街头陌生车标越来越多?原来大厂都在玩"分身术"!

来源: 黄馨士 发布时间: 2025-11-11 02:09:13

最近在商场停车场、红绿灯路口,你是不是经常遇到这种情况:一辆设计超吸睛的车开过去,线条溜得很、灯组亮得晃眼,看着就不便宜,可凑近一看车标,完全不认识!别慌,这不是什么小众杂牌,大概率是汽车大厂在给你发"新身份"呢。

现在新能源汽车热潮正劲,不管是国际巨头还是咱们国产大厂,都爱搞"多品牌战略",说白了就是玩"分身术"。最经典的就得说丰田和雷克萨斯,丰田的"牛头标"谁不知道?可当年想进军高端市场时,要是豪华车还挂这个标,哪能拼得过奔驰宝马?于是干脆另起炉灶,打造了雷克萨斯这个新品牌,换了全新的"L"标,专门讲豪华故事,最后火得一塌糊涂。

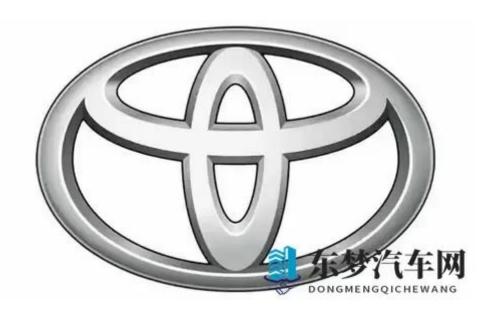
大众集团更夸张,简直是"汽车大家族"。主打平民市场的大众、豪华标杆奥迪、尊贵范儿的保时捷,还有兰博基尼、斯柯达,其实都是一个"爹",但各自的车标和风格完全不一样。你想想,要是保时捷911(图片|配置|询价)挂上大众的"VW"标,那多掉价?就是靠这种"各立山头",大众才能从几万块的家用车到几百万的超跑通吃。

咱们国产车企也学得明明白白。吉利就很会玩,潮流科技的领克、高端纯电的极氪、户外风格的雷达,每个品牌都有自己的专属Logo,精准拿捏不同年轻人的喜好。要是全挂吉利标,反而让人分不清定位。央企东风也跟上了节奏,除了经典的"双飞燕"标撑场面,还搞了岚图、猛士、奕派这些新品牌,每个都有专攻,瞄准高端、豪华、主流市场的不同需求。



其实这事儿对咱们消费者来说,绝对是好事。陌生车标越多,说明选择越多元化、专业化,不管你想要性价比家用车、高端豪华车,还是个性户外车,都能找到对口的。而且车企敢这么搞,也说明它们的体系越来越成熟,是中国汽车产业高质量发展的体现。

以后再遇到不认识的车标,别再误以为是杂牌了,说不定就是某个大厂的"新分身"。 下次逛街遇到,不妨多留意下,说不定就能发现一款刚好戳中你需求的车呢!



HTML版本: 街头陌生车标越来越多?原来大厂都在玩"分身术"!