

比亚迪“多品牌战略”藏杀机！不是内耗，是阳谋！

来源：李雅慧 发布时间：2025-11-20 23:54:08

“比亚迪是不是疯了？搞这么多牌子自己打自己？”如果你也这么想，那可能还没看懂王传福的棋局。这看似混乱的品牌矩阵，实则是一盘精心布局的“阳谋”，其最终目的，就是让对手无路可走。

别再简单地把王朝网和海洋网看作两个产品系列，它们其实是两支KPI独立、互相“内卷”的独立军团。把爆款车型宋Plus（王朝脸）划归海洋网，就是最精妙的一步棋。这条“鲶鱼”被精准投放到另一个池塘，瞬间激活了两个团队的竞争意识，谁也不敢躺在功劳簿上睡大觉，唯一的共同目标就是：一致对外，把市场卷到极致。

从几万块的海鸥，到百万级的仰望，中间还穿插着腾势、方程豹，比亚迪的布局堪称“价格屠夫”。其野心昭然若揭：用密不透风的产品线，将10万到100万的价格区间彻底“焊死”，让消费者在购车时，脑海里根本没有第二个品牌选项。

这盘棋的核心，早已不是“买不买比亚迪”的问题，而是“买哪个比亚迪”的选择题。这种战略究竟是高瞻远瞩的阳谋，还是过度扩张的豪赌？比亚迪的“全家桶”策略，最终会成就一个汽车帝国，还是会因战线过长而埋下隐患？评论区聊聊你的看法！



HTML版本： [比亚迪“多品牌战略”藏杀机！不是内耗，是阳谋！](#)