

案例

吉利汽车经销商

浙江吉利控股集团始建于1986年，1997年进入汽车行业，多年来专注实业，专注技术创新和人才培养，取得了快速发展。现资产总值超过2000亿元，连续五年进入世界500强，连续十四年进入中国企业500强，是中国汽车行业十强，是国家“创新型企业”和“国家汽车整车出口基地企业”。

贯彻“时刻对品牌负责，永远让顾客满意”的质量方针，浙江吉利控股集团已通过了ISO 9001质量管理体系、TS 16949：2009质量管理体系、ISO/IEC 27001：2005信息安全管理体系、ISO 14001：2004环境管理体系、OHSAS 18001：2011职业健康安全管理体系、GB/T 23331—2012能源管理体系等体系认证以及3C、环境标志产品认证。为适应国际市场需要，开展了海湾GCC、欧盟EEC & ECE、澳洲ADR等国际认证工作。

集团总部设在杭州，旗下拥有吉利汽车、沃尔沃汽车、伦敦出租车等品牌。其中吉利汽车在浙江台州/宁波、湖南湘潭、四川成都、陕西宝鸡、山西晋中等地建有汽车整车和动力总成制造基地。现有帝豪EC7(A级轿车)、博瑞(B级轿车)、博越(SUV)、帝豪GS(跨界SUV)、远景系、金刚系等10多款整车产品及1.0L-3.5L全系列动力总成产品。

吉利汽车集团在国内建立了完善的营销网络，拥有750多家品牌4S店和近千个服务网点。在海外建有近350个销售服务网点。投资数千万元建立国内一流的呼叫中心，为用户提供24小时全天候快捷服务。

针对市场环境和消费者需求，2014年4月18日，吉利汽车发布新的品牌战略并发布了新的品牌标识。这款标识最初源于六块腹肌的创意灵感，腹肌感的创意代表了年轻、阳光和力量，寓意吉利发展历程虽短，但却是年轻的与积极向上的品牌，有着美好未来的企业。吉利标识内由六块宝石组成，蓝色宝石代表了蔚蓝的天空，黑色宝石寓意广阔的大地，双色宝石的组合象征吉利汽车驰骋天地之间，走遍世界的每个角落。与此同时，“6”在中国象征吉瑞之意，与“吉利”的品牌语词名称形成潜在的呼应。标识为勋章/盾牌形状，给人稳重感、荣誉感、安全感和信赖感，蕴含着吉利自创始至今所承载的“安全呵护与稳健发展”的品牌特征。图形上，蓝色和黑色相间形成6个区域格局，均匀分布又保证了弧线的变化与流畅，中正严谨、清晰醒目，强化了作为品牌形象的视觉冲击力，增强记忆。色彩的传达上，采用了蓝色、黑色及金色间隔线，增强科技感、品质感、现代感，进而将这种感受传递到品牌及产品层面，相得益彰，完美共融。吉利汽车经销商如图所示。



吉利汽车经销商