# 上汽集团对于奇瑞汽车的品牌意义

来源：网络 作者：蓝色心情 更新时间：2024-01-06

*一直以来，上汽与奇瑞汽车的关系成为业界关注的焦点。一般的新闻媒体多从猎奇的心理来看待上汽与奇瑞的分分合合。 目前 ，对奇瑞与上汽的分离业界主要有两个方向的解读：其一是上汽是当时奇瑞汽车为获得国家汽车生产目录而采取的策略性选择，现在，奇瑞汽...*

一直以来，上汽与奇瑞汽车的关系成为业界关注的焦点。一般的新闻媒体多从猎奇的心理来看待上汽与奇瑞的分分合合。 目前 ，对奇瑞与上汽的分离业界主要有两个方向的解读：其一是上汽是当时奇瑞汽车为获得国家汽车生产目录而采取的策略性选择，现在，奇瑞汽车通过自己的努力已经获得了国家汽车生产标准目录，上汽对于奇瑞汽车的战略性意义已经不大，奇瑞可以甩开上汽这个多余的婆婆独闯天下了；其二是奇瑞汽车正在用自己的本钱寻找更大的卖家，甚至有媒体有鼻子有眼地说，因为 中国 一汽有许多安徽合肥 工业 大学机械专业的老乡提供牵线搭桥，而奇瑞的高层也有非常多的工大背景，因此在专业融合上应该比较容易。但我认为，媒体在关注 问题 的焦点上出现了偏差，奇瑞寻找一个婆婆难道就是为了获得这样表层的原因吗？显然不是，其实从奇瑞近几年获得的销售记录与品牌声誉上看，我认为上汽对于奇瑞最大的意义却是在专业品牌层面！ 历史 无法重复，如果有可能的话，我们可以做一个大胆的预测，如果奇瑞没有上汽集团这块招牌，奇瑞绝不可能获得如此骄人的业绩，甚至于奇瑞有可能早已经成为某外资品牌中低档车的加工基地，如果不认识到这一点，即使今天的奇瑞，其未来也是难以预测。因此，专业上的清醒对于快速 发展 中的奇瑞尤其重要！

·天汽集团：为什么选择一汽集团

全球汽车业竞争的格局基本上已经确定，全球主流汽车生产制造 企业 也在资本的意志下越来越走向一统。你能知道的全球性的汽车品牌已经悉数落入几大汽车制造商的口袋。中国汽车从一开始就是国际汽车巨头控制下的巨人间的游戏。国内汽车业的3+6格局更是象铁三角一样固若金汤。今年年初，在合资丰田公司的大力撮合下，天汽终于被中国一汽控股，从而使得中国汽车更进一步迈向稳定的大企业格局。天汽为什么在汽车业迎来春天的时候选择与中国一汽联姻，我以为深层原因是天汽需要一汽强大的制造背景作为自己担保品牌，天汽需要向作为主流汽车制造商的中国一汽借力！

首先是借力专业形象。在中国，即使一般普通消费者也知道中国汽车制造三大主流支柱企业-----中国一汽、上海汽车、东风汽车，因此凭借这样的专业认知，天汽可以用很少的资源完成专业制造商的形象塑造，而专业制造形象对于汽车这样奢侈消费品有时就是企业的生命线。

其次，借力中国一汽信息、资讯平台。谁也不能否认中国汽车工业政策发展与资讯传输有时就是以三大主流制造商为标准，任何简单忽视这种信息平台带来的效应都是极其无知的，天汽意识到了这一点，丰田在中国市场转悠了20年也意识到了这一点，因此天汽的选择还有一点宿命论的意味。

借力创新资源。必须承认，中国一汽一个普通的技术工对天汽来说都是宝贵的财富。更何况一汽50多年的技术积累在经验层面确实比天汽优势明显得多！并且通过与德国大众在捷达与奥迪上的合作，一汽的制造创新能力确实是今非昔比！

借力品牌效应。在中国名牌排行榜上，中国一汽强大的品牌资产真实地说明了在中国，第一汽车是名副其实的第一汽车担保品牌，从长远来看，一汽的大品牌是会爆发出强大的品牌连动效应的。

天汽选择一汽作为自己的娘家是有着深刻的竞争背景。从全球化趋势来看，汽车业巨头是绝对不会容忍在中国市场上出现数个不和谐的竞争者，天汽意识到自己面临着被边缘化的可能。并且由于天汽的合资背景决定了天汽不得不屈服于竞争态势的 影响 ，天汽与其被动地出卖主权，不如主动靠近主流汽车制造商，因此，从趋势上看，天汽选择一汽对于中国汽车非主流制造企业无疑是一种潜在的方向，即使对于现在的奇瑞汽车来说也是具有巨大的示范效应。

·上汽集团：不仅仅是汽车目录的意义

上汽集团对于奇瑞汽车决不仅仅是使得奇瑞获得汽车目录这样简单的作用，上汽在奇瑞汽车进入市场的最初就好象是孩子的父母，尽管可能她说得不多，但由于看在父母的面子上，奇瑞即使是犯了一点小错误，汽车界往往也就是一笑了之，一旦离开了父母独创天下，即使是一点点的错误也可能构成奇瑞汽车致命的产业硬伤，因此，202\_年对于奇瑞来说是考验其综合应对市场竞争与系统实施品牌管理极其关键的一年。

上汽集团对于奇瑞汽车的意义首先是产地形象的根本改变。在广州，我在接触奇瑞汽车前也是觉得奇瑞汽车应该产地属于上海。可能芜湖奇瑞觉得不太受用，但这种产地错觉对于品质还没有被广大消费者广泛认知的奇瑞来说实在是再好不过的一件事，因为上汽集团的专业形象光环足以为奇瑞赢得不错的品质保证。一个产自上海的汽车品牌与一个产自安徽芜湖的汽车品牌，消费者的价值判断完全不同。

上汽集团对于奇瑞汽车的品质担保。上汽集团在专业上的形象也是奇瑞汽车获得的重要担保。上汽集团由于地处中国改革开放的上海，其与德国大众20年的专业合作以及与美国通用的全线合作，都使得上汽集团的专业形象获得了空前的提高，因此奇瑞汽车可以说是上汽集团这些年苦心经营潜在品质资产的直接收益者。

上汽集团对于奇瑞汽车的技术担保。尽管在实际运营中，奇瑞获得上汽的技术支持十分有限，但这丝毫不能改变奇瑞在消费者层面获得技术保证。上汽集团技术上在媒体中的持续暴光使得奇瑞在进入市场最初技术形象得到了保证。加上奇瑞公司在技术上的快速融合与有效借鉴，奇瑞借助上汽的平台完成了可靠技术保障的塑造。

上汽集团对于奇瑞汽车的服务担保。服务可能是奇瑞公司今年面临的最大难度的挑战。为什么？因为汽车产业是一个对服务高度依赖的行业，有专业测试表明，汽车使用维修费用与汽车购置费用基本相当，汽车维修体系既是新的利润中心，也是打造品牌形象的锐利武器。由于上汽集团的品牌效应，消费者对于奇瑞汽车的售后服务要求显然降低，一旦脱离上汽集团这个招牌，奇瑞汽车就必须面对一个真实的汽车维修品牌的打造。

上汽集团对于奇瑞汽车的信用担保。上汽集团对于奇瑞汽车的潜在信用担保也是十分明显的。其实，如果消费者在上汽集团与奇瑞汽车合作期间的产品消费出现技术或质量问题时，上汽作为第二被告的可能性是存在的，这从 法律 上给出了奇瑞汽车作为信用担保的法律基础。因此，上汽集团其实付出的是宝贵的信用担保，这种信用担保为奇瑞汽车在面上提供了巨大的支持。

上汽集团对于奇瑞汽车的品牌担保。奇瑞汽车从上汽集团获得的最重要的支持其实是品牌担保。品牌担保的意思存在两个层面。其一是奇瑞作为产品品牌出现，而上汽集团作为制造品牌进行品质、信誉等层面担保；其二是奇瑞作为母品牌，上汽集团作为情感性担保品牌出现。不管是作为物质层面的担保品牌还是作为精神层面的担保品牌，上汽这只无形的品牌之手为奇瑞托起了一个相对比较单纯的天空，奇瑞由此获得了宝贵的竞争时空。

因此，对于奇瑞汽车来说，获得汽车生产许可证是奇瑞与上汽合作的面上的东西，而其实际内核是奇瑞从上汽获得的持久的品牌支持，这种品牌影射我认为至少在未来3年都会存在，至于3年后的奇瑞则看奇瑞自己的造化与悟性。其中这3年，奇瑞需要百般小心地呵护自己的品牌，百般小心地对待行业的风言风语，百般小心地维护依托上汽集团建立起来的宝贵品牌认知。并且奇瑞需要用无比的智慧在巨人之间寻找生存 发展 的空间！

·奇瑞汽车：裸露担保品牌

奇瑞现在面临的最大的挑战是什么？我认为是不加遮掩、裸露的奇瑞担保品牌！原来有上汽集团承担的品牌责任现在完整地转移到奇瑞汽车身上来了，奇瑞由一个不谙世事的孩子转眼之间成长为一个独立支撑家庭的家长，奇瑞身上的担子显得比较沉重。

为什么说奇瑞汽车是裸露的担保品牌？首先是奇瑞汽车只对产品品牌进行了适度的传播与定位，奇瑞风云、奇瑞旗云、奇瑞QQ、奇瑞东方之子 目前 已经拥有专业的广告公司进行定位、传播、推广，但奇瑞汽车作为公司 企业 品牌、担保品牌却少有系统的品牌战略规划，一旦产品品牌出现不恰当的行为，直接打击的可能就是奇瑞全部品牌，消费者对于企业的解释往往认同度非常低，因此，奇瑞汽车其实面临着塑造产品品牌同时的公司母品牌适度传播与持续塑造计划，广告公司对各产品品牌的解读与传播其实无法代替奇瑞汽车母品牌层面的系统规划与系统传播！从奇瑞汽车目前所反映的品牌传播表象上看，奇瑞汽车品牌呈裸露地呈现在消费者与竞争对手面前是十分危险的。

·奇瑞汽车：游走在竞争缝隙的超级精灵

奇瑞汽车品牌在如狼似虎的品牌大战中究竟如何定位自己的品牌调性？我以为有两个字可以很好地概括我们的思考：精灵！做游走在竞争缝隙中的超级精灵！即让竞争对手无从把握奇瑞品牌战略形而上的东西，有原则性地不断传递自己的核心价值观，奇瑞汽车的品牌战略与品牌思考，我们在未来的品牌观点中将用5—10篇文章进行系统思考。

奇瑞奇瑞，作为 中国 汽车 工业 一个独特的标杆其意义是巨大的，我们希望从专业上精心呵护这个宝贵的纯国产汽车品牌，希望我们的努力能够给奇瑞汽车带来光明的未来！

本DOCX文档由 www.zciku.com/中词库网 生成，海量范文文档任你选，，为你的工作锦上添花,祝你一臂之力！