

忠阳车评

汽车消费不存在降级之说

国庆长假期间,逛车市的消费者发现,商家促销力度越来越大。一辆车优惠几千元的比比皆是,降价几万元甚至10万元也不在少数。不过,这也引发了舆论关于汽车消费降级的担忧。

理由在于,从年初到现在,大大小小的价格战从来没有停止过,而且降幅之大是前所未有的。不管是新车还是二手车,绝大多数现在是在周周降,弄得经销商现在的日子难过得不得了,甚至有扛不住而退网的。

所谓消费降级,是指个人或家庭在原本能够购买更高档次商品,或享受更高水平服务的情况下,由于某种原因降低了消费水平,选择购买更低档次的商品,或享受更低水平服务的现象。显然,当前汽车市场消费并非如此。

中汽协提供的数据显示,今年前8个月,我国高端乘用车销量达到279.6万辆,同比增长17.7%,远高于车市整体增幅。相反,10万元以下乘用车市场销量和占比出现下滑。这表明,汽车市场消费呈现出明显的升级趋势。

降价不等于降级。衡量汽车消费是升级还是降级,不仅要看价格的变化,还要看产品力的变化,以及消费观念和消费结构的变化。花更少的钱,可以买到同样配置的车,其实不是消费降级,而是隐性升级。由于物质生活水平的提升,增换购群体的扩大,以及消费理念的

之所以出现升级趋势,汽车市场增换购比例逐渐增大是重要原因。过去的十几年间,我国车市以首购为主,但近年来首购车型基本已进入淘汰周期,这些用户成为增换购市场的主力。与首次购车相比,增换购车主对购车预算的要求有所提升,更偏好拥有更大空间的车型。消费者有对于更高层次生活的追求,他们希望通过换购新车来提升驾乘体验和车辆的安全性能。

2023年麦肯锡中国消费者调研报告也洞见了这一趋势。报告显示,以目前的主力价格段10万元至15万元为例,在

现有车辆价格区间的车主中,有超过一半受访者表示,会在下次购车时考虑更高价格的车型;在现有车辆价格为15万元至20万元的车主中,也有近一半的车主表示,再购车时会升级新车的价格区间。

事实上,消费降级不能只看产品是否降价,还要看其产品力有没有变化。不可否认,目前市场上销售的不少车型,其售价比前些年同款车型降了不少。但是,也要看到,其配置并没有发生变化,这是技术进步和供给充足带来的市场红利。例如,现在消费者花20多万元就有可能拿下前些年需要40多万元才能买到的奥迪A4L。消费

者花更少的钱,可以买到同样配置的车,其实不是消费降级,而是隐性升级。不同之处在于,升级不是在经济或购买力层面,而是在产品力及产品带给消费者的功能价值和情感价值上。

衡量汽车消费是升级还是降级,不仅要看价格的变化,还要看消费观念和消费结构的变化。随着电动化和智能化变革加速,人们对新能源汽车认可度和接受度越来越高。今天智能电动汽车渗透率的大幅提升,所折射的其实也是一种消费理念和消费结构的升级。

从总体上看,这些年汽车市场并没有所谓的消费降级,而是一直处于升级状态。由于物质生活水平的提升,消费观念的改变,品类及细分领域也在不断升级。因此,汽车消费不存在降级之说。



杨忠阳



由中车株洲所研发的氢能源智轨电车。(资料图片)

随着一声清脆汽笛声响起,由中国中车株洲电力机车研究所有限公司(以下简称“中车株洲所”)自主研发制造的氢能源智轨电车于当地时间9月6日下午正式亮相马来西亚,在砂拉越州古晋市开启为期3个月的试跑。据悉,该列车于7月14日从湖南株洲发车,8月21日在马来西亚港口完成组装和调试。

智轨是中车株洲所用7年时间自主研发的一种新型绿色轨道交通工具。作为融合轨道交通和地面交通优势的新产品,智轨采用独创的自主导向与轨道跟随技术,具有基础设施投资小、建设周期短、调度灵活、低碳环保、智慧便捷等特点,为城市交通出行提供了一种兼顾运营与成本优势的创新型中低运量轨道交通系统解决方案。

2017年6月,中车智轨在湖南株洲首发,2019年在四川宜宾开通首条商业运营线,2020年被中国城市轨道交通协会正式命名为“电子导向胶轮系统”。

“智轨电车以胶轮取代钢轮,无需铺设有形轨道,大大降低了线路建设和改造成本,仅相当于有轨电车建设成本的五分之一。”参与研发的中车智轨科技有限公司总工程师肖磊介绍,智轨采用的“虚拟轨道循迹与跟随控制”技术,真正实现了不同编组下无物理轨道的类轨道行驶。目前,虚拟轨道系统已在多个项目中成功应用。

“智轨电车的适应性极强,每节编组两轴四轮,宽度只有2米多,在3米多宽的道路上就能跑,三编组列车最小转弯半径与传统公交车相当,运行十分灵活,既能满足大城市大运量轨道交通与小运量公交之间接驳的需要,又能担任中小城市、旅游景区和特定功能区的公共交通‘主力’。”肖磊告诉记者,此次试跑马来西亚的智轨车辆首次采用氢能源动力系统。

氢能源智轨电车在原有技术基础上,通过对基于摄像头、激光雷达与GPS组合的虚拟轨道感知能力进行提升,拥有更高“智慧”。同时,车辆创新采用70兆帕储氢系统和功率燃料电池系统,续航里程超过350公里。

“高效、安全、环保的城市轨道交通成为解决交通拥堵和环境污染问题的有效途径。在利用新技术不断催生轨道交通新装备的今天,只有坚持创新引领,才能够始终确保我国轨道交通装备行业的领军地位,同时,市场的实际需求也不断呼唤轨道交通装备持续创新。”中车株洲所总工程师冯江华告诉记者,企业每年将销售收入的8%用于研发创新。截至今年9月份,中车株洲所已累计申请专利1.1万余件,主持和参与起草各类标准2976项,科研课题转化产品比例达95%以上。

作为一家科技型先进制造企业,中车株洲所近年来依托算法、器件、材料三大根技术,围绕技术和市场两个核心,深耕交通与能源两大赛道,逐步构建起从器件到部件(系统)再到整机的完整技术链和产业链,形成了轨道交通、新能源装备、汽车与工业三大产业集群。

“我们将继续坚持自主创新、开放创新和协同创新相结合,主动融入全球科技创新网络,提升创新能力,构筑创新体系,实现更好发展。”中车株洲所副总经理刘海涛说。

本版编辑 向萌 美编 夏祎

得力集团坚持产品创新——

小文具细功夫

本报记者 郁进东

一支小小的笔头,从生产到下线需要经过20多道工序,这支笔头集先进技术、精工制造、设计创新于一身,是得力集团有限公司(以下简称“得力集团”)对产品精益求精的体现。

位于浙江省宁海县的得力集团深耕文教办公用品行业40多年,坚持产品创新、科研攻关,拥有多家创新研发中心和顶尖的研发工程师与设计师,每年推出产品5000余款,多次获得国际知名设计类奖项。公司先后获得“国家高新技术企业”“国家级企业技术中心”“中国文教用品行业十强第一名”“中国民营企业500强”等荣誉称号。

“我们将通过创新引领,在研发上不吝投入,在制造上精益求精,努力走好文创科技之路。”得力集团执行总裁陈雪强说。

不吝研发投入

得力集团创建于1981年,从购入第一台注塑机生产文具起家,在抓好文教办公用品主业的同时,坚持多元化布局,从文具扩展至办公设备、数码打印、智能办公、儿童益智、精品工具、办公家具等多个领域。

得力集团为了提高品牌信誉,实行了严格的质量管理制度。“因为任何一个微小瑕疵都有可能影响品牌形象,所以公司在原料选购、产品设计、生产工艺、成品检验、售后服务等环节都要精益求精,追求一流品质。”陈雪强说。

除了保证产品质量,公司十分重视产品创新,得力集团每年都会拿出大量资金用于产品研发,还设立了不同的研发项目小组。目前,得力集团研发团队已达3000多人。

企业展厅里,摆满了得力集团的“得意之作”。“这支笔尖上使用的球珠是由硬度仅次于金刚石的碳化钨制成,经过研磨、测试等20多道工序才能下线,还要质检员用显微镜抽检笔头有无开裂堵塞等情况。”得力集团制笔工厂厂长麻伟锋向记者介绍。

一支笔的性能好坏,不仅要看笔头,还要看笔芯。为此,研发团队在笔头的球珠和笔芯的油墨两者间“钻牛角尖”。得力笔球珠多达12种,特性不一,如粗糙度高低、有磁无磁、碳化钨或陶瓷等,与怎样比例的油墨进行组合,又会产生什么样的书写效果,都需要匹配测试。“无数次的匹配测试要耗时3个月到4个月时间,才能设计出一支完美的笔芯。”麻伟锋告诉记者,集团已生成成笔头和油墨匹配技术库。比如,润滑性能好的油墨,就要选择表面相对粗糙的球珠,保证球珠带墨能力的同时,又不会打滑。此外,研发团队还专门在笔头部加上了按压头,每按一次球珠就会旋转一个方向,这样做可以延长球珠寿命。

2012年,得力集团成立制笔相关科研实验室,汇集资深技术专家,着力攻克笔尖、笔头和墨水控制等难题。同时,专注于子弹头、尖锥头、ST加强型针管、全针管四大核心笔头技术研发,并创造了50余项全方位检测方法用于甄选笔头与墨水的最佳匹配方案。



得力集团智能化生产车间。(资料图片)

(资料图片)

发力研发,不断用科技和创新重塑产品,让得力集团走在行业前沿。不易残留胶印的纳米胶带,可以同时满足点、线、面涂抹的三角透明固体胶,天然植物成分、淀粉配方的植物型固体胶……这些拥有全新外观设计的胶粘系列产品更新了消费者对胶粘产品的认识,市场不断拓宽。

从2014年开始,得力集团从文具制造商向办公整体解决方案提供商升级。企业每年投入数亿元进行生产技术改造,年均技改项目超300个,改造后的智能化工厂趋于行业领先,得力集团已经成为办公整体解决方案的倡导者和先行者。

尽管不吝研发投入,不断对产品进行创新,增强科技含量,但在很长一段时间里,得力集团的产品难免被贴上“劳动密集型”产品的标签。为此,集团在数字智能化应用大办公文具领域寻求突破,集团生产的智能会议设备、云考勤、智能保险箱等智能产品,共同组成了办公整体智能化升级的解决方案。

陈雪强表示,得力集团基于工作、学习两大场景构建多元化产业集群,始终围绕用户需求提供整体解决方案,实现向文创科技产业集团的转型。

有几十微米大小。“喷墨打印头是融合了光刻、蚀刻、薄膜和精密机械加工等数十道工序制作而成的高科技产品。”得力打印机工厂负责人介绍,打印机上的每一道工序都要靠实验一个个做出来,一台打印机就要做上千个指标测试。正是精益求精的工作态度,让得力集团成为我国同时掌握激光、喷墨打印核心技术,且拥有激光、喷墨、热敏、针打等全系列打印产品的企业。

得力集团成立40多年来,从文具到文创科技,已拥有办公、文具、工具、家具、打印机等多个核心产品群,集团在上海等地还建立了工业设计研究所,目的在于掌握最新的技术动态,着重改进生产工艺和产品设计等问题。

尽管不吝研发投入,不断对产品进行创新,增强科技含量,但在很长一段时间里,得力集团的产品难免被贴上“劳动密集型”产品的标签。为此,集团在数字智能化应用大办公文具领域寻求突破,集团生产的智能会议设备、云考勤、智能保险箱等智能产品,共同组成了办公整体智能化升级的解决方案。

陈雪强表示,得力集团基于工作、学习两大场景构建多元化产业集群,始终围绕用户需求提供整体解决方案,实现向文创科技产业集团的转型。

提升品牌价值

以强大的产品研发与制造能力为依托,得力集团将目光投向品牌发展。走品牌化道路就是在产品、技术和服务日趋同质化的情况下,坚持寻求原创性和差异性,而得力集团正是在追求创新性的过程中脱

集团研发团队
达3000多人,每年
推出产品5000余款
2022年
集团营业收入
近400亿元

颖而出。

得力集团在实施品牌升级计划、深耕国内市场的同时,积极推动品牌全球化布局,目前已在140多个国家和地区逐步构建起完善高效的营销网络。2022年集团营业收入近400亿元。

为了适应多元业态发展,加强品牌与年轻消费群体的互动与沟通,得力集团聚焦产业、营销数字化改革,成立了数字营销部。在抖音、小红书、B站等社群营销平台,开展内容生产与品牌传播活动,并搭建了工具、打印机、家居、益智早教等多品类的场景化直播间。目前,得力集团已经将云打印设备、云考勤设备、智能会议系统、线上学习产品等20多个品类,以及数百款数字化产品推向市场。

多年来,得力集团以高品质、高性价比赢得了广大消费者的喜爱。如今,集团已拥有全面的产品线,不仅发展为国内文具行业的头部企业,还是国内较大的综合文具供应商。

“未来的得力集团将继续发挥品牌引领作用,大力实施品牌基础建设工程,提升品牌在市场上的竞争力和影响力,加速企业结构优化升级,谋求更好的发展。”陈雪强说。



图为得力集团外景。

蒋攀摄(中经视觉)