

加快改变业务模式，全面向toC转变

智己汽车全球首家 品牌体验中心IM IN开业

今年年内拓展至十余家

本报记者 严瑶

北外滩来福士广场，上海新晋网红打卡地。即便是工作日，这里依然人气不减。9月17日，智己汽车品牌体验中心IM IN全球首家门店选择在此地开业。相比周围其他商铺，智己汽车品牌体验中心内少了份商业气息，多了份艺术感。

“我们将IM IN定义为用户社群文化和活动体验的聚集

地。同时，体验空间也是智己汽车用户自由表达、分享的社交平台。”智己汽车联席CEO刘涛告诉记者，这是智己汽车顺应用户需求，打造“数据驱动、直连用户”合作运营新范式的一次积极探索。

根据规划，智己汽车将在今年年内开出十余家品牌体验中心，陆续在上海、北京、南京、杭州、苏州、深圳等大都市的核心商圈登场。到明年，这个数字将增加至50多家。

“就像一个现代艺术画廊”

纯白的空间，一片绿植景观映入眼帘，简洁、流畅的线条将这里渲染出与众不同的艺术氛围。很难想象，这里是一个汽车品牌的线下门店。

“智己汽车首家品牌体验中心已经试运营了1个月。”智己汽车用户主理人焦樵说，“不少用户交流时说，这个体验中心就像现代艺术画廊一样。”

在品牌体验中心的“五感体验区”，22个扬声器组成智能声学系统，配合智己汽车艺

术合伙人teamLab的“繁花”和独有的香氛气味，令人仿佛置身于“移动的艺术空间”。

当然，车才是这里的主角。一辆伦勃朗灰智己L7占据了体验中心最核心的位置。“这是在别处没有亮过的新车颜色。”焦樵说。白色的智己LS7概念车同样引人注目。这是一辆豪华智能SUV，车长近5米，轴距约3米。“这个尺寸已经达到超豪华SUV的水准了，计划于明年9月量产上市。”

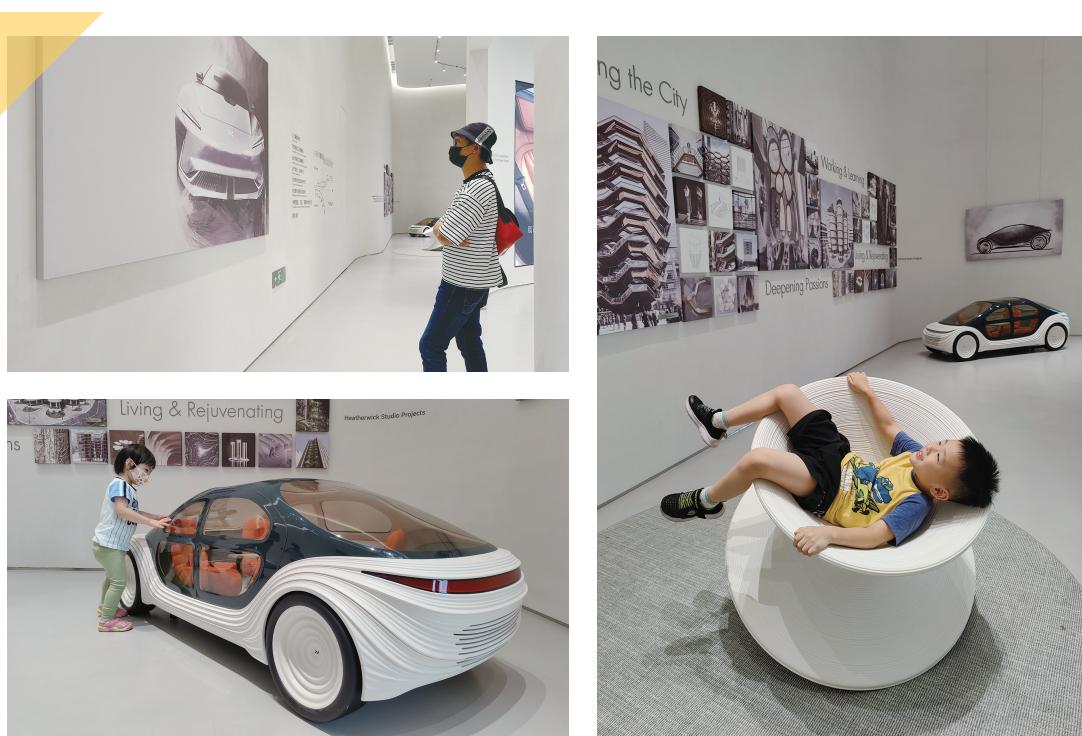
探寻与用户直联的新方式

车辆自动判断路线，穿过繁忙的街巷，聪明地驶上高速公路……镶嵌在纯白色墙壁上的电子屏幕，正在播放着智己汽车智能驾驶工程样车的实测进展。

“智己汽车给我的印象是非常智能的，这也是我预订智己L7的一大因素。”在开业首

日，一位用户如是说。

由智能化所产生的海量数据，令智己汽车不断实现自我成长。由此，智己汽车也创新地提出了“原石谷”用户数据权益计划，并通过产生“原石”“水晶”来回馈用户，以此形成积极探索直联用户的新方式。



摄影 郭佩莉