

街头陌生车标越来越多，这是车企再给你发的“新身份”。

来源：许智轩 发布时间：2025-11-17 06:45:45

如今街头巷尾，新面孔车标层出不穷，让人眼花缭乱。这并非车企一时兴起，实则是棋高一着的商业妙计，背后藏着全球汽车行业心照不宣的玩法。想当年，丰田的“牛头标”早已家喻户晓，若直接用它去硬刚奔驰宝马，无异于以卵击石。于是，一个名为雷克萨斯的“高富帅”横空出世，手握全新的“L”标，另起炉灶，硬生生在豪华市场杀出一条血路。大众集团更是将此道玩得出神入化，旗下品牌堪称一个“汽车宇宙”，平民大众、豪华奥迪、尊贵保时捷，各立山头，泾渭分明。你敢想象保时捷911挂上大众标的样子吗？那画面实在不敢恭维。正是这种“分而治之”的策略，让它得以通吃天下。

这股风潮早已吹到国内，自主品牌们更是青出于蓝。民营车企吉利早已不是吴下阿蒙，旗下领克主打潮流科技，极氪专注高端纯电，雷达则探索户外风格，个个身怀绝技，精准狙击不同圈层的年轻人。倘若全都顶着“吉利”的帽子，品牌形象岂不模糊不清？再看央企东风，近年来也是脱胎换骨，深谙此道。它没有抛弃经典的“双飞燕”标识，那背后是其乘商并举的可靠传承。与此同时，它又为岚图、猛士、奕派等新锐力量配备了专属徽章，仿佛组建了一支“特种部队”，让每位队员都有独门绝技，瞄准高端、豪华、主流市场，主动迎合用户的喜好。5天前，你可能还在商场停车场对某个陌生车标一头雾水，现在看来，那或许是车企在给你递上一张新的身份名片。

对我们而言，这些“新面孔”的涌现，无疑是天大的好事。市场选择越多，我们越能找到心头所好。放眼整个中国汽车产业，一家车企能成功孵化出多个性格鲜明的子品牌，恰恰是其羽翼丰满、迈向高质量发展的铁证。这份蓬勃的生机，值得我们拭目以待。



HTML版本： 街头陌生车标越来越多，这是车企再给你发的“新身份”。