互联体验和个性化内容的期望？保时捷中国业务部门与保时捷数字科技团队以创新驱动体验，持续推进品牌数字化升级，以保时捷微信小程序和保时捷 App 为纽带，为用户呈现多元化的品牌体验和出行方式。

### **从产品到文化，全方位感知品牌**

保时捷深厚的历史与独特的文化是与用户沟通互动的重要基石。为了更广泛地触达喜爱保时捷的用户，保时捷微信小程序和保时捷 App 上提供了多种类型的互动方式，两个平台同步更新包括新车发布、活动信息、赛事新闻等最新动态，让用户深入了解保时捷的产品与文化。在小程序上，用户还可以寻找并参与与自己生活理念契合的活动，选购官方精品商品与配件，或是预约前往保时捷中心，感受沉浸式驾控体验，与品牌零距离接触。

### **购车体验升级，线上线下无缝衔接**

在中国市场，通过在线渠道购车正在发展为消费者的常见选择与偏好，但想要真正实现“线上选车”到“线下提车”的无缝衔接，还需要深入挖掘用户需求，将数字化方案与线下服务有机融合。

基于用户不断增长的信息需求，保时捷微信小程序中增加了“全部车型”介绍页面，以使用户了解各款车型的技术参数、设计理念与价格信息。当用户产生购车意向时，可以使用“经销商地图”寻找附近的经销商并联系预约试驾；对于有“更快提车”需求的用户，也可以进入“购车”板块，开启线上选购之旅。

传统线下购车环境中，用户需要花费较长时间走访不同经销商门店，了解各店的库存信息。保时捷微信小程序让用户足不出户，即可浏览全国各经销商的新车与易手车信息。

小程序推出了精细化的查找功能，方便用户根据价格、车款、颜色、选配装置、车况、上牌地等条件进行个性化筛选。数字科技产品团队运用智能算法，解析用户的浏览习惯与偏好，使小程序能够更加准确地预测用户需求，推荐满足条件的车辆信息，大大提高搜索效率。此外，基于定位服务，用户还能够查询到附近保时捷经销商门店，与销售顾问在线即时沟通，一键获取车辆海报、活动资讯等内容。

### **全旅程陪伴用户，惬意驾乘**

保时捷始终将为用户提供卓越的驾乘体验视为品牌的目标之一。这不仅体现在对产品的持续创新与升级，也体现在对数字化应用的大力投入与优化中。为提高用户的出行效率与便利性，保时捷正逐步推动各数字化产品的深度整合，用户无需在不同应用之间跳转，即可享受查看车辆状态、远程控制车辆、充电等全方位服务。全新升级的保时捷 App 集成了车辆信息、智慧互联、充电地图、服务包购买维修等多项功能，涵盖出行前的准备到返程后的服务，将人与车的连接从车内拓展至车外，给予用户全旅程的陪伴与关怀。

现代生活的快节奏下，车主们常因事务繁忙而忽视车辆的实际状态与保养需要。在保时捷 App 中，用户可以随时查看座驾的最新续航里程与保养状态，根据提示安排相关服务，让爱车时刻保持出色性能。

日常出行中，保时捷 App 也为用户带来了全新的使用体验。根据车型的不同，用户可提前通过 App 启动车载空调，让座驾达到舒适温度；在非授权移动或车

速过快时，App 会实时推送警报提醒，确保车辆的安全与可控性。

### **充电无忧，安心畅达目的地**

电动汽车的充电便利性一直备受用户关注，为了满足 Taycan 车主在日常出行、长途旅行等不同场景下的充电需求，保时捷 App 中提供了家用充电桩、保时捷尊享充电服务、目的地充电及第三方充电桩等多种选择。

用户在经销商提交安装信息后，可以在 App 上查询家用充电桩硬件的物流和安装进度；出行中如需充电，可根据充电桩类型(交流或直流)、使用情况(空闲数量和总数量)、距离等条件按需筛选充电站。对于使用保时捷自营充电站的用户，App 中特别推出了停车位预约、提前下降地锁等功能。保时捷 App 目前覆盖了端到端的充电全旅程，用户只需开启一个应用程序即可享受“搜索到站-扫码-实时充电监控-移动端支付”的一体化服务。不同充电方式的合理衔接，让用户能够随时找到离自己最近、最适合的充电方案，安心畅达每一处目的地。

随着数字平台的丰富和扩展，保时捷为广大用户带来了全新升级的产品与服务。未来，保时捷将持续挖掘数字技术在更广泛场景的应用，加速数字产品延伸至销售、驾乘、服务等各个层面；同时，继续加强与用户的互动和交流，不断丰富用户体验，满足个性化、多样化的需求和喜好。