

路上“陌生豪车”越来越多？别慌，这是大厂在给你发“新身份”

来源：王美瑄 发布时间：2025-11-14 11:03:06

最近在停车场，是不是总被一些设计炸裂、但车标“查无此车”的新车秀到？别怀疑自己的车盲知识，这其实是全球汽车巨头们心照不宣的“顶级玩法”——多品牌战略。

简单说，就是“一个爹，生几个娃”。比如丰田，想搞高端，就不再用“牛头标”，而是直接生个“高富帅”儿子雷克萨斯，用新Logo去硬刚BBA。大众更是玩明白了，旗下有平民大众、豪华奥迪、超跑保时捷，各立山头，通吃市场。

这股风潮如今在中国市场愈演愈烈。吉利旗下有领克、极氪、雷达，精准狙击不同圈层；东风也组建了“特种部队”，让岚图、猛士、奕派等新品牌，带着独立标识去攻克高端、豪华和主流市场。

对我们消费者而言，这绝对是个好消息。它意味着市场不再是“一刀切”，而是有了更多元、更专业的选择。一个车企能成功孵化出多个性格鲜明的子品牌，恰恰是其技术实力和体系成熟的有力证明。



那么，你最近在路上被哪个“新身份”惊艳到了？你觉得这种“多生孩子好打架”的策略，是让选择更丰富了，还是反而让人眼花缭乱？评论区聊聊。



以上内容，仅供参考和借鉴



HTML版本：路上“陌生豪车”越来越多？别慌，这是大厂在给你发“新身份”