

忠阳车评

车市营销浮夸之风不可长

如果有人问,现在新能源汽车充电比加油还快,你会信吗?近期就有车企在发布会上表示,一种新型快充技术,能让新能源汽车补能速度超过燃油车加油速度。

不过,这样的营销攻势很快引发业界质疑。理由在于,这种快速充电技术究竟能充多长时间,对电池伤害有多大,现有车型不适合……企业语焉不详。毕竟,一项创新成果,能否实现大规模产业化应用,不能只看单一技术参数,更需要技术、经济与安全的多维度平衡。如果只是个别车型、在极端场景才能落地,并不具有普遍意义。如此大肆炒作,难免给人留下夸张营销的印象。

车市营销“浮夸风”近年来愈演愈烈。主要表现在三个方面:一是硬造概念,杜撰故事。明明只是几十万元的车,非要吹成“500万元以内最好的车”,甚至“1000万元以内最好的车”;明明车上安装的只是主动睡眠促进技术,却宣称“自从开了这款电动汽车,我的高血压、糖尿病等疾病都好了”。产品力不够,概

念和故事来凑。这种自定义各种“唯一”“完全”“最”等极限词汇,用不合常识常理常情的表达吸引眼球的套路,不仅涉嫌违反广告法,也容易误导消费者。

二是拉踩对手,抬高自己。什么“BBA不行了、特斯拉靠边站,保时捷发抖了”,对同行没有敬畏之心,对友商缺乏尊重之情。合理的产品对标,有利于推动行业进步,但不合理的对标,不仅不会为自身带来荣誉,还会伤害对手。尤其是个别企业在产品对标中,在社交平台动用网络水军刷榜、控评,故意制造对立,刻意放大自身优势,贬低对手的产品性能,带动车友舆论饭圈化,更值得警惕。

三是虚报订单数据,制造热销假象。以某款车型为例,该车企在新车上市时,发布海报称“48小时订单过5万”,3天后又给出了“72小时订单过6万”的海报。该车上市满一年后,实际销量也只有2万多辆。大肆鼓吹订单数量,让消费者觉得这款车非常受欢迎,又能给消费者营造出

一种紧张的购车氛围,从而促使消费者尽快下单购买。然而,真的假不了,假的真不了。表面上的繁荣,非理性的喧嚣,最终经不起时间和市场的检验,一捅就破。

夸大营销与车市竞争激烈有关。随着我国汽车市场从增量竞争转向存量博弈,车企销售压力越来越大。产品同质化也倒逼车企在营销上出高招。从产品定义到功能设定,从技术内核到外观设计,当前各大车企不仅产品呈现高度同质化特征,连商业运营模式区别也不大。即使有些产品和功能能突出表现一下,其他车企马上就能跟进,产品特性你也有我也有,让消费者感觉“都差不多”。这也是当前车市价格战不断、“内卷”加剧的重要原因。一旦产品成本的下降速度没有新车价格下降快,价格战打不动了,营销自然就成为车企更为倚重的砝码。

车企的浮夸营销话术,也许短时间内能奏效,获得流量,引发人们的关注和热议。但“浮夸风”就像一把双刃剑,也让越来越多的普通消费者难以分辨虚实,不

知作何选择,损害企业品牌形象与消费者信任,进而影响企业市场地位和长远发展,其危害不容小觑。

造车不是造概念、造噱头。刹住车市营销“浮夸风”,既需要相关监管部门果断出手,规范企业行为和市场秩序,也需要企业加强自律,保持战略定力,坚定不移走高质量发展之路。面对电动化和智能化变革浪潮,车企唯有通过创新驱动,加快培育新质生产力,推出差异化产品和服务,才能打造出更有竞争力和更受尊敬的品牌,赢得未来。



Lalamove能根据市场情况自动调整语言模式和货币单位等,满足不同用户需求。图为Lalamove货车正在运输途中。(资料图片)

近年来,全球物流行业加速变革转型,数字化、智能化进程不断加快。在这一浪潮中,深圳依时货拉拉科技有限公司凭借其海外独立品牌Lalamove积极拓展业务,在全球物流市场中崭露头角。自2013年起,Lalamove加速开拓海外市场,通过技术创新解决物流难题,为当地商业发展注入新活力。

对于海外制造业领域的很多初创公司而言,订单配送是一大难题,车货两端匹配效率低下、送货路线规划困难等因素影响了货物交付速度。与国内市场相比,海外市场运力相对不足,车货匹配难度更高。同时,随着海外市场物流服务的需求持续攀升,为货拉拉海外业务发展提供了广阔空间。

基于在国内积累的成熟经验,Lalamove用科技改变当地传统物流生态,打造高效物流交易平台,连接司机、企业及客户三方,为商户及货车司机提供多元化物流服务和增值服务。以巴西为例,当地零售和电商行业发展迅猛,对物流配送需求旺盛,Lalamove提供的“当日达”服务及丰富的车型选择,满足了该地区企业多样化的交付需求。

中国企业出海难免遇到水土不服的问题。不同国家在货币、时区、文化习俗、基础设施建设等方面存在巨大差异,如何利用科技满足不同市场的需要,是Lalamove面临的一大挑战。

为此,Lalamove进行一系列技术创新。Lalamove技术副总裁蒋雄告诉记者,为适应海外业务的需要,Lalamove自主研发Pioneer(先锋)系统,能够根据市场情况,自动调整APP界面显示的语音模式和货币单位等,充分满足不同地区的用户需求。在开拓新市场时,先锋系统会根据当地语言环境、货币和税费系统、数据合规、时区等多维度因素和业务属性进行调整,从而确保业务迅速融入当地市场,实现本土化运营。目前,先锋系统已经集纳了各个国家地区以及城市的信息,构建起完整数据库,为业务顺利进行提供充分技术保障。

在应用程序界面上,Lalamove还加入了许多智能科技及大数据分析元素,包括数字绘制地图、司机用户配对算法、最佳路线分配等。“在做系统架构和设计时,我们会提前考虑这些因素,尽可能做到可配置化,这也保证了研发和运营的效率。”蒋雄说。

蒋雄介绍,为充分保障海外市场配送,Lalamove根据不同城市和地区的道路网络,提供丰富多样的车型选择。比如,在泰国提供摩托车、SUV、皮卡等,在菲律宾提供摩托车、卡车等。目前,货拉拉及Lalamove的业务已覆盖13个国家和地区超400个城市。

支撑Lalamove高速增长与稳步拓展的除了技术创新,还有多元化的业务团队。蒋雄介绍,发展至今,Lalamove吸纳了来自亚洲、欧洲、美洲等地区的专业人士。“每位技术工程师都能发挥自己独特的文化背景和专业经验,为团队带来新视角和创新思维。”蒋雄说,多元化的团队配置不仅促进了跨文化交流与合作,还可以从不同角度理解和满足全球用户的需求。

“随着全球物流数字化浪潮持续推进,Lalamove将带着技术创新进入更多国家和地区,促进当地企业和员工共享共赢,助力中小企业进一步提升竞争力。”蒋雄说。

本版编辑 向萌 钟子琦 美编 高妍

华密新材构建高标准管理体系——

打造差异化竞争优势

本报记者 宋美倩

在位于河北省邢台市任泽区的河北华密新材料科技股份有限公司,货运汽车排起长队,员工正将公司生产的高品质特种橡胶材料及产品装车运往全国各地。

“我们是一家土生土长的乡镇企业,经过30多年的不懈奋斗,努力推进设备、技术、管理方面的动能转换,终于在特种橡胶领域成为领先企业。公司自主研发的改性纤维增强聚酰胺亚胺(PEI)、聚醚醚酮(PEEK)材料已成功应用于航空航天领域。”华密新材董事长李藏稳告诉记者,2020年,公司获评国家级专精特新“小巨人”企业。

设备升级

1989年,李藏稳在家乡邢台天口镇辛兴庄村开始手工制作橡胶圈。工厂刚建立时,只有不到10名员工。2002年,公司因扩产搬迁至任泽经济开发区,并引进了国际先进的密炼生产线及橡胶制品生产设备。从那时起,华密新材开始实施规模化生产。

2010年,华密新材接到了三一重工的一张订单——生产适用于工程机械领域的密封橡胶圈。李藏稳意识到这是推动产品升级的一次契机,决定引进10余台国际先进的注塑机等设备,成立10多人的攻关小组进行产品试制。试制成功后,原本数十人同时进行高强度劳作才能完成的生产,也升级为仅需几名员工操控就能进行生产的自动化生产线。

“这样的变化让员工非常振奋。改造前,生产一件产品需要1小时,而且质量不能保证。改造后,不到90秒就能生产出一件产品,合格率也得到很大提升。”华密新材研究院工艺试制科科长杨兴运说。

2021年10月,华密新材又上马改性特种工程塑料及制品项目,引进十几条生产线,年产改性特种工程塑料5.8万多吨、塑料制品1500吨。目前,已有3条生产线正式投产,9条生产线完成安装调试进行试生产。

通过装备智能化、自动化升级,企业在10年间产品种类增加5倍以上,生产效率提升上百倍。产品覆盖领域也从汽车、工程机械延伸到高铁动车、石油化工、航空航天等领域,2024年营业收入突破4亿元。

技术攻关

走进华密新材的产品展厅,各种橡胶零部件琳琅满目。华密新材研究院副院长张伟介绍,目前公司主要生产特种橡胶混炼胶、特种工程塑料及橡胶制品,品种已达上千种。只有依靠科技创新,企业才能行稳致远。“以前华密新材主要生产密封橡胶圈,产品类型单一,缺乏核心竞争力。为了保证产品质量,2001年,我们专门引进产品试验检测设备。”李藏稳告诉记者。为了提升产品的科技含量,公司一方面安排人员外出学习,另一方面大力引进高技术专业人才,开启高端橡胶制品研发与生产之路。

2009年,在北京中国国际汽车零部件展览会上,李藏稳在与一汽集团技术人员交谈中得知,“一汽解放”6系列货车在黑龙江地区运营过程中,由于一种



3月21日,在河北华密新材料科技股份有限公司车间内,工人在生产橡胶制品。宋杰摄(中经视觉)

橡胶配件耐低温性能不佳,经常出现断气刹车及制动抱死等故障。李藏稳立即安排技术人员赶往长春,采集相关数据,再进行反复试验。经过无数次的试验与磨合,终于在上千种材料中筛选出了最优方案,使该橡胶配件的耐寒指标达到零下45摄氏度,该配件当年销量就突破了300万件。

一次技术攻关,让产品实现了行业领先。2018年,一家知名汽车制造企业计划推出一款新车型,在研发过程中,后备箱关闭时产生的异响问题难以解决。该厂最终找到华密新材。杨兴运说:“我们经过一年多努力,尝试了多种研发方案,通过改变产品角度、结构、工艺,最终研发出无异响的缓冲块。”不仅产品得到客户认可,这项技术也达到了行业领先水平。

在特种橡胶新材料方面,华密新材还成功研发出由改性聚醚醚酮、聚醚醚亚胺两款特种工程塑料制成的航空零部件。新材料在保持耐腐蚀和高强度性能的同时,同等体积产品的重量仅为钢材的五分之一,钛合金的三分之一,铝合金的二分之一,实现了轻量化材料的国产化。

目前,华密新材拥有160余人的研发团队,建有省级企业技术中心、产业技术研究院、重点实验室、国家博士后科研工作站等研发平台。公司检测中心于2021年9月通过中国合格评定国家认可委员会(CNAS)认可,围绕特种橡胶材料及应用技术,与多所高校院所开展紧密合作。2024年1月份至6月份,企业实现利润总额2300多万元,其中1400多万元投入产品技术研发。截至目前,华密新材获得专利60件,其中发明专利28件、实用新型专利32件。

标准先行

产业优化,标准先行。标准化是创新

发展的驱动力,是制造业质量技术基础的核心要素,是行业发展、产品升级的重要牵引。近年来,华密新材持续推进管理标准、工作标准、技术标准等方面的标准化建设,促进产品质量提升,赋能企业高质量发展。

李藏稳回忆,华密新材创办初期,行业和企业基本没有生产标准,也没有管理规范,大家只能“摸着石头过河”,这样很容易造成资源浪费。因此,公司决定找寻标准、学习标准,实现标准化生产。

一次,公司承担了高铁动车密封件的生产项目,为了尽早生产出高质量的密封产品,公司不仅对标行业顶尖企业,还向最先进的管理标准和质量标准看齐。经过严格生产,动车配件产品合格率和优良率达到国外同类产品的标准,价格则优于国外同类产品。公司还将生产过程中的各种工艺要求、技术参数等要素经过归纳整理,形成规范化的生产要求,并以此指导生产。产品种类由最初的十几种增加到200多种。

张伟坦言,为使产品质量符合客户要求,公司对研发过程、生产过程、生产成本、工艺路线等全方位实施标准化管理,保证产品质量的稳定性。“当前塑料生产领域有3个技术层级:通用塑料、工程塑料、特种工程塑料,前两项比较普遍,用量大,用户多,也有相应的技术标准。而特种工程塑料,是3个技术层级中最高的,比如我们近几年开发的改性聚醚醚酮、聚醚醚亚胺两款特种工程塑料。通过

创新,我们不仅攻克了一个个技术难关,更关键的是我们还通过专利技术申请、行业技术标准制定,形成自有知识产权,也形成了节约高效的标准化生产流程,这就奠定了企业在该领域的领先地位。”张伟说。

有了这样的成功经验,华密新材在推进标准化管理上倾注了更多精力。目前,公司已参与制定修订国家标准9项、团体标准4项、行业标准2项,成为特种工程塑料及橡胶密封件制造领域参与标准制定较多的企业。

多年来,华密新材坚持专业化、精益化、特色化、创新型的发展方向,逐渐成为专注细分市场、生产管理精益、掌握独门绝技的“小巨人”企业。

华密新材

2024年1月份至6月份

实现利润总额 2300多万元

其中 1400多万元投入技术研发

获得专利 60件

其中 发明专利 28件

实用新型专利 32件

河北华密新材公司员工在对橡胶材料进行屈挠试验。宋杰摄(中经视觉)

本报记者

周明阳

货拉