

珍惜品牌形象和用户口碑

忠阳车评

此前,某大牌车企官方微博发布了一条网红夫妇等人试驾的营销视频。该视频发布后,引发质疑和批评,被网友骂上热搜。翻看其中评论,网友将矛头纷纷指向网红,认为其拉低了客群档次和格调,并指责该车企在找代言人前没有做好背景调查。其中,知名车王王思聪直言:以后不会买了。

作为具有百年历史的英国超豪华汽车品牌,这个车企一直以来都是以高端奢华且低调的形象示人,而人们之所以选择购买,除了高端的配置之外,还有这个品牌自带的身份和社会地位象征,或者一般汽车

品牌难以企及的优越感。此次为何要请网红做营销推广?很多人对此百思不得其解。

有人说,这体现了车企“年轻化”的营销传播思路。要看到,当前中国已成为该品牌全球第一大市场,而车企的中国用户在不断趋于年轻化。显然,要想稳住全球销量,该品牌就得依靠中国市场,而赢得中国市场的关键则在于年轻人。如此说来,车企请网红做营销推广,倒也并没有什么错。

问题在于,这对网红曾陷入多起负面舆论事件,请其代言难免会对品牌形象和用户口碑形成伤害。

事实上,明星或网红代言品牌效果一直存在争议。诚然,与流量明星或网红合

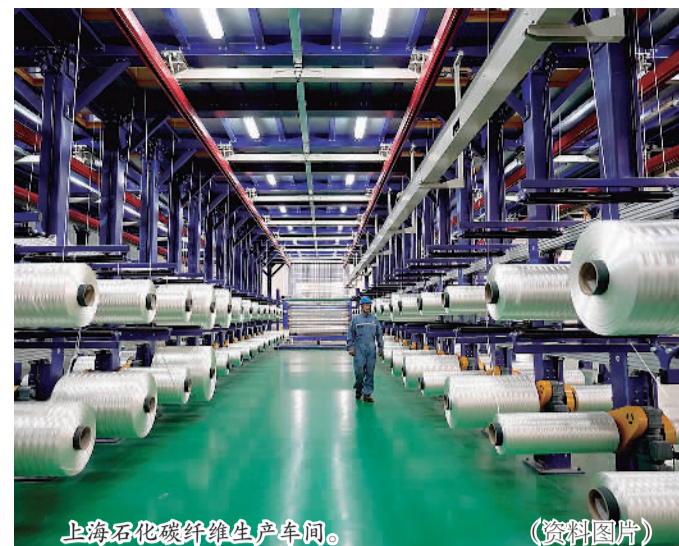
作,能迅速提升企业或产品品牌知名度,但不一定就能带来销量。有调查显示,消费者关注代言人信息与激起购买欲望这两种心理过程差异甚远,60%的消费者不会因为明星代言选择一款车,代言人对于车企的作用仍然仅限于塑造一个短期品牌形象。

比如,当年奇瑞新品瑞麟的代言人是足球巨星梅西,但车卖得并不好;长城WEY的代言人换成国际球星C罗后依然销量不佳。调性不一致的人和车错配在一起,被消费者吐槽也就不奇怪了。更何况,请明星或网红代言品牌也是一把双刃剑。如果代言人有污点或出丑闻,就更得不偿失了。因此,品牌在选取合作对象的时候,必须进行必要的风险预判和评

估,不能把对方的背景、争议等问题置之度外。

还要看到,随着信息技术的快速发展和以特斯拉、蔚来等造车新势力的崛起,汽车信息传播方式和销售模式正在发生变化。得益于智能手机移动终端的普及,使得去掉中间环节的直销模式应运而生。现在不少车企可以直接联系到消费者,解决许多过去需要通过经销商才能办理的问题,同时还可以与汽车和消费者保持全天候沟通。车企与其花费大把真金白银请形象代言人,倒不如静下心来研究用户需求与审美,让消费者喜爱,从而拉升品牌形象。

杨忠阳



上海石化碳纤维生产车间。(资料图片)

近日,北京2022年冬奥会火种在希腊古奥林匹亚成功点燃,碳纤维制成的北京冬奥会火炬“飞扬”再次成为焦点。

在动感和活力的外形下,火炬科技含量十足。其外壳由碳纤维及其复合材料制成,使整个火炬呈现出“轻、固、美”的特点。据参与研发的中国石化上海石油化工股份有限公司介绍,研发过程中,攻关团队解决了碳纤维复合材料在极端条件下的应用瓶颈,实现了火炬外壳在高于800℃的氢气燃烧环境中正常使用,破解了火炬外壳在1000℃高温制备过程中起泡、开裂等难题。

碳纤维是一种高强度、高模量新型纤维材料。其力学性能优异,比重不到钢的四分之一,强度却是钢的7倍—9倍,并且还具有耐腐蚀、高模量的特性,广泛应用于航空航天、能源装备、交通运输、体育休闲等领域。当前,上海石化正积极推进碳纤维在储氢领域的技术研发,推动新材料与新能源携手并进,加快氢能生产、储存、运输、应用全产业链布局。

据了解,推动氢储运技术的提升和储运成本的下降是氢能产业走向成熟的关键,而车载储氢技术的改进将是未来氢燃料电池车发展的重点突破环节。其中,碳纤维缠绕复合材料储氢气瓶被寄予厚望。目前,上海石化积极推进碳纤维用于缠绕气瓶的制造工艺技术

研发,已在金属、非金属内胆纤维全缠绕气瓶方面取得突破性成果。碳纤维有很高的技术壁垒,此前只有日本、美国等少数发达国家拥有并掌握,上海石化是国内较早研发碳纤维并进行产业化生产的企业。早在2012年,该公司采用自主研发的碳纤维成套技术,生产12K小丝束碳纤维。2018年,该公司成功试制出了具有国际先进水平的48K大丝束碳纤维。今年1月,国内首个48K大丝束碳纤维项目在该公司开工建设,该项目投产后将改变我国大丝束碳纤维全部依赖进口、长期供不应求的局面,预计2022年一期工程建成投产。据了解,大丝束碳纤维用于缠绕气瓶,其缠绕效率是小丝束的3倍—4倍,可有效降低成本,进一步推动氢能产业发展。

作为中国最大的炼化化工一体化企业之一,上海石化拥有约23万吨/年的制氢能力,建有两套氢气提纯装置,所产氢气均符合国家氢燃料电池质量标准。同时,该公司拥有较成熟的制氢技术和丰富的用氢经验,与周边地区氢气管网互通,具有发展氢能产业的良好基础条件。今年9月,上海石化供氢中心建成,日供氢能力达2500公斤,投用后预计每年可减少碳排放约2920吨,相当于植树15.8万棵。

此外,上海石化大力发展风光绿氢产业,积极开展氢能领域产学研合作。今年8月,与华东理工大学开展新一轮战略合作,成立氢能联合实验室。当月,装机容量为400千瓦的示范性光伏电站成功并网发电,每年可减少碳排放341吨。下一步,该公司还将积极布局海上风力发电,探索利用风电、光伏发电生产绿氢,打造风光电制氢绿色低碳综合能源示范区,力争成为上海市绿氢供应中心。

本报记者

李景

上海新材料

鲁花集团通过科技创新致力提高食用油自给率——

油瓶里飘逸“中国味”

本报记者 王金虎

2021年,鲁花集团销售收入将达到400多亿元



鲁花花生油自动化生产线。(资料图片)

(资料图片)

“十四五”期间,鲁花集团将着力打造食用油、调味品、米、面等产业链

花生油年生产能力达到



150万吨

其他食用油年生产能力达到



100万吨

作为“卖油郎”,却倡导消费者少吃油,这个怪事发生在花生油行业龙头企业——鲁花集团身上。鲁花集团提出这个建议,并非哗众取宠。集团依靠科技创新,利用5S压榨工艺,生产出浓香、高油酸的好产品,让消费者“少吃油、吃好油”。有几件事,让始终牵着农民手的鲁花集团颇为自豪与欣慰:鲁花集团培育的高油酸花生良种,让越来越多的农民增收致富;30多年来从未对农民打过一张白条,所有花生都是当天收购当天兑现。

抢占研发高点

中秋节前,山东莱阳的花生种植户隋中希再一次从种植鲁花高油酸花生中尝到了甜头:“鲁花高油酸花生种子种出的花生,不仅产量高,而且卖的价格还高,今年比之前每亩地多收入800元到1000元。”

鲁花集团为啥会育起了花生种子?鲁花集团董事长孙东伟告诉记者,近年来,高油酸的概念迅速引领了食用油健康的新风尚。原国家粮食局发布的《中国好粮油食用植物油》行业标准显示,食用油中油酸含量的高低,成为评价油品优劣的重要标准。此前,高油酸产品多出现在橄榄油、山茶油等领域,但这些油品在味道上却满足了国人的需求。

油酸含量与橄榄油均等的高油酸花生优良品种,早已成为国内外食用油行业竞争的焦点。美国、阿根廷、澳大利亚等国全面推广种植高油酸花生,实现商品化批量生产。鲁花集团坐不住了。孙东伟告诉记者,花生是我国粮油资源中为数不多在产量、消费量及贸易量等方面均占优势的特色农产品之一。我国拥有全世界最大的花生加工产业。“要想在全球范围内保持花生产业的竞争优势地位,就必须占据花生种子研发的制高点。作为花生油产业的龙头企业,鲁花集团进军花生种业,责无旁贷。品种改良是保卫

中国“油瓶子”安全的有效途径,鲁花要育出“中国味”的高油酸花生良种。”

从2009年开始,鲁花集团绕开了单纯进口国外高油酸花生原料的简单路径,选择了一条艰难的探索之路——育种。鲁花集团成立了农业科技推广公司,与山东省农科院花生研究所等单位产学研合作,开始了高油酸花生良种的试验、生产和推广。2013年,由鲁花集团联合相关科研机构成功培育研发出了中国本土高油酸花生新品种十多个,其油酸含量均达到75%以上,可与橄榄油相媲美。同时,花生颗粒饱满度、品种产量与含油量等方面全面领先于国外先进水平。这些新品种被誉为中国第六代花生,因其产量高、市场价格高,深受花生种植户青睐。2017年12月,鲁花集团研制的国内首个高油酸花生油产品正式面市。

作为一家与农村、农业、农民息息相关的“农”字号企业,鲁花牢牢地牵着农民的手,一直坚持用国产花生。“传统花生种植抗风险能力比较低,即便是一些大的种植户与农场也难以获得良好的经济效益。而鲁花集团则为广大花生种植户提供花生种植、技术指导、保险服务、保价收购等全程精准式服务,让老百姓吃下定心丸。”河北省沧州市鲁花花生种植合作社的负责人李月岗说。鲁花集团培育出良种供农民种植,再以高于普通花生的价格收购。这样一来,在农民增收致富的同时,也大大提升了中国花生在国际市场中的竞争力。

目前,国产粮食自给率高,但食用油自给率却只有34%。“让中国人的油瓶子里多装国产食用油”,鲁花集团把提高我国食用油自给率作为企业的责任和使命,凭借自身产业优势带动了国内花生产业发展,助推了我国的粮油战略安全。

严格品质管理

记者在鲁花集团看到,偌大的厂区

里,没有一个油罐。为了避免油脂在太阳下暴晒变质,鲁花集团所有工厂的油罐全部建在室内,恒温储存,保证花生油的新鲜。

为了管控品质,鲁花集团从源头抓起,在各地设置原料信息员,深入田间地头,跟踪花生的长势。鲁花集团还引进了全球最先进的花生综合检测仪,这种仪器全球只有五家企业在使用,在中国,只有鲁花集团一家。鲁花集团确保了加工时每个环节都有详细跟踪记录,每一批次产品都要经过严格检测并做到可溯源。在食品行业,企业一般将产品分成不同等级,定不同价格,但鲁花集团却坚持分类不分级,全部产品一个标准。

一直以来,调和油市场体量巨大,却鱼龙混杂,很多产品只含3%的花生油,却标上花生调和油的字样。面对这种参差不齐的市场现状,2015年初,鲁花集团顶着压力,全面公布旗下调和油产品的配方比,在调和油瓶体上明确标注配方比例,让消费者一目了然,并自觉接受社会监督。

拓展产业链条

发展高油酸花生产业链是鲁花集团迈出的重要一步。回首35年,鲁花集团的每一步都是以创新为基石,走得非常稳健。创业伊始,鲁花集团研发开创出5S纯物理压榨工艺,这一技术不仅能令花生油“生香、留香”,更能有效去除黄曲霉素;依靠创新,成功育种“三高”花生,掀起食用油领域的一场新的产业变革。同样依靠创新,鲁花集团不断拓展产业链条,将业务逐渐覆盖到调味品、米、面领域。

同时,鲁花集团在酱油市场上开疆拓土。虽然是花生油产业的老大,但在酱油板块,鲁花集团却是一名“新手”。

培育酱油菌种,其重要性与在花生油领域育种相同,鲁花集团汇集各方科研力

量建立了鲁花酱油菌种研究中心,耗时10年,终于成功研发出独特的珍稀酱香菌种——“鲁花酱香菌”。酱香菌的添加,让鲁花自然鲜酱香酱油拥有了将酱香味、鲜味、咸味融合在一起的独特香气。

2012年,鲁花集团投资兴建了山东鲁花生物科技有限公司,利用先进的生物发酵技术,采用非转基因原料,精酿出了多种调味产品。在孜孜不倦地创新研发中,鲁花集团的调味品产业链日渐成熟壮大,成为近些年企业增长最迅速的业务板块。



工作人员在位于陕西省榆林市榆阳区的陕西未来能源化工有限公司10万吨/年费托蜡精加工项目检修。该项目产出的115℃高熔点蜡为国内最高熔点的高端费托蜡新产品,打破了国外垄断。本报记者 高兴撰

本版编辑 辛自强 张苇杭 美编 高妍