https://www.douyin.com/video/7337584638837148991

# 点赞数：9502

# 标题:强者恒强是最大的商业谎言。  
## 关键字: 畅销全球73个国家和地区 #以30万信任打造全球发达国家首选 #上汽大通MAXUS  
## 作者: 鹤老师  
强者恒强弱者恒弱，这是我听过最大的商业谎言。它最大的 bug 就在于，强弱是分赛道的。每个强者只能占领一个赛道，但是从来没有人规定必须在哪个赛道。泰森比你强，那是在拳击赛道；梅西比你强，那在足球赛道。可是如果比普通话呢？如果你觉得异想天开，我给你讲一个中国车企逆风翻盘的真实故事：成立短短十二年，就在巨头林立的发达国家销量霸榜。他的名字叫 上汽大通。  
  
你可能不知道，奔驰自一九九八年以来在澳洲大型轻型车市场创造的二十三连胜纪录，在二零二二年被上汽大通轻客星途 V90终结。二零二三年，V90在细分市场销量占有率依然是第一。  
  
你可能不知道，纯电轻客 EV90在挪威卖到人民币五十万元，相对于国内的售价几乎翻倍。当年英国最大的连锁超市Tesco从国内买了一百五十台，其中十九台通过加急空运的方式运到欧洲，运费甚至超过车价本身。  
  
你可能不知道，上汽大通已经全面攻克了欧洲、澳洲、美洲等发达国家，并且在比利时、奥地利和英国甚至成为了皇家邮政的指定用车。  
  
怎么做到的？新赛道加个性化定制。欧美工业强国是很强，可能是在燃油车赛道。谁告诉你轻客不能电动？谁告诉你皮卡不能电动？谁告诉你高端 MPV 不能电动？  
  
早在二零一七年，上汽大通就洞察到新能源汽车的前景，推出了纯电轻客星途 EV80，并且得到了德国最大轻型车租赁企业 MASS 的关注。这是当年的报道：“德国新能源汽车还在沉睡，而来自中国的上汽大通 MAX 电动车已经先行。”  
  
在汽车工业的重镇欧洲，新能源汽车 SUV 遍地都是，但是高端纯电 MPV 几乎是空白。上汽大通瞄准的就是这个空白，推出了大家庭奇，见证了 MPV 大加九成为首个在欧洲推出高端新能源 MPV 的中国品牌。经受住了多项极其严苛的欧洲法规认证，拿到了通关欧洲的通行证，迅速抢占蓝海。  
  
谁告诉你强者恒强弱者恒弱？谁告诉你一定要在燃油车的赛道去比？谁告诉你一定要去做内卷的轿车和 SUV？任何的成功都不是偶然的，上汽大通的第二个杀手锏就是 差异化。  
  
它绕开了内卷严重的轿车和城市 SUV 赛道，它切入的是青客、皮卡、越野 SUV、MPV 这些场景更广泛的车型。这些垂直的细分市场，有效避免了内卷带来的价格战，维护了产品的高值高价。  
  
任何一个产品的终点一定是极度个性化，那汽车能不能个性化定制？这个就是上汽大通 C to B 用户共创定制模式：你需要什么车，我都可以量身定制。工程师会面对面与用户讨论，了解用户的需求到底是什么；也会线上调研及用户共创，挖掘哪些配置是用户最感兴趣的。  
  
基于此，每款车开放几个甚至十几个可定制的模块，如座椅排布、自动卡钳、隔山形式、内饰格调、车上有几个屏幕，连智能驾驶辅助系统及氛围灯都可以根据需求来定制选配。  
  
也为了匹配欧洲叉车的标准，纯电轻客星途 EV30将轮距间距增加了一毫米。这个看似微不足道的一毫米，使得星途 EV30成为同级别车型当中唯一一个能够塞进木质托盘的产品，让叉车托盘可以和货仓无缝对接，不再需要人工搬运，极大提升了搬运效率。  
  
而在当时，没有任何一个对手考虑到这种细节，一上市就卖成爆款。续航也是，既然是电动车，就要考虑续航，尤其是冬季续航，尤其是在寒冷的北欧。普通的电车需要提前预热电池，就会导致冬天里程大打折扣，而新途一 V30 给电池单独配备了加热功能，省去了电池自行加热的能量消耗，大大提升了续航里程。  
  
让用户掏钱是一种本领，让用户抢着掏钱是一种更高的本领。上汽大通，中国制造，神秘的东方力量。', role='assistant', function\_call=None, tool\_calls=None)