

# 一汽红旗:政企联动探索营销新路

在过去的500天里,红旗究竟经历了什么,可以让一个已经几乎不沾烟火气的品牌,重新回归红尘?红旗做对了哪些事,可以在这片肃杀的市场寒冬之中,老树新芽,迎风飘扬?

2018年1月8日,徐留平在人民大会堂,在数百与会一汽人和媒体人的面前,庄严许下“中国第一、世界著名”的新红旗承诺。彼时,距离他调任一汽集团董事长,时间尚不足半年。

一汽集团,从内部看,情况错综;从外部看,自主研发无力;从上帝视角看,一汽集团的发展陷入艰难。而红旗,是难中之难。

“新红旗将奋力向2020年销量10万辆级,2025年30万辆级,2035年50万辆级的宏伟目标迈进!”即使是徐留平在人民大会堂发出振奋发聩的新红旗宣言时,外界对于这位新到任不久的董事长,为红旗定下如此高调的销售目标,同样也是将信将疑。

时光流转,2019年7月市场总体数据出炉,同比再降12.4个百分点。一时风声鹤唳,曾经的盛世繁华,转眼变成了生与死的战场。然而,在堪称冰点的中国车市,一抹象征着上升的红色让人无法不去关注。

这就是红旗——2018年,红旗以全年销售3.3万辆,同比增长624%的惊人成绩超额完成当年目标。2019年上半年,红旗累计销量突破33200辆,6月单月销量超过8000辆,再次创造新的销售纪录。

在过去的500天里,红旗究竟经历了什么,可以让一个已经几乎不沾烟火气的品牌,重新回归红尘?红旗做对了哪些事,可以在这片肃杀的市场寒冬之中,老树新芽迎风飘扬?一汽人是如何用500天的时间,实现再造一个新红旗的奇迹,创造了一个传承与创新的伟大时代样本?

## 第一件事:做对品牌

红旗之于国人,是国车是历史,是图腾是符号,是庙堂之上不食人间烟火的神,惟独不是每天自己开来坐去的那辆车。这个印记,从1958年第一辆红旗从长春一汽的厂房缓缓驶出时,就已经牢牢烙印在中国人的脑海里。想改变这样的第一印象,何其艰难?

就像奔驰与迈巴赫、途锐与卡宴。一个豪华品牌,无论拥有什么等先进的技术和豪华的配置,亦不过是“术”的高低。而拥有一群什么样的拥趸,才是一个品牌对于“道”的领悟。在红旗身上,相比于技术层面的革新,更为严



峻的挑战是由于长期产品的断层,所导致的市场与消费者认知的断层。没有人知道,究竟红旗车是为谁而造,谁又适合开红旗车?

依然是国家机构中的那些官员吗?还是传统豪华车的消费人群?或许,两者都是,也都不是。一如徐留平提出的“新高尚精致主义”,高尚、极致、意境构成了新红旗的魂。同时,也为新红旗品牌的目标人群做出了指向。

2019年4月,红旗“新高尚情怀人士”俱乐部正式成立。无论是奥运冠军或者国粹传承,无论是经典荧幕形象或者中国科幻第一,在他们身上可以看到那份对于高尚和极致的追求。而这份追求的背后,是自我突破和创新的努力,是家国情怀和责任的觉醒。

更重要的是,他们身上所蕴含的年轻活力和奋斗精神,带有超越时间、跨越地域的普世价值。而这,也恰是新红旗品牌形象最真实贴切的呈现。“新高尚情怀人士”俱乐部出现,第一次让红旗品牌的用户形象得以落地,也让“新高尚情怀人士”这一不容易被理解的用户画像,得以真实具象化的表达。

## 第二件事:做对产品

回望历史,客观地说,一汽并非没有对红旗做出过改变。在过去若干年中,红旗也曾推出过多款面向民用市场的产品。然而产品上市,波澜不惊。在品牌、价格、性能这三大核心要素之间,红旗并没有得到消费者的认可。简而言之,产品没有做对。

真正的改变从H5开始。从H5到HS5,从轿车到SUV,崭新的设计语言改变了过去人们对红旗、对国车的印象。7月12日,红旗HS7正式上市。这是红旗在新品牌战略发布后500天之内,上市的第三款全新车型,也是迄今为止红旗在民用市场中,投放的价格最高的一款车型。

相比之前的两款产品,HS7对于未来红旗

品牌的发展意义非凡。一方面,这是新红旗第一款真正意义上的全新产品,代表了目前一汽集团最高的自主研发水平;另一方面,这也是中国自主品牌第一次深入豪华品牌的主力阵营,以真正的实力而非价格,与跨国车企进行硬碰硬的市场对抗。

“红旗HS7是红旗工厂第一款全新产品。在产品定义、策划、研发、制造、采购、供应、质量等方面,都凝聚了红旗人披星戴月、日夜奋战的干劲和热情。”对于这款车,徐留平给予厚望。在红旗HS7量产仪式上,他曾表示,红旗HS7要从质量、销量上,构成中国汽车产业C级SUV中的全新标杆,成为红旗高质量、高品质、高认知度、高销售量的典范。曾经,对于如何让红旗“落地”充满争议。是继续走超豪华的庙堂路线,还是干脆放下身价,从群众来到群众中去?如今,在保持品牌的凝重感,与实现全面市场化的二择中,红旗HS7已经成功竖立起了一个标杆。

而从市场和消费者的角度来看,红旗HS7或许可以令很多人第一次对自主车型由衷产生尊敬感。对习惯了欧美豪华车的中国消费者来说,红旗HS7身上那种远远超出预期的高级感,依然令人充满震惊和触动。真正看过、摸过HS7的人都不禁会发出感慨——这一次,红旗车真的做对了!

## 第三件事:做对营销

在注意力经济的时代,一个品牌如何在纷杂的信息流中脱颖而出,得到消费者的关注,是营销人的永恒话题。对于红旗来说,全面的市场化意味着它也必须经历这场时代的洗礼。

“选择品牌合作伙伴,就像结婚,既要门当户对,又要互相喜欢。”对于红旗品牌,选择一个精神匹配高度契合的伙伴更不容易。长久以来,“高大上”的品牌形象,是红旗的盔甲



更是软肋,让其囿于其中。

对于红旗的营销之难,徐留平曾如此感慨。而如何让红旗品牌既能接地气,又不失格调;既有时代精神,又不堕于潮流,是红旗营销人的巨大挑战。就像61年前生产第一辆红旗车一样,面对挑战,红旗人再一次演绎了什么叫做“事在人为”。

无论是与故宫签署战略合作协议,还是通过春晚传递振兴民族品牌信心;无论是联合出品《真爱·梁祝》创新国粹艺术,还是牵手长春国际马拉松发力体育营销……红旗过去的500天,堪称车界营销样板的500天。

红旗与长春市政府联动,将产品发布与汽车文化相结合,再一次在政企联动的创新上做出了楷模,为长春这座汽车之城注入了更丰富的文化内涵。这是在赞助长春马拉松赛事后,红旗品牌营销模式创新的又一次有益探索,在传播中国汽车文化的同时,还将落地多项产学研结合的项目,助力中国汽车产业发展。

“理想、执着、变革、谦敬”,新红旗精神在500天的发展奋斗中从口号一步步落在了实处。从品牌到产品,从营销到服务,新红旗的变化正在以“天”为单位,刷新着业界和消费者对红旗的认知。

在品牌塑造、造型创意、产品开发、技术创新、品质质量、营销服务、客户关怀、体系建设等方面取得瞩目成果的背后,是红旗人全力以赴,化不可能为可能的执着奋斗;是为了做到更好,不断思考反省勇敢改革的决心勇气。

从历史中汲取灵感,于今天创造新的历史。已经走过一甲子春秋的红旗,在历史机遇与时代挑战中,层层蜕变,涅槃重生。在政局多变、中国崛起的全球大格局中,红旗的华丽转身注定被赋予更丰富的内涵。

新红旗,一个传承与创新的时代样本,中国汽车工业中难以磨灭的一束星火。(卢山)

# 百年老字号“老美华”焕发新活力

近日,天津老美华鞋店在和平路老美华大厦举行了老美华108岁茶寿之礼暨新零售旗舰店的盛大启幕仪式。

## 智能新时代下的新零售店

老美华新零售店经理李莹告诉记者:“老美华新零售店增加了很多免费的智能服务产品,如智能云货架、智能试衣架、3D量脚仪等。”据李莹介绍,智能云货架满足了快速统计客流量和减少库存的功能,同时丰富了电商模式,增加商品成交率。智能试衣镜能让消费者对老美华服饰有一个快速直观的上身效果的了解。消费者把老美华服饰放置在智能试衣镜前就能看见服饰的上身效果。更值得一提的是,3D量脚仪可为消费者脚型进行三维扫描,准确的测量了消费者的脚的宽度和高度等数据,全方位的建立3D模型,并生成3D量脚报告,此数据可用来做鞋子高级定制数据。

## 智能“大数据”助老美华焕发新活力

据悉,老美华新零售旗舰店采用新零售方式通过全渠道业务中台系统连接门店、加盟商、电商平台、小程序等渠道,打通了数据、会员、订单、结算等业务体系,做到了线上线下很好的融合,快速实现产品调度促进门店现场交易。店内各区域设置热区分析点,此系统可以采集到店顾客的多种数据,如人群走路

动线、人群密集度、年龄、性别、身高、到店次数等。

旗舰店可通过对大数据分析可以得到顾客对店内每款商品的喜爱程度,继而在下一期产品研发中可以做到“取其精华,去其糟粕”,更精准的对接商品的消费者。

据老美华工作人员王经理介绍,为了完善自身运营能力提高运营效率近期还将引入新兴技术,智能POS、RFID识别及人脸识别等智能硬件。以更专业化、多样化的方式呈现老美华的产品与服务。

另外,旗舰店内开辟非遗体验区便于与顾客进行互动交流,使顾客可以亲身感受非遗魅力。

## 以工匠精神再现老美华孝慈精神

工匠精神不需要用华丽的词语来形容,老美华的工匠精神就是吃苦耐劳、努力工作、不断学习、以己力传承非遗。老美华以手工艺立业,以诚信信人,一直注重并致力于非遗工艺的传承与发展。正值老美华108岁茶寿之喜,新一代的传承人满怀敬爱之心,向师父奉上一盏清茶,以茶敬师傅授业之恩,以茶贺老美华盛世之喜。

在老美华传统技艺传承谱系里显示,老美华制鞋技艺传承、老美华津派旗袍制作技艺、老美华连袖男装制作工艺现在传承人分别为第四代张建国、第四代江艳、第三代甘永亮。



仪式上,老美华制鞋技艺传承人张建国致辞中表示:“非遗不是文物而是生活,它跳跃于民族血脉之中,烙印于中华匠人心底,代代匠心倾注方将非遗瑰宝留存。活态传承一直是老美华所致力的发展方向,老美华不断将传统产品与市场需求相契合,将古法技艺与时代创新相融汇,将非遗传承与人才培养相联系,使传统非遗焕发新兴之势。作为老美华手工业制鞋技艺的传承人,我很荣幸也很明确自身的责任与使命。我将沉淀自我,坚守传承,秉承匠心,薪火相传,愿以己力传承非遗,为老美华下个百年华章奉献自己的力量。”

老美华总公司总经理董建设告诉记者:“近年来,国家加强对老字号企业的政策支持,我们迎来转型发展的好时机。我们作为百年老字号企业,对于增强自主创新能力的,成为具有影响力的自主知名品牌,是我们刻不容缓的发展方向。老美华新零售旗舰店的开

幕标志着老美华购物体验方式的华丽转型,具有里程碑意义。”

董建设还表示,年轻人才是企业的新鲜血液,为企业增添了新鲜活力,现在老美华一线员工都是80后,学历都是本科以上。目前老美华企业已经与天津中德职业技术学院、天津工业大学、天津财经大学三所大学签订管培生协议,做好老美华各方面人才储备。

如今的老美华,作为百年老字号,不忘社会责任,积极响应天津市商务局提出打造“以人为本、以融为尚、特色鲜明、国际知名的商业中心、开放包容、创新创业的智慧街区”号召,助力金街繁荣。同时积极打造“中国品牌”,讲好“中国故事”,展现“工匠精神”。以“老美华走遍天下”为愿景,“以传承中华传统文化、助天下儿女尽孝心”为使命,未来老美华将秉承孝慈精神,坚持继承传统,创新发展。(刘晓)

便民服务 QQ:3329295109 收费标准:55元/行/天(13字1行) 广告热线 028-69959066 地址:红星路二段159号成都传媒·红星国际2号楼1702室

北京传中艺 2019年夏季艺术品拍卖会 拍卖时间:2019年8月30日上午9:30开始; 预展时间:2019年8月28日-29日 9:00-18:00; 预展地点:北京市朝阳区潘家园街道望景嘉园2号楼8E; 拍卖地点:北京市朝阳区长安使馆区四层第七会议室(朝阳区广安里27号); 拍卖及拍后电话:13511071972 ●注销公告:四川轩浪影视文化传媒有限公司(统一社会信用代码91510105MA6C7QH76W)经股东会决议决定注销,请债权人自本公告见报之日起45日内向我公司申报债权债务。 ●注销公告:成都鹏程玛斯特企业管理有限公司(统一社会信用代码91510105MA6C7QH76W)经股东会决议决定注销,请债权人自本公告见报之日起45日内向我公司申报债权债务。 ●锦江区波克达人商务信息咨询服务有限公司(统一社会信用代码:92510104MAG6CBF5XA)遗失作废。

中郡资本(北京)国际拍卖有限公司拍卖公告 我公司定于2019年8月28日10:00举行拍卖会,标的一:昌平区百沙路单柱广告牌2棵,参加竞拍的单位必须是具备工商局批准的具有广告制作、发布资格的单位;标二:报废燃气锅炉2台;标的三:房屋产权证,位于昌平区邓庄东村,建筑面积4999平方米(此房不含土地)。预展时间:2019年8月26日-27日,预展地点:标的所在地。 拍卖地点:昌平区科技园白浮泉路10号兴业大厦一楼; 联系电话:010-89719011 联系人:曹先生 13681378278 徐女士:13311092161 ●注销公告:成都静馨房地产经纪有限公司(统一社会信用代码91510100395257977G)经股东会决议决定注销,请债权人自本公告见报之日起45日内向我公司申报债权债务。 ●成华区吉2510108MAG6DEF8590)营业执照副本遗失作废。

减资公告:成都互生数梦科技有限公司(统一社会信用代码91510100780101784L)经股东会决议决定注销公司,请债权人自本公告见报之日起45日内向我公司申报债权债务。 ●四川中星智云科技服务有限公司,营业执照副本(统一社会信用代码91510105MA66509U3D)、开户许可证(核准号:J6510121179501,开户银行:中国农业银行股份有限公司成都锦城支行,账号:22910101040048139)均遗失作废。 ●注销公告:成都鑫瑞达物资有限公司(统一社会信用代码91510100551082794H)经股东会决议决定注销公司,请债权人自本公告见报之日起45日内向我公司申报债权债务。 ●注销公告:成都星立建筑劳务有限公司(统一社会信用代码91510105MA61R7U9X2)经股东会决议决定注销,请债权人自本公告见报之日起45日内向我公司申报债权债务。

成都坤神网络科技有限公司营业执照副本(统一社会信用代码9151010833202990X4)不慎遗失,声明作废。 ●注销公告:成都源顺汇商贸有限公司(统一社会信用代码:915101070833165529)经股东会决议决定注销,请债权人自本公告见报之日起45日内向我公司清算组申报债权债务。 ●注销公告:成都祥龙餐饮管理有限公司(统一社会信用代码:9151010100MA6A50D15H)经股东会决议决定注销,请债权人自本公告见报之日起45日内向我公司清算组申报债权债务。 ●注销公告:成都博源创业投资中心(有限合伙)(统一社会信用代码9151010066755594M,经全体合伙人决议决定注销,请债权人自本公告见报之日起45日内向我公司清算组申报债权债务。 ●注销公告:成都博源创业投资中心(有限合伙)(统一社会信用代码9151010066755594M,经全体合伙人决议决定注销,请债权人自本公告见报之日起45日内向我公司清算组申报债权债务。

成都裕兴行贸易有限责任公司股东会决议解散公司,请公司的债权人自公告之日起四十五日内到成都市金牛区抚琴西路220号综合大楼附楼6层向我公司清算组申报债权。成都裕兴行贸易有限责任公司清算组 2019年8月20日 注销公告 成都佳叶制冷设备安装有限公司(统一社会信用代码:915101070971175702)经股东会决议决定注销,请债权人自本公告见报之日起45日内向我公司清算组申报债权债务。 ●注销公告 四川德瑞克投资有限公司(注册号:51000000385696)经股东会决议决定注销,请债权人自本公告见报之日起45日内向我公司清算组申报债权债务。特此公告。 ●注销公告 成都普悦普诚科技有限公司(统一社会信用代码915101066698852458U)发票领购簿遗失作废。 ●成都博源创业投资中心(有限合伙)(统一社会信用代码9151010665355608848)发票领购簿遗失作废。 ●成都华美德科技有限公司(统一社会信用代码91510106099128153XH)发票领购簿遗失作废。 ●成都博源创业投资中心(有限合伙)开具的押金收据1份,号码000658 金额15000元声明作废。

律师提示:本刊物为供需双方提供信息平台,所有信息均为刊登者自行提供,客户交易请谨慎核实相关手续和证据,本刊不对所刊登信息及结果承担法律责任。