

Porsche Christophorus 338

Porsche China 保时捷（中国）汽车销售有限公司

开拓新城：保时捷辉耀 2009 上海车展
上海车展幕后实录
空中盛宴
Panamera 印象：翩若惊鸿，宛若游龙
永不褪色的中国承诺



以下篇幅主要介绍中国的情况。
图片和文本由 **Porsche** 保时捷（中国）汽车销售有限公司负责提供。



迄今为止中国地区最大的保时捷展台吸引了全世界关注的目光

宏拓新域： 保时捷辉耀 2009 上海车展

文
Steve Thomson

摄影
Derryck Menere

2009 年上海国际车展上保时捷精彩绝伦的表现再一次诠释了其超越自我、挑战极限的信念。历史上的中国车展，从来没有一次像 2009 上海车展这样，受到众人如此强烈的期盼。而最令保时捷感到欣喜的是，今届上海车展所创造的丰硕成果亦是史无前例的。

保时捷选择在 2009 年上海国际车展上，全球首发全新 Panamera 车系，这份荣耀，已注定使得 2009 上海车展成为一个非同寻常的汽车嘉年华。此次展馆规模之大、参展厂商之多，势必将在全球车展史上留下

浓墨重彩的一笔。4 月 20 日至 28 日期间，来自世界各地数十万记者及 VIP 贵宾，在位于浦东的上海新国际博览中心内济济一堂。迎接他们到来的，是一场激动人心的华丽展出。

从 2009 年亮相至今，上海车展已俨然成长为全球最具权威及影响力的车展之一。若将时针倒拨至近 25 年之前的第一届上海车展，徜徉于面积仅达 1 万平方米的展览空间的观众，恐怕怎么也料想不到今日上海国际车



展之盛况。此次上海车展的展区面积破纪录地达到 17 万平方米。在为期一周的活动中，更有超过 60 万名车迷前来观展。

保时捷在此次车展上派出了共 15 款车型的豪华阵容，其所体现的开拓创新精神，恰与 2009 年上海国际车展的主题“科技·技术·新境界”不谋而合。车展中的保时捷展区面积达 1400 平方米，是保时捷在中国参加过所有车展之最。保时捷还突发奇想地在展区中开辟两层空间，设于二楼的贵宾服务区可容纳 180 人，能让保时捷的 VIP 宾客在宽敞空间内一边品尝美饌佳酿，一边在保时捷新款 Cayman 的陪伴下，俯瞰上海国际车展所呈献的视觉盛宴。

一楼展台亦是精彩纷呈，14 部保时捷车型以华美之姿，令前来参观的车迷流连忘返。在车辆旁的信息屏辅助之下，车迷得以尽情探

索钟爱车型的技术性能。三部 Panamera 陈列在展区后方，被保时捷的其他经典车型簇拥其中，场面甚是壮观。参观人群络绎不绝地穿过展台中央，只为一睹保时捷最新研发的这一车款的芳容。

为了让车迷们更为全面地认识保时捷新一代四门 GT 跑车 Panamera，保时捷还设计了一个名为“技术之旅”的演示区，通过一系列互动展示，引导车迷们通过 Panamera 理念、底盘与驱动、技术与革新、通讯音响系统以及设计等五大领域，逐一领略保时捷 Panamera 的精髓所在。

当然保时捷展区并不由 Panamera 独美，亚洲首发的 Cayenne S Porsche Design Edition III 和首次在中国登场的 Cayenne S Transsyberia 锦上添花，令保时捷展场熠熠生辉。车迷无论从哪个角度参观，均有惊

喜发现，更有车迷在喜爱的车型前驻足凝神，久久不愿离去。难怪在车展开始仅数日，所有车均预售一空，惊人的销售佳绩很大程度上得益于 2009 上海国际车展所营造的轻松、互动而有益的氛围。

2009 上海国际车展获得了超乎想象的巨大成功，车展期间所举行的一系列活动也必定将被载入车展史册。对于保时捷中国而言，这次车展更具有特殊的意义，因为其代表了保时捷进驻中国八年以来最辉煌的一瞬间之一。

接下来的几页中，您将继续读到更多关于此次上海车展的内容及此次车展于保时捷中国的非凡意义。



空中盛宴

文
John Lynch

摄影
Derryck Menere

2009年4月21日，保时捷借新车型 Panamera 全球首发这一重要时刻，在上海环球金融中心举办了隆重的VIP发布会，以感谢广大客户的支持与参与。正是有了他们，本次首发才能取得圆满成功。全国各地的保时捷爱好者们云集于此，共享盛大的庆祝晚宴，同赏当晚精彩的娱乐表演，并见证 Panamera 无与伦比的动人曲线。

夜幕初降，170余名宾客应邀来到了浦东香格里拉大酒店，参加新车发布之前的鸡尾酒会。伴随着轻松悠扬的爵士乐三重奏，各方嘉宾在酒会中展开了愉快而积极的交流。来自全球各地的记者、来宾以及保时捷中国的代表们热切地讨论着即将开始的活动。随后，贵宾们在静候于会场之外的保时捷 Cayenne 车队的护送之下，前往气势磅礴的上海环球金融中心。

儿童合唱团以其纯真无瑕的天籁之音，在新上海的标志性建筑——上海环球金融

中心迎接着各方贵客的到来；Panamera 盛大揭幕仪式的主会场正是位于94层的观光大厅。走出电梯，宾客们便来到了晚宴现场——距离地面足有423米之高的空中观光厅。

保时捷精心规划了整场晚会，充分彰显了本次活动的重要意义。电视节目主持人孙丽洁热情地邀请嘉宾入席，为他们介绍了餐桌上的精美佳肴以及当晚美轮美奂的娱乐表演。全体嘉宾怀着激动而期待的心情纷纷入座，等候演讲嘉宾上台致词。 ▶



保时捷中国首席执行官柏涵慕先生 (Mr. Helmut Broeker) 走到台前, 就保时捷在中国所取得的成就表达了内心的喜悦与自豪, 并对全体相关人员在此期间的大力支持与辛勤付出致以了衷心的感谢。在新车揭幕仪式开始前, 柏涵慕先生欢迎保时捷德国总部负责销售与市场的执行副总裁贝宁先生 (Mr. Klaus Berning) 上台。全新车型 Panamera 随即成为全场瞩目的焦点。



大屏幕上开始播放视频短片, 整个会场顿时安静了下来, 全体观众不禁为屏幕上一幅幅精美而壮观的画面所折服。短片播放完毕后, 荧幕渐暗, 预示着本次活动的主角即将登场。当保时捷全新车型 Panamera 从后方缓缓驶上旋转台时, 全场爆发出了雷鸣般的掌声, 每一位宾客都为其有幸初睹这一至臻完美的技术成就而激动不已。



来自德国的 Panamera 的总设计师毛迈恪先生 (Mr. Michael Mauer) 从停在旋转台上的 Panamera S 内走出, 怀着满腔的激情, 为在座嘉宾介绍了这一突破性新车型中的各项设计创新。详细的介绍再次触动了全场来宾好奇的心弦。人们走上前来, 悉心观察着眼前缓缓转动的 Panamera S, 不少人情不自禁地连声称赞。

在掌声和赞誉之中, 保时捷具有里程碑意义的全新车型正式登陆全球市场, 开启了又一段激动人心的保时捷传奇。





先知 先行 先达

限量版保时捷 **Cayenne Edition Style**

因有先见之明，故可一路先行：仅为中国大陆限量发行500台，专配涵盖中国大陆的GPS中文系统支持。

独特的玄武岩黑金属漆和马卡达姆金属漆可供车身选用，标准运动座椅提供黑与哈瓦那黄。

黑与钢灰两种颜色组合，以稀世风范，抵达睿智在前的驾驭境界。

售价RMB976,000起。欲垂询详情，敬请联络保时捷中心或登陆www.porsche.cn。

保时捷推荐 Mobil 1



PORSCHE



Panamera 印象：翩若惊鸿，婉若游龙

保时捷一向都会给人留下深刻而又独一无二的印象。**Panamera** 的全球首发为我们提供了一个绝佳的机会，让我们在第一时间倾听各路嘉宾对这款全新车型的第一印象。在此，我们撷取了若干来自现场的最真实评价，他们的意见代表了许许多多 2009 上海车展参观者的心声。





林小姐, 北京

“我对 Panamera 的第一印象就是十分大气。第一眼看到这款车, 就会感到它充满了巨大的力量。从设计上看, 我感觉它非常沉稳, 驾驶起来应该比较安心。我很喜欢这车的内饰, 看上去非常漂亮。此外, 前排座椅的舒适度很高。我认为, 四座车型在中国有很大的市场, 保时捷 Panamera 进入这个市场是一个明智之举, 势必会取得不错的市场份额。”

蒋先生, 常州

“看到 Panamera 的时候, 我感到十分惊喜。Panamera 的外形和轮廓完全是典型的保时捷特色。实际上, 我一听说保时捷要推出四门车型, 就开始非常关注这车的进展, 最近几个月来我一直在跟踪了解这款车的动态。今天看到的车总体上还是让我满意的。我非常期待这部车在中国上市。”

刘小姐, 广州

“我的丈夫和我的老板都一直想要买辆 Cayenne。不过后来我们知道了 Panamera 要上市的消息, 我们就决定先看看这个车型是不是更适合我们的需求。今天在这里看了真车以后, 我们会讨论一下选择哪一款。之所以要买保时捷, 是因为我觉得人要对自己好一点, 要懂得享受生活。这车就好比是送给自己的一份礼物。”

张先生, 北京

“我认为 Panamera 特殊之处在于, 无论是驾驶员还是乘客, 都能同时感受到保时捷的驾乘体验。很明显, 车内空间很大, 舒适性很好, 而且最重要的是它完全没有牺牲跑车的性能。在我看来, 这一全新车型在中国将非常受欢迎, 将和 Cayenne 一样成功。”

工藤先生, 东京

“这次, 我特地来上海完全就是为了看看 Panamera, 我不打算参观其他展台。今年 1 月份的时候我已经在银座下了订单。5 月份我会最后确定车身和内饰颜色。Panamera 有很多的选装配置, 这也很吸引人。当然最好的一点是它有四座。不仅平时可以开去工作, 假期里也能驾驶 Panamera 出游。”

邝先生, 新加坡

“Panamera 的驾驶座位置很接近 911, 所以坐在方向盘前的感觉非常棒。拥有保时捷就是为了去驾驶它。我也很欣慰地看到, 虽然这款是四座的设计, 但保时捷仍然保持了最原本的设计理念。另外, Panamera 在中国首发让我感到非常自豪, 因为我的根在中国, 这一点也是此次我来上海的主要原因。”

古先生, 香港

“作为香港保时捷俱乐部的负责人, 我是一个十足的保时捷爱好者。坐在保时捷展台二层, 一边享用午餐, 一边俯瞰陈列在那里的保时捷 Panamera, 我感觉到我越来越喜欢这款车的设计了。尤其是前脸的形象, 完全就是你所期待的保时捷汽车应该具有的曲线。”

Ian Lyons 博士, 吉隆坡

“我第一次与保时捷亲密接触是乘坐一部 Cayenne Turbo ——那感觉太奇妙了。所以我一听说 Panamera 要发布的消息, 就马上付了定金。我觉得, 保时捷代表的是纯粹的驾驶。而在我们面前的这款新车既适合热爱驾驶之人, 也完全适合全家一起出行。今天, 我亲眼看到了 Panamera, 我认为它是物有所值。”

上海车展幕后实录

文
Steve Thomson

提起 2009 上海国际车展的精彩看点，自然少不了保时捷新车型 **Panamera** 的闪亮登场。自保时捷宣布将在本次车展上举行全新 **Panamera** 的全球首发以来，中国各地的保时捷中心无不因此而备受鼓舞。为迎接这一激动人心的时刻的到来，为确保整场活动的成功举行，保时捷跨越全球的团队经历了长达数月的精心规划，付出了无数的心血，对每一个细节都进行了缜密的推敲。现在就让我们一同深入 2009 上海车展的幕后，发掘盛会背后鲜为人知的点点滴滴。

去年 5 月，2008 北京国际车展顺利闭幕后不久，包括保时捷在内的各大汽车品牌就陆续收到了 2009 上海国际车展的首批邀请函。这意味着各大品牌必须在有限的时间内，做出与参展相关的一系列重要决定。对保时捷而言更是如此，因为公司的高管管理层此前已决定在中国举行全新 **Panamera** 的全球首发，此时此刻摆在保时捷团队面前的任务，就是如何巧借上海车展的天时地利，成功举办这一具有里程碑意义的新车发布活动。

在接下来的数月内，保时捷德国总部与保时捷中国展开了紧密的合作，就展台的规模、参展的车型及数量，以及选择最为适合的展台等问题进行了全面、仔细地讨论。在明确了本次展览的主题概念，并充分考虑了新车型国际发布会所应具备的各项条件后，保时捷最终决定在展区内搭建总面积约 1400 平方米的三面开放式双层展台；这是保时捷在中国有史以来最大的展台。随即，保时捷与活动主办方展开了长时间的磋商，为本次展览挑选了上海新国际博览中心 W5 展厅的中心区域。基本要素俱备后，保时捷便展开了无比详尽的内部准备工作。

理念和目标上的统一对上海车展的成功举行起到了十分重要的推动作用。筹备展会时，往往需要同时开展多项任务，因此团队合作在整个过程中是不可或缺的。从展台的搭建、车辆的运输，到每位工作人员所需承担的具体职责，每一个微小的细节都得到了足够的重视。



保时捷中国市场部展会经理李诗甫先生在参展决定作出伊始，就参与到了整场活动的各项准备工作之中。第一项任务就是安排保时捷展台的搭建工作。从施工人员到平面设计师，全体相关人员的工作都必须协调妥当，以确保地板、墙面、视觉等硬件的准备工作都能按时完成，并尽可能呈现最佳的效果。

“所有的细节都必须一而再、再而三地进行确认，”他解释道，“我们绝不允许出现任何的疏忽，否则将无法缔造百分之百的完美体验。”从为期一周的上海车展上保时捷的表现来看，追求完美的精神已融入了所有工作人员的内心。保时捷展台每天需接待约 1500 名参观者，再加上 15 辆保时捷汽

车，这就意味着整个展台必须在任何时候都能承受约 30 吨的重量。此外，保时捷中国还首次在展台的第二层陈列了一台保时捷——新款 **Cayman**。保时捷团队早早地就预计到了这种需求，并亲自监督大量的测试与研究，以确保展台的基础架构及设施尽早完成，从而为后续的装配及其他准备工作留出充裕的时间。

正如每一位负责展会安排的工作人员所知，初期的展台搭建只是漫长准备过程的环节之一。接踵而来的各项任务，就是为整个展台定制所需的设备与家具，以及将专程从德国运抵车展现场的 **Panamera** 专用转台正确地安装到展台的后方。另一个需要特别关注的问题是二楼的贵宾招待



区域。区域内需配备可随时招待 180 名 VIP 贵宾的酒吧、厨房等设施及用餐区；这一切细节都密切关系到保时捷能否如愿在 2009 年上海国际车展上为各方宾客带来完美的体验。

除了展台的实际搭建工作外，同时进行的还有保时捷各项展览活动中最重要的组成部分——参展车辆的准备工作。将 15 辆保时捷汽车从德国按时运抵上海绝非易事，无论是通过空运还是海运，必须尽一切可能确保参展的各款车型按时到达目的地，以免出现任何不必要的麻烦。

除了确保整个运输过程的顺利畅通外，保时捷还须避免全新 Panamera 在上海车展开始前过早曝光。在从德国经阿姆斯特丹

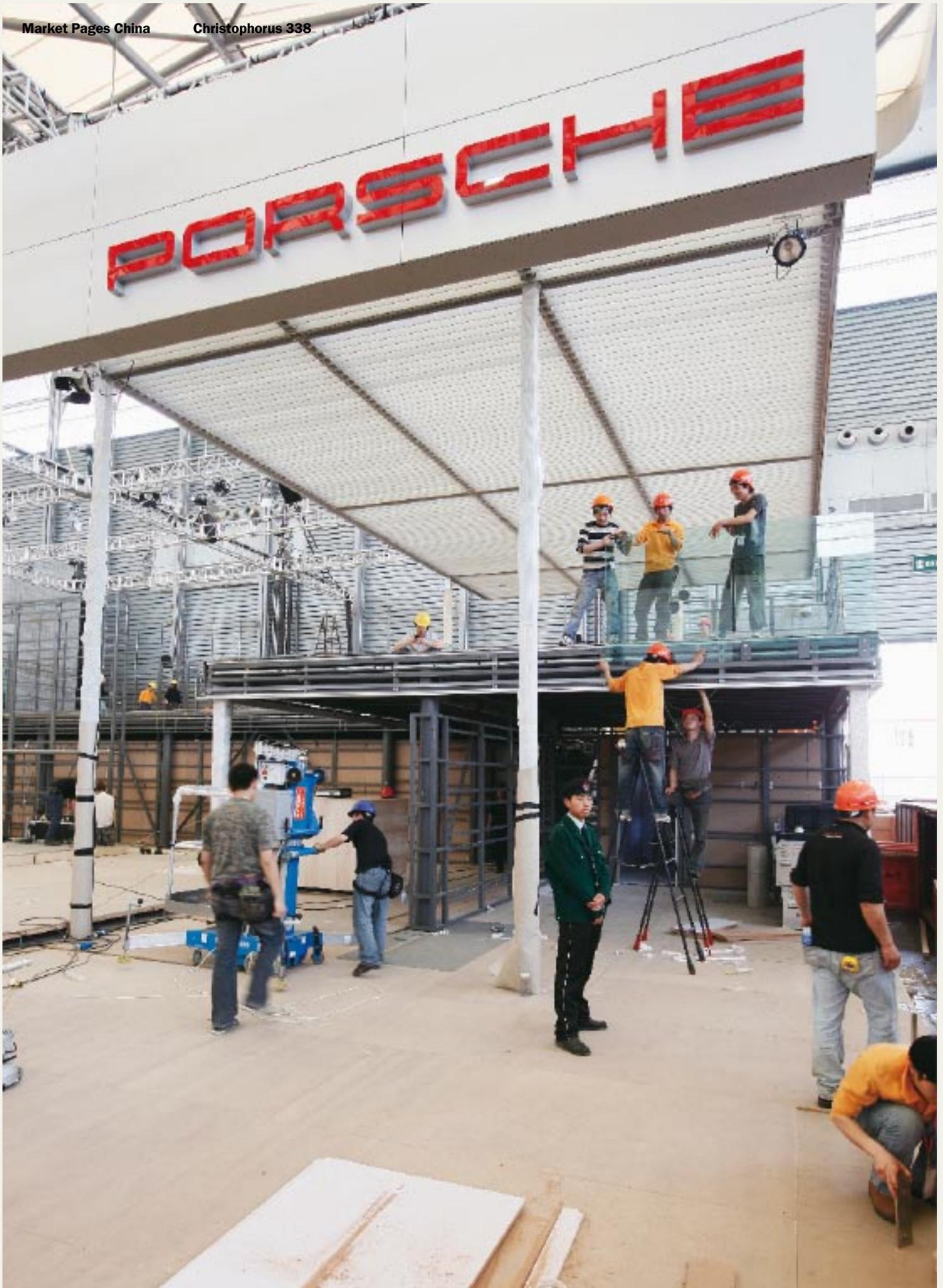
运往上海浦东国际机场的途中，Panamera 始终处于严密的监控之下。车辆的外部均带有经过特别设计的双层保护罩。参展车辆抵达中国并经过海关检验后，即被迅速转移至了上海近郊的秘密仓库内。在此过程中，仅两名保时捷中国的工作人员持有打开车罩的钥匙。

在繁华的大都市上海静静隐藏了数周以后，保时捷参展车型终于动身前往属于它们的展台。专业技师也悉数到场，就如何调整展台的顶部照明给出建议，并亲自动手调节，以确保到场宾客均能获得最佳的视觉效果，细赏每一款独特车型设计所具有的动人特质。最终的修饰工作完成后，保时捷展车各就各位，以完美姿态静静等候着参观者们的到来。

为期一周的上海车展预计共迎接 60 万名爱车人士到场参观，保时捷仍然一如既往地邀请饶有兴趣的参观者登上展台，与参展车型近距离接触。“每一位参观者都是保时捷尊贵的客户，即便他们并没有打算购买汽车。我们的宗旨就是为全体宾客创造一场十分宝贵且耐人回味的顶级跑车感官盛宴。”李先生如是说。

为了创造这种无与伦比的体验，热情、称职的服务团队必不可少。保时捷在车展开始前的数月内，悉心组建了由 150 人组成的庞大服务队伍，为前来观展的宾客提供无微不至的服务。其间所需进行的安排及所需关注的细节，绝不亚于展台的搭建与车辆的运输这两大关键环节。保时捷中国的高层管理人员直接参与到了服务团队的 ▶





挑选与组建过程中,对候选人进行面试,以确保每一位现场工作人员对各自的具体职责了如指掌。

保时捷从全国上下的各大保时捷中心挑选并组织了专业技能卓越且深谙客户关怀之道的销售顾问团队。同时,通过严格的面试与筛选,一支经验丰富的礼仪团队也最终形成。而在车展开始前的数月内,保时捷已就本次活动的重点细节反复叮嘱派往活动现场的专业安保团队,其中最主要的就是如何对保时捷展台范围内的参观者数量实施最佳监控,以确保每一位参观者都能在一种既轻松又有充裕时间的状态下观赏、了解保时捷各款车型。

车展期间,保时捷需要接待来自全球各地的数百名尊贵宾客,包括重要的特别来宾——欧洲保时捷汽车控股股份公司监事会主席沃夫冈·保时捷博士(Dr. Wolfgang Porsche)。这一环节的准备工作的准备工作同样容不得半点疏忽。为确保各方贵客能在车展过后满意而归,负责准备本次活动的保时捷团队竭尽所能,帮助他们做好逗留期间所需的一



“Panamera 技术之旅”旨在向参观者展示全新 Panamera 的各项先进技术特性



现场设置了专区展示全新 Panamera 的独家配件和 Burmester 音响系统

切安排。李先生坦言:“保时捷团队需尽其所能,对一切事物及情况作出合理的预计,我们必须及时、准确地发现每一位宾客真正的需求,并为他们做好相应的准备。”

最终,2009 上海国际车展在众人满意的目光中圆满落幕,为保时捷谱写了发展历史中的又一重要篇章。甜蜜的胜利果实将漫长准备过程中所夹杂的汗水与辛劳一扫而空。保时捷中国市场总监贝奇先生(Mr. Patrick Pesch)出自肺腑的一席话,道出了本次活动的每一名参与者此时此刻的感慨心情:“能有机会在中国,在 2009 上海国际车展上举行保时捷全新车型 Panamera 的全球首发,保时捷中国感到荣幸之至。保时捷团队在本次活动的幕后付出了巨大的努力,让我们最终得以在此满怀自豪地与中国各地的保时捷爱好者共同分享这一人生中绝无仅有的体验。”



宽敞的贵宾专属招待区,带有酒吧、用餐区和休息室



永不褪色的中国承诺

文
Steve Thomson

保时捷最新四门车型 **Panamera** 在 2009 上海车展上的全球首发，是保时捷进驻中国八年以来最重要的一座里程碑。在这个意义非凡的时刻，回首保时捷中国过去几年取得的成就具有特殊的意义。就让我们一起重温她在中国市场上不断创新，传承经典的历程吧。

2001



中国第一家保时捷中心落户北京

2001 年 2 月，香港捷成集团在北京成立中国大陆第一家保时捷中心，将保时捷的标志性跑车系列引进中国。随着北京保时捷中心的开幕启用，保时捷两款经典车系保时捷 911 及 Boxster 首次登陆中国内地，一时间，内地车市沸腾。保时捷进入中国内地的第一年销售稳健，2002 年共录得 31 台的销售量。

在北京市场建立了坚实的基础之后，保时捷开始扩张自己的中国版图，向国际大都会上海进发。2003 年 8 月，上海保时捷中心全新开张，展厅内人潮涌动，竞相一睹保时捷的风采。上海保时捷展厅的落成促使该年保时捷中国区的销售额飞速增长。同年，保时捷向亚洲市场推出新款车型 Cayenne，其无

与伦比的驾驶体验，吸引了大批曾是保时捷 911 和 Boxster 忠实拥趸的车迷。Cayenne 一经上市即在中国受到热烈追捧，成为保时捷爱好者的新宠。

保时捷 Cayenne 集越野性能及运动性能于一身，兼顾出众的舒适性，迅速成为 SUV 市场的翘楚。2004 年，保时捷新一代梦幻跑车 Carrera GT 全球发布，亦获好评如潮。这两款车在之后几年销售成绩斐然，广受推崇。

经典车型造就了不断跃升的销量，越来越多的车迷得偿所愿，驾驶保时捷在中国的公路上飞驰。2005 年保时捷在中国范围内共售出 1753 辆汽车，几乎是前一年销售额的三倍。与保时捷受欢迎度同步增长

2003



首届保时捷全球路演揭开帷幕

2006



保时捷运动驾驶体验迎来首批保时捷爱好者

的，是车迷对于保时捷历史及精神内涵的认识：保时捷从跑车专家发展成为世界顶尖汽车制造商的故事令车迷称奇，而其孜孜不倦地设计、开发新车型的创新精神亦令他们折服。2006年，保时捷运动驾驶体验活动登陆中国，保时捷爱好者可以在中国最好的赛道上，尽情探索保时捷的卓越性能，亲身体验愉悦的驾车感受。

伴随着商业上的成功，荣誉与嘉奖也接踵而来。在2006北京国际车展上，保时捷还获得了最佳汽车制造商的殊荣。

为答谢爱好者们一直以来的支持，2007年，保时捷在海南三亚展示了为其赢得无限荣耀的Cayenne新一代车型，此举充分印证了保时捷对于中国市场的承诺。同年在华发布的911 GT3彰显了保时捷为中国消费者打造终极驾驶体验的决心。10月，柏涵慕先生成为新一任保时捷中国董事总经理，带领保时捷再续骄人战绩。

在柏涵慕先生的领导下，2008年成为保时捷中国最辉煌的一年。保时捷中国正式成为德国总部的子公司，从而更好地为客户带来更多车型选择。保时捷60周年庆典在上海独具一格的文化艺术中心1933举办，再现了保时捷60年来的历史传承与创新设计。来自中国各地的VIP贵宾、忠实客户、业务合作伙伴及经销商齐聚一堂，欣赏专程由斯图加特保时捷博物馆运至上海的经典车型，激动之情溢于言表。 ▶

2007



第二代保时捷 Cayenne 登陆中国

2008



保时捷60周年庆典在上海隆重举行



保时捷中国与联合国儿童基金会携手救灾

2008



第一支中国车队踏上泛西伯利亚拉力赛的征途



捷成车队成为首支在亚洲保时捷卡雷拉杯中两度夺冠的车队

2008 年也是令人悲恸的四川大地震发生的一年。为了以实际行动回报过去几年中国人民的厚爱，保时捷中国携手联合国儿童基金会，成立了灾后救助基金，并捐助了 50 万欧元的善款。保时捷中国还将与各地保时捷中心一起，在灾区重建工作中持续贡献一己之力。

保时捷中国在硕果累累的 2008 年获得了前所未有的销售佳绩，全年销售额比前年翻了一番，创下 8371 辆的纪录。包括保时捷 911、Cayenne、Cayman 和 Boxster 在内的各款车型销售量均有显著增长。更令人欣慰的是，在此过程中，保时捷已和中国人民建立了紧密而深厚的纽带，承诺将在中国进一步完善其服务网络、扩大产品范围。保时捷中国总部队伍日益壮大，目前已有超过 100 名职员，是 2005 年员工数量的五倍。

近年来保时捷为车迷连番献上精彩纷呈的互动活动。保时捷运动驾驶体验推出仅三年，

已经为超过 200 名不同诉求的汽车爱好者提供了专业驾驶体验。今年举办的“保时捷极至体验”活动则为爱好者们提供了举家参与的机会，邀请他们尽情享受一系列精心设计的活动项目。在往年成功举办的基础上，保时捷全球路演延续了其影响力及规模；去年夏天，超过 1500 名保时捷爱好者在中国多条知名赛道上体验了独一无二的驾驶乐趣。

数月之后，保时捷 Panamera 将陆续来到中国超过 30 个城市的保时捷中心。Panamera 的成功首发标志着保时捷中国开创了一个新的纪元。这项成就不仅在于新款车型的杰出表现，更在与一个古老、伟大的国家和一家传奇汽车制造商的奇妙结合。选择中国作为这款卓越跑车的全球首发地，是保时捷德国总公司对于保时捷中国在过去八年取得的成功及赞誉之最佳表彰，同时也体现了保时捷对于大中华地区未来发展的美好憧憬。

Porsche China

保时捷（中国）汽车销售有限公司

中国上海南京西路 288 号
创兴金融中心 18 楼
邮编：200003

Helmut Broeker

首席执行官

中国区联络人：

Patrick Pesch

市场总监

电话：+86-21-23215 911

传真：+86-21-63723 911

电子邮箱：info@porsche.cn

网址：www.porsche.cn

