

本土品牌的奇瑞路径 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

[https://www.100test.com/kao\\_ti2020/253/2021\\_2022\\_\\_E6\\_9C\\_AC](https://www.100test.com/kao_ti2020/253/2021_2022__E6_9C_AC)

[\\_E5\\_9C\\_9F\\_E5\\_93\\_81\\_E7\\_c70\\_253507.htm](https://www.100test.com/kao_ti2020/253/2021_2022__E6_9C_AC_E5_9C_9F_E5_93_81_E7_c70_253507.htm) 本土汽车品牌老大奇瑞的活法很有代表性，就是先把销量做上去再说，强不强得以后再说。有了大的销售，企业壮大了，市场占有率高了，自然机会也就多了。目前，中国制造受到美国找的麻烦，搞的全世界都开始怀疑中国制造，一贯质优价廉的中国制造，突然之间一下子，什么都不行了，这不是很可笑的事吗？现在500强的大部分零部件与产品生产不都是中国制造吗？如果中国制造有问题，那不是500强的产品都有问题吗？所以，中国制造绝不是一个局部问题，而是一个全局问题。中国的企业正是因为制造能力强，没有品牌才给500强打工的，如果说中国制造的能力都没有了，那中国的企业还有什么？那真是什么也没有了。别的行业不说，汽车业在中国还是小儿科，但也是因为质量好，成本低才得以发展的，像奇瑞这样将有100万的销量，也不是国内一个市场造就的，主要还要看国际市场的表现。以奇瑞这样的国产汽车，如果没有低成本的制造优势，何以与国际强品牌进行合作？所以，做大是做销量，做强是做品牌。当下，奇瑞正以自己的制造优势与国际强品牌合作，目的是能从销售优势能变成品牌优势。他的一些做法与思路，对于国内其它想走出去企业是很有启示的。奇瑞主要有三条做强的方法。一是，通过国际贸易，扩大出口，打开国际市场的大门；二是，在海外建厂，以建立本土化的根据地。三是，与国际品牌强强合作，利用别人的品牌优势，全面进入一线市场。三种方法，奇瑞

都强调要有自己的品牌，资本多元没关系，品牌一定要是自己的。要打造品牌，光质量好是不行的，况且现在对中国产品质量质疑声这么重，在产品设计上没有自己审美观，也是死路一条。奇瑞的前几款车，都是一个比一个土，到了东方之子之后，设计上有点特点了，这就是进步。我觉得中国本土汽车，要在品牌设计下大功夫，只有在这方面提高了，能与大在品牌气质上有一拼的时候，本土汽车的发展就会有一个超速的力量。荣威为什么这么俏？就是因为他在设计上的远远超过本土产品一般形象，给人以大品牌的味道，产品的吸引力非常强。再加上传播做的好，他的品牌形象就不是一般的国产车形象了。给产品一种气质，给他一种品牌，没有消费者不喜欢的。这叫心生欢喜。别人很难阻挡。我建议本土车企，包括奇瑞也要好好学此种方法，奇瑞其它方面做的不错，但在产品设计上，需要加强。100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问 [www.100test.com](http://www.100test.com)