比亚迪"多品牌战略"藏杀机!不是内耗,是阳谋!

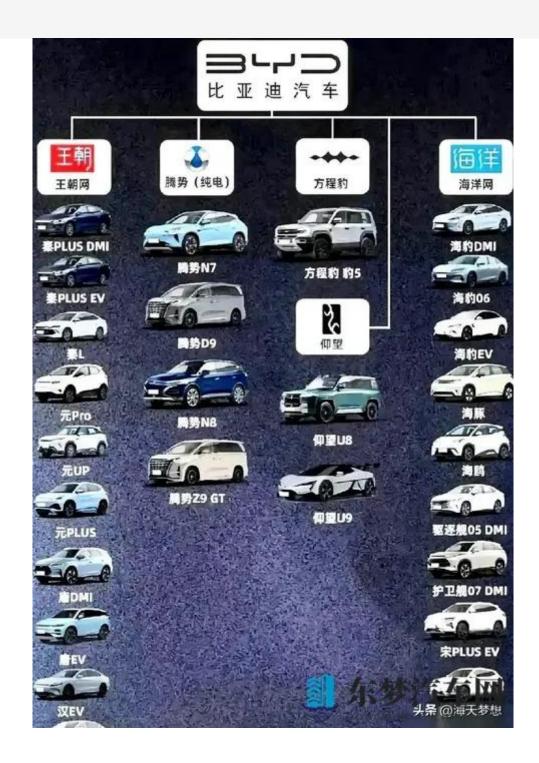
来源: 李雅慧 发布时间: 2025-11-20 23:54:08

"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!