

李昌益分析全球電動車市場發展

學習新視界

【本報訊】企管系主任張雍昇6月3日晚上7時在台北校園D509，邀請大傳系校友，台灣森那美起亞總裁李昌益，主講：「品牌發展與電動車實務」，對於目前「尚夯」的全球電動車市場發展，說明其品牌DNA定位及經營，開展全新品牌概念，以「移動啟發人心 (Movement that Inspires)」為定位。

李昌益介紹KIA品牌經營，為了讓一般大眾能完整了解其重要性，在每一次與消費者接觸中，讓品牌在消費者心中，留下清晰且正確的形象。KIA重視品牌重塑

(Rebranding) 背後的策略，要讓年輕世代，體會對「移動」的需求和想像。李昌益預估：「廠商若欠缺這些思維與執行，從2025年至2050年這25年間，將有電動車廠遭到市場淘汰。」

因此，KIA品牌認定，移動不再只是從A到B的過程，而是日常的延續、創意的起點。對此，李昌益強調：「不管是看到的、聽到的、摸到的、做到的、聞到的，都要符合全新的識別、定位，要做到這一點，還需要足夠的時間。」此次演講能讓同學學習得品牌建立的流程，除了掌握市場脈動外，更要洞悉消費者的內心深處，方可訂定有效行銷策略。

Movement that inspires

移動·改變人心

品牌

就是建立強大定位與品牌文化
形象通路 累積品牌資產

