

忠阳车评

请明星代言不如让利消费者

最近,影视明星、体育冠军、演艺圈新秀纷纷涌上“金九银十”的新车发布舞台。汽车营销从“车企老总秀”变为“文体圈明星秀”,引发热议。

曾经,以特斯拉CEO马斯克为代表,创始人亲自上阵、CEO占据C位已成为新能源汽车的营销风向标。尤其是去年北京国际车展,“红绿”CP组合带来超强流量,卷出长安、吉利、奇瑞、长城等车企老板亲自下场,直播带货。然而,随着一些车企高管在舆论场“翻车”,车企开始反思这种营销套路。

从现实案例看,当企业老板个人IP与公司品牌深度绑定时,虽然提升了知名度,但是也带来了潜在风险。一旦车企及品牌遭遇负面事件,老板易成舆论焦点,引发“流量反噬”,导致品牌信任危机。因此,面对当前复杂的网络舆论生态和流量反噬风险,车企高管“避风”成为普遍选择。

当前,新能源汽车市场竞争的白热化和产品的同质化,使车企营销难度升级。

对传统燃油车而言,发动机、变速箱和底盘“三大件”是核心卖点,这些硬核技术需要长时间积累,换代也慢,代际差异明显。而新能源“三电”系统日趋标准化,甚至不少车企共用一家电池供应商,其产品与技术给消费者的感觉总体差别不大,车企营销遭遇前所未有的挑战。

在信息过载的现代社会,注意力已成营销稀缺资源。一款新车上市,如果没有足够的话题和声量,就像一颗小石子扔进大海,连个响都听不见。请明星代言,就等于买下其背后庞大的粉丝群体和媒体关注度。车好不好,大家可以慢慢了解,但至少得先让大家看到你、讨论你。通过明星流量入口,可以迅速提升曝光度和话题度,甚至提供情绪价值,实现破圈传播。

问题是,明星流量不一定能转化为产品销量。明星和创始人一样,也有“塌房”的风险。一旦代言人陷入舆论漩涡,车企的投入不仅付诸东流,更可能遭受品牌形象的反噬。比如,英菲尼迪曾官宣某

明星成为品牌代言人,结果次日即“塌房”,合作仅维持约35个小时,被称为“汽车史上最短代言”;同年4月,某明星成为保时捷中国赛车运动代言人,仅3个月即被警方逮捕。这两起案例,凸显了流量明星影响力的脆弱性。

汽车作为一种高价值、耐用性的大宗消费品,消费者在购买时往往会进行深入研究和比较,注重产品的质量、性能、安全性、舒适性等核心要素。如果这些要素不过硬,流量再大也无法赢得用户信任。流量只是汽车营销的“敲门砖”,而产品力和服务力才是决定消费者是否购买的关键因素,是企业立足的根本。

随着信息传播越来越透明,今天的消费者也能轻易比较各种车型的配置、价格和口碑。况且,车企请明星代言,价格不菲。一线明星动辄数千万元的代言费用,大规模广告投放所需的巨额资金,这些成本最终都不可避免地转嫁到车辆售价中,由消费者共同分担。车企若能将这些费用直接“让利”购车者,不仅能够降低消费者

购车门槛,更能在价格敏感型消费者中建立比较优势。

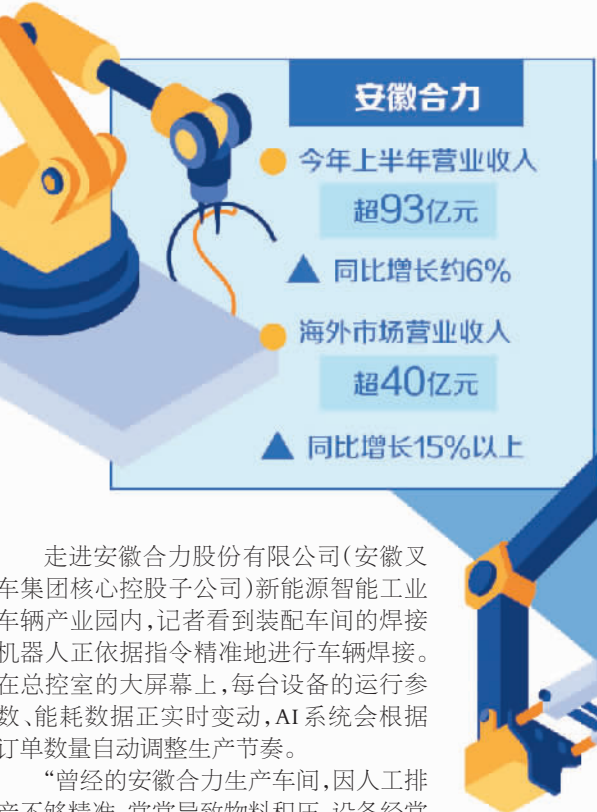
市场竞争的本质是供求关系的资源争夺与价值创造。请明星代言,只是锦上添花,切勿本末倒置。对车企品牌营销来说,与其盲目追星,加剧行业浮躁,不如回归商业本源,为消费者创造更多价值。将资源更多地投入技术研发、质量提升和价格优化上,让消费者以更低的成本获得更优质的产品和服务体验,这样的让利不仅是营销策略的调整,更是商业理念的升华。



安徽合力深化数字化转型与创新——

跑出“治数用数”加速度

本报记者 梁 睿



走进安徽合力股份有限公司(安徽叉车集团核心控股子公司)新能源智能工业车辆产业园内,记者看到装配车间的焊接机器人正依据指令精准地进行车辆焊接。在总控室的大屏幕上,每台设备的运行参数、能耗数据正实时变动,AI系统会根据订单数量自动调整生产节奏。

“曾经的安徽合力生产车间,因人工排产不够精准,常常导致物料积压,设备经常停机并造成产能浪费。”安徽合力信息化部部长张卫回忆说。

如今的安徽合力积极拥抱市场变化,以“治数用数”为核心,制定了“数智合力2025”战略愿景,加快数字化转型,朝着智能化、绿色化方向发展。目前,企业已获得国家创新型企业、国家级制造业单项冠军企业等称号,并拥有国家级企业技术中心、国家级工业设计中心、机械工业叉车工程研究中心、工业车辆安徽省重点实验室、博士后工作站等创新实验平台。企业今年上半年营业收入超93亿元,同比增长约6%,海外市场营业收入超40亿元,同比增长15%以上,海外营业收入占比达43%。

提高生产效率

对制造业来说,以前批量生产得天下,而现在市场不断细分,企业之间的竞争越来越强调基于客户需求的竞争,生产多样化和个性化的产品已成为必然选择。现在的叉车市场主要是多品种、小批量的生产特点,往往难以适应大规模个性化定制需求。安徽合力深知,若不作出改变,必将在激烈的市场竞争中败下阵来。

“企业数字化转型及智能化创新已不是‘选择题’,而是关乎企业长远发展的‘必修课’。”安徽叉车集团党委委员、副总经理徐英明说。

自2023年起,安徽合力实施数字化转型专项规划,按照“数智合力2025”战略愿景,赋能主业提质增效。时隔两年,传统国企老枝发新芽。

走进安徽合力智能生产制造车间,AGV(自动导向车)小车在车间内有序穿梭,它们根据系统指令自动完成物料搬运、配送等任务。“5G-SA独立组网技术实现了设备之间的高速、稳定通信,数据采集传输速度提高40%以上,为生产过程的实时监控与智能决策提供了有力支持,帮助提升场内产线物流运转效率15%以上。”徐英明说。

同时,在叉车车架焊接工序,采用智能机器人焊接系统替代传统的人工焊接,不



安徽合力生产车间内的智能生产线正有序运行。

李学江摄(中经视觉)

仅提高了焊接质量的稳定性和一致性,还大幅提升了焊接效率,降低了工人的劳动强度。“过去培养一个熟练工人需要半年时间,现在借助数字化系统,新员工仅需两周就能独立操作。”安徽合力电动分公司负责人徐小红拿着手中的平板电脑介绍,上面实时显示着每台叉车的装配进度。

通过一系列的智能化改造,今年上半年,安徽合力全员劳动生产率比2023年提升超20%。

传统工业车辆工况模拟在应对复杂现实场景时存在多维度局限性,这些缺陷主要体现在数据质量、场景覆盖等多个层面,将直接影响模拟结果。

如今,数字化技术正在解决这一问题。在安徽合力研发中心的数字孪生实验室,工程师们正在对新款氢燃料叉车开展模拟测试。通过构建1:1虚拟样机,研发团队可在计算机中完成极端工况下的性能验证。“过去做一次实物测试需要两周时间,现在通过数字孪生技术,一天就能完成20种工况模拟。”张卫指着屏幕上跳动的数据说。

安徽合力充分利用数字化技术,构建覆盖产品全生命周期的研发平台。例如,通过虚拟设计和仿真技术,研发人员能够在计算机上对新产品进行全方位的模拟测试,提前发现设计缺陷并加以优化。“这不仅使新产品研发成本降低15%,产品设计周期也缩短12%。”徐英明说,目前公司推出的氢燃料电池叉车在实验室已完成5000小时耐久性测试,各项性能指标达到国际先进水平。

完善供应体系

数字化供应链平台(SRM)的应用,使安徽合力与供应商的协作发生了质的飞跃。

在某零部件供应商车间的电子屏上,实时显示着安徽合力的生产计划与物料需求。在采购过程中,数字化系统会根据生产计划和库存情况自动生成采购订单,并实时传递给供应商,供应商可以通过平台

实时查看订单状态、发货通知、结算信息等,实现了采购流程的高效、透明。

目前,安徽合力配件查询准确率提升显著,平均查询时间大幅缩短;服务响应效率提升,客户服务单据处理时间减少;通过线上化流程,业务处理效率提升显著。“我们每月处理配件采购3.5万单、维修服务4.3万单。过去要花两周时间协调调价方案,现在通过数据共享,3天就能完成。”张卫说,这种协同效应使安徽合力的采购成本降低10%,供应链响应速度提升50%。

在绿色供应链建设中,安徽合力的数字化平台发挥着更大价值。通过接入供应商的能源管理系统,可实时监控生产过程中的碳排放数据。“我们与超100家核心供应商共建了绿色制造数据库,可实现全链条的碳足迹追踪。”徐英明介绍。

优化服务体验

近年来,我国每年新增叉车实际需求快速增长,不断攀升的叉车保有量为后市场服务发展提供了市场基础。“安徽合力作为我国叉车龙头企业,必须以数字化转型为关键抓手,加快从‘卖产品’到‘卖产品+卖服务’的转型。”徐英明说。

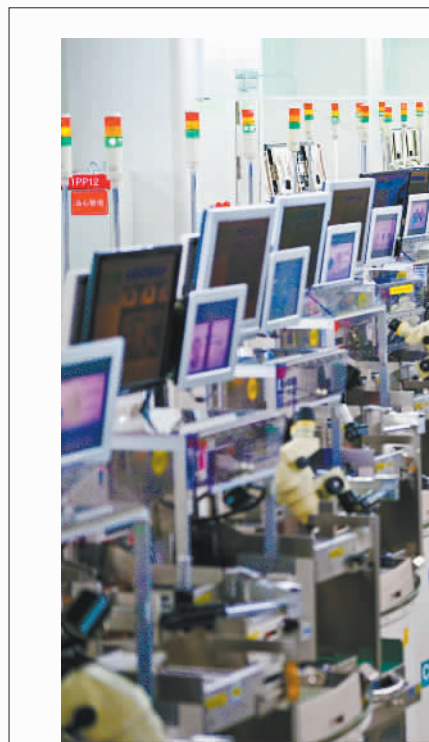
目前,公司依托后市场服务平台建立“一车一档”服务,对工业车辆全生命周期管理进行全记录全留痕。同时,协同配件业务上下游,建立价格联动机制,实现销售价格与采购价格自动联动,实现从客户维保需求到服务完工结算的全流程一体化管理。

“当客户提出服务需求时,可以通过SBOM(售后物料清单)和EPC(电子备件)系统精准查询所需服务的配件,配件管理系统实现内部配件采购、销售、仓储管理,售后服务系统则支持服务全流程跟踪和监督。”张卫说,这种协同模式实现了从客户需求触发到服务完工结算的全流程一体化管理,为客户提供高效、精准的一站式后市场服务体验。

大数据价值的释放,催生了新的商业模式。安徽合力推出的“叉车即服务”模

式,通过车联网平台订阅为客户提供包括设备、运维、数据分析在内的整体解决方案,目前已服务超过500家企业。例如,当客户的叉车出现故障时,平台会自动向客户和售后服务人员发送警报信息,售后服务人员可以通过平台远程查看设备故障信息,指导客户进行简单的故障排除。对于较为复杂的故障,售后服务人员可以携带相关工具和备件迅速前往现场维修,大大提高了售后服务的响应速度和质量。

安徽叉车集团党委书记、董事长杨安国表示,在未来的发展中,随着数字化技术的不断进步和应用,安徽合力将继续秉持“治数用数”理念,不断深化数字化转型与创新,为中国工业车辆行业的高质量发展贡献更多“合力智慧”。



在位于江苏省宿迁市苏宿工业园区的长电科技(宿迁)有限公司车间内,工人在半导体封装测试生产线上忙碌。该公司专注于半导体封装测试领域,产品包括集成电路、中大功率分立器件等,主要应用于汽车电子、新能源、家电、数据存储设备等。

方东旭摄(中经视觉)

北京,秋风萧萧。身着素衣的人们,从四面八方赶来,送先生最后一程。

这是一位享誉世界的科学巨擘,一位远游归来的爱国赤子。

10月24日上午9时许,诺贝尔物理学奖获得者,中国科学院院士,清华大学教授、清华大学高等研究院名誉院长杨振宁先生遗体告别仪式在八宝山革命公墓礼堂举行。

杨振宁亲属、生前友好,清华大学全体校领导、师生、校友和社会各界人士前来送别。

哀乐低回。杨振宁先生安卧在鲜花翠柏丛中,身上覆盖着鲜红的五星红旗。遗体正前方,他的夫人翁帆和子女敬献的花篮缎带上写着:“我们永远怀念您”。

这位20世纪最伟大的物理学家之一,终其一生探究真理,追求卓越。“杨—米尔斯规范场论”“弱相互作用中宇称不守恒”“杨—巴克斯特方程”……杨振宁凭借着深邃的思想和非凡的直觉,取得了一系列影响深远的科学发现。

人们缓步走近,面向遗体深深鞠躬。翁帆红肿着眼睛,同前来吊唁的来宾握手致谢。安静的大厅内,只有一声声“保重”和低低的啜泣声。

“在一个世纪的岁月里,他亲历了中华民族走完长夜、迎来晨曦,看见天亮的历史,始终为他的中国血统和背景感到骄傲。”杨振宁的胞弟、年逾九旬的杨振汉连夜从上海赶来,见兄长最后一面。

10年前的一次相聚,兄弟俩说了好多话,杨振宁谈起中国那些年的巨大变化,“他说中国是真正看到曙光了”。

从抗战时期西南联大物理课堂上初露锋芒的青年,到最早站上诺贝尔奖颁奖台的中国人之一;从上世纪70年代回国访问掀起大批华人学者访华热潮,到耄耋之年站上清华三尺讲台为大一新生授课……

杨振宁曾将自己的人生比喻为“一个圆”。这个“圆”里,有沐光而行、如斯如愿,有理想奉献、不屈不折,最终聚合成跨越世纪波澜壮阔的人生。

告别厅中央,“沉痛悼念杨振宁先生”的横幅下方,彩色遗像上的杨振宁目光睿智而温和,静静凝望着前来吊唁的朋辈后学。

“1972年,杨先生向国家提议加强基础科学研究,启迪我转向研究‘基础型’问题。”88岁的中国科学院院士、中国科学院物理研究所研究员于渌眼含泪水。杨振宁先生的人格与科学贡献已熔铸成炙热的精神火种,激励一代代科学家赤诚报国、科技报国。

身处海外,为祖国发展东奔西走;归根故土,为青年学子当“指路松”……杨振宁一生牵挂,要让新中国的科学步子迈得更快。

“临终前,他最关心的仍是我们的科研工作。”杨振宁的学生、清华大学高等研究院教授翟荟几度哽咽,“杨先生是一个纯粹的科学家、一个坚定的爱国者。”

中国科学院院士、中国科学技术大学教授潘建伟说,先生最大的心愿就是祖国科技走到世界前列,我们一定会铭记教诲,让他的愿望早日变成现实。

送别的队伍蜿蜒绵长,人们手捧现场发放的生平册,静静重温着先生厚重的人生。清华大学工程物理系博士生孙建行手捧一张杨振宁的照片,“先生说自己一生最重要的贡献是增加了中国人的自信心,我在今后的科研中也要克服‘不如人’的心理,敢于做大胆的创新。”

有感于杨振宁一生宏阔的科学视野,有人将他比作高高飞翔在科学雨林之上的飞鸟。今天,他的学术成就与治学品格飞过了山海、纵横于世界,为世人留下无限敬仰。

在他倾力创办的清华大学高等研究院,走廊过道堆满了各地送来的菊花;在他的出生地安徽合肥四古巷,前来缅怀的人们络绎不绝;在他工作过33年的美国纽约州立大学石溪分校,人们用中英文写满了追思……

不置挽联,不献菊花,一切从简。10时45分许,告别仪式结束,人们久久不愿离去。

几名学子轻轻举起写有八个大字的黑白横幅,面朝杨振宁先生安卧的方向。

“宁拙毋巧,宁朴毋华”,正是先生一生所求。

(新华社北京10月24日电)

本版编辑 向萌 美编 高妍