



品牌再造工程

雅迪領佔電動車行業品牌

圖、文◎編輯部

在電動車發展迅速的今天，品牌實力較強的企業開始掌控電動車格局並逐步成形，以其規模化、集約化導致電動車市場的洗牌革命與秩序重整，讓市場上成為各大企業品牌的競技場。雅迪科技一直致力於強勢品牌的建立，從品牌價值、品牌內涵及品牌文化等多方面著手，全力打造行業自己的品牌。

07年雅迪全新VI形象及7大系列新品將藉由品牌形象的提升，間接帶動雅迪企業經濟規模與實力的不斷擴大。雅迪公司行銷副總張鴻雁在雅迪年銷售會議上指出：企業要壯大，就要搶佔制高點，這一制高點的提出使雅迪距離自身目標近了一步。雅迪從行銷專家的策略指導、台灣偶像團體SHE的鼎力代言，預計將炒熱今年電動車市場。

近年來，產品的視覺要求越來越高，視覺效果的好壞直接影響經銷商和消費者對公司的認知。而精品視覺所引發的

消費者潮流也會為公司帶來相對的知名度。從精品視覺到主題廣告策劃實施，是業內視覺廣告行銷的提升，也是品牌視覺衝擊到品牌文化內涵的延展，為了迎接未來市場的挑戰，雅迪重新有系統的規劃新品牌戰略，全新VI的啟動明確提出「科技」、「時尚」、「自由」三大品牌核心主張。

2007年中國電動車的年產銷量預計超過1,000萬輛，其中價格是導致電動車市場最不穩定的因素。近幾年，大批摩托車轉型和家電行業的加入，使得電動車行業更加熱鬧，由於各種小牌、小工作坊式的企業以低價擾亂市場，在市場競爭壓力下，個別企業在銷售、品牌推廣中也不斷吸取過去市場經驗和充分發揮現有細密的銷售網點，並在市場渾戰中加入低價競爭的行列，使得並不明朗的電動車市場更加硝煙瀰漫。雅迪公司不主張打價格戰，堅持以品質做保證，



01



03



02



04

在同等價格基礎上做到品質最好。公司注重生產的每一個細節，採用優質的配件，並且不斷提高裝配工藝，力求生產出優質產品，為的就是堅持走品質化路線。06年年底雅迪董事長董經貴及公司高階主管更親自前往北大、清華尋求技術支援，研發超前於消費者所需且喜歡的產品，這些產品未來將陸續出臺。另外，雅迪公司還推出「全程無憂，心貼心」567 服務體系，把售後服務提到最關鍵的位置。

雅迪企業在高速的發展中也不忘回饋社會，啟動「消費者每購買一輛車均向希望工程捐獻2元」的愛心公益活動。未來，雅迪還將繼續擴大支援建立希望小學的力量，在日益競爭的時代，雅迪公司抱持著路有多遠，就能走多遠的信心，努力經營。



05

回雅迪科技工廠平面圖。

回為搶攻青少年消費層，雅迪請到台灣超人氣偶像團體 SHE 代言。

回雅迪井然有序的生產線。

回明亮整齊的車間規劃。

回出貨倉庫。