

比亚迪双车发力高端市场，技术+品牌打造消费者信心

来源：李碧宝 发布时间：2025-11-12 23:26:06

在中国汽车产业向新能源化、高端化迈进的过程中，比亚迪的多元化品牌战略展现出强大的生命力。其旗下的豪华品牌腾势与个性化专业品牌方程豹，以持续热销的态势，共同构成了比亚迪冲击高端市场的双引擎，推动集团品牌向上之路进入“加速”阶段。这一趋势在腾势年度重磅车型N8L的上市活动中得到了集中体现。作为中国本土最早的豪华新势力品牌，腾势十年磨一剑，N8L的登场不仅在中国新势力豪华造车领域留下了浓墨重彩的一笔，其上市即引发的高度关注，更昭示着市场对比亚迪高端化成果的高度认可。那么，腾势作为新能源豪华品牌的立身之本究竟是什么？比亚迪李云飞在东京车展的分享，为我们揭示了背后的双重支柱。

极致安全：豪华的硬核底色与技术话语权



在李云飞看来，新能源时代的豪华并非简单的配置堆砌，其最核心的基石是能够给予用户超越期待的安全感。这种安全感是具体且可验证的，尤其是在极端条件下展现出的卓越性能。依托比亚迪集团的顶级技术资源，例如“易三方”技术平台，腾势产品具备了行业领先的安全特性：高速紧急避让时车辆姿态稳如磐石，有效规避侧翻与甩尾风险；高速爆胎瞬间依然能维持车身稳定，保障驾乘人员安全；AEB自动紧急制动系统响应精准可靠；甚至在暴

风等恶劣天气中也能保持行驶轨迹不跑偏。李云飞特别以国际公认的严苛测试——“鱼钩测试”为例，来佐证腾势的安全实力。他透露，腾势N9以高达210公里/小时的时速成功通过测试，这一速度远超国际标准三倍以上，在全球范围内都堪称顶尖水平。这一系列硬核的技术指标，构成了腾势作为豪华品牌的首道护城河。它传递出一个清晰的信息：腾势的豪华，是建立在领先科技所铸就的、实实在在的安全性能之上，这为消费者提供了选择该品牌最根本的理由和信心。

长久信赖：品牌传承与母品牌战略支撑

如果说产品安全是豪华的“硬实力”，那么品牌所能给予的长期稳定感和信赖感，则是不可或缺的“软实力”。李云飞指出，腾势品牌成立于2010年，拥有超过十年的深厚积淀。他回顾了2014年腾势在深圳的新品发布会，并提及当时作为比亚迪战略合作伙伴的华为余承东先生成为腾势首位车主的故事，以此印证品牌悠久的历史与高起点。在风云变幻的新能源市场，品牌能否持续经营、为用户提供长久的服务保障，是高端消费者尤为关切的问题。李云飞强调，腾势的独特优势在于其背后拥有比亚迪作为坚强后盾。他坦言，如此长周期的投入，若是一般实力的股东可能早已放弃，但比亚迪在技术、产品、供应链及资金等方面的全方位、持续性赋能，确保了腾势品牌的稳健发展。这意味着，选择腾势的车主完全无需担忧品牌是否会突然消失，其售后服务与权益能够得到长期、可靠的保障。这种由强大母品牌背书所带来的安心感，是腾势区别于一些新兴品牌的关键优势，也是其豪华价值的重要组成部分。

多元布局：协同共进开拓增量市场

基于产品与品牌的双重安全感，腾势正稳步向前。李云飞表示，未来腾势将继续聚焦于夯实产品力、保障交付质量与提升服务体验，实现品牌的稳扎稳打和持续向上突破。与此同时，比亚迪的高端化布局呈现出多元化、协同化的特点。李云飞对方程豹品牌的发展前景展现出极大信心，他预计该品牌月销量将在未来几个月内迅速攀升，接连突破两万、三万辆，并于明年挑战月销四万、五万辆的新高度。方程豹的快速增长，与腾势在豪华市场的深耕形成有效互补，二者共同覆盖了从豪华家用到个性专业的不同细分市场，为比亚迪打开了更广阔的增量空间和品牌上行通道。在海外拓展方面，比亚迪的策略清晰而稳健。李云飞表示，公司将主要以母品牌形象进行全球化推广，并会因地制宜，结合不同市场的具体特点，循序渐进地推进国际化战略，确保海外业务的健康与可持续发展。

结语

腾势通过“技术安全”与“品牌安全”的双重价值构建，成功赢得了高端市场的入场券。而腾势与方程豹组成的“双星”矩阵，则生动诠释了比亚迪高端化战略的深度与广度。这一切的根基，在于比亚迪集团深厚的技术储备、强大的资源整合能力以及长远的战略定力。随着双品牌持续热销，比亚迪不仅展示了其作为新能源汽车领导者的全面实力，更以其独特的路

径，为中国汽车品牌的高端化突破提供了富有借鉴意义的范本。

HTML版本： [比亚迪双车发力高端市场，技术+品牌打造消费者信心](#)