

长城汽车借直播寻找营销甜区

当前直播带货已成燎原之势，但实践证明，相比一支口红、一床家纺，直播卖车绝非动动嘴皮而已。

从“小朱配琦”强势带货 WEY VV6，到哈弗 F7 携手罗永浩的“哈罗”组合汽车直播首秀，再到奥运冠军陈一冰领衔的“F4 跨界天团秀”。今年以来，长城汽车发起了一大波直播神操作，在疫情致车市萎靡的背景下，4月销量实现逆袭，直接冲破8万辆。

今年疫情让居家隔离成为常态，直播也成为汽车业的营销标配，甚至在一段时期内担纲了营销的绝对主力。但是，随着企业复工率的提高，直播逐渐被束之高阁。不少车企直言，直播卖车流量高、成交少，只是凑凑热闹而已。不过，被网友戏称“直播带货有一套”的长城汽车，似乎并不想就此放手。到底长城汽车悟出了哪些直播带货的门道？

多场直播刷新带货纪录

在长城汽车已开启的直播矩阵中，罗永浩、“小朱配琦”、陈一冰领衔的“F4 跨界天团秀”，是热议最多的三场。人们看到的是毫无汽车履历的主播，稍微动动嘴皮子就将车卖出，却忽略了每场直播的背后是繁杂周密的策划与筹备。

“与顶流跨界 IP 合作，关键在于需要找到其与品牌、产品的契合点。”长城汽车销售公司副总经理文飞向媒体记者介绍，“罗永浩是名震江湖的科技大佬，他对科技的理解和解读，远高于其他擅长带货的主播，我们就用哈弗 F7 的 AI 黑科技戳中他的心。而陈一冰不仅是奥运冠军，更是一个横跨时尚、科技、娱乐等多领域的达人，这与哈弗 F 系的理念相当契合。”

当越来越多品牌参与到直播大战中，罗永浩、陈一冰这些顶级流量的品牌漏斗则在急速缩小。他们有着愈发严苛的选品流程，品牌、产品只有满足这些条件才具备谈合作的可能。在文飞看来，品牌和流量其实是双向选择的关系，无论是企业的文化，还是个人的价值观，必须有契合的地方，比如哈弗汽车一贯践行的“偏执”文化，与罗永浩、陈一冰对待工作近乎“偏执”的态度不谋而合。

文飞指出，每场直播从筹备到执行基本只有短短几天时间，为了保证直播不翻车，需要事先无巨细地敲定所有细节，而这背后需要面对的是极具挑战的高负荷工作量。最终，罗永浩这场直播带货，实现了 0.03 秒半价哈弗 F7 售罄，11357 张 2777 元的优惠券被网友疯抢，预估销售额 15.65 亿元的成绩，创造了汽车行业直播带货新纪录。也正是在这场直播助攻之下，4月哈弗 F7 不仅实现了同比增长



8%、环比劲增 80%，更是重回万辆赛道。

“陈一冰这场直播开创了全新的多明星、分场景、多人设评测带货的跨屏联动直播模式，相信凭借这场活动聚集的势能，为 5 月哈弗 F 系整体销量助力。”文飞说。

在“小朱配琦”项目中，WEY 品牌传播总监张洪汉告诉媒体记者，选择国潮标签、敢于以中国品牌身份接受考验，源于 WEY 对自身品牌实力和产品品质的信心，由此也得到中国品牌日与央视的背书。

直播带货，有吸引力的“货”和有持续下单的“客”是根本，为了使“小朱配琦”直播取得更佳效果，WEY 专门新增了 5 年 10 次基础保养直播限时购车政策，半价 VV6 秒杀。结合车广权极具个人色彩的语言特点，公司准备了大量与 VV6 产品点契合的金句，如“别手就别手，反正开车不用手”、“昨夜雨疏风骤，安全出行还靠 VV6，试问卷帘人，应是下单预购”等，还给直播的二次传播输送弹药。

巧借东风，亮相组合拳。最终，全场直播最高在线人数高达 4013.7 万次、获赞 2564 万次；其间天猫长城旗舰店访客量暴增 59 万人次，WEY VV6 整车订金订单 7473 笔，高达 44036 人参与抢购限时秒杀的 VV6 半价车，预计销售金额近 12 亿元，创下线上直播带货新纪录，品牌首次尝试直播带货成为刷屏事件，且话题热度不断发酵，品牌与产品曝光度也持续提升，最大化地实现了传播效能。

线上流量红利值得深耕

“在操盘大型直播的过程中，我们逐渐掌握了一场完整的直播活动需要如何去筹备、如何去运营、如何去传播、如何去总结，更学

习到顶流主播带货的更多技巧。我们会把这些宝贵经验应用到终端营销以及未来更多的线上活动中。”文飞说。

文飞说，通过尝试不同的方式、整合不同的直播资源，哈弗汽车的“大直播矩阵”逐渐建成，不仅有顶流 IP 的流量直播矩阵，还有哈弗品牌主导的官方直播矩阵 KOL、深度参与的行业及跨界 KOL 矩阵，还有重点打造的直播应用到店线下活动中，作为现场活动的渠道和营销互补。2020 年，疫情掀起了一场前所未有的直播狂潮，哈弗汽车得益于在直播领域多年积累，全面启动了直播战略。

在文飞看来，目前而言，线上直播卖车和传统卖车最大的区别就是，直播卖车突破了传统的售车场景，打通了线上线下的壁垒，突破了时间空间的限制，实现了更大范围的消费者覆盖。在疫情期间，直播卖车在某种程度上成为了销售担当，线下卖车的重要动因和流量入口，可看作是整个销售闭环中的组成部分。

直播卖车推动的是销售模式变革，购车体验多样化。终端消费者有可能会逐渐适应新型的购车方式，逐渐接受线上的销售模式，慢慢习惯线上看车、预约线下试驾等方式，实现线上和线下服务的有机结合，为消费者多元化的生活方式提供新的选择。“作为有益的组合方式，在未来，直播卖车与线下卖车应形

成互补，我们肯定还会继续尝试和完善直播卖车的形式。”文飞说。

未来线上流量将越来越大，游戏、视频、直播等在线流量正处于历史最高水平，汽车行业有必要耕耘其中的流量红利。直播卖车就是一种基于线上流量的创新尝试，虽然历史经验不足，但车企、经销商正在共同努力，寻找这一新形态和传统销售模式能结合得更好的“甜区”。

流量 IP 与专业缺一不可

直播未来将成为汽车销售的重要一环，已成大部分汽车销售人的共识。纵观长城汽车几场大型直播的主播，有央视当红主持人、有科技大佬、有直播一哥、也有跨界明星，究竟什么样的人更能胜任汽车圈的主播？谁更适合给汽车行业带货？

张洪汉认为，就汽车主播而言，流量 IP 与专业人士各有千秋，主要看直播的目的。如果是以曝光或者销售为导向，那么就需要借助流量 IP 去收集客群，提升产品或者品牌的声量。如果是以解读产品、技术为导向的，则需要专业人士的加持和背书，专业背景可以更完整的诠释产品信息或者品牌主张，是一种口碑塑造的过程，也有助于用户从兴趣到选择转化。

“自带流量、有专业性、带货能力强、无其他品牌代言冲突、人物口碑正向”，张洪汉理想中的汽车主播，要具备主播的专业能力和汽车专业知识，善于场景化的讲解、沉浸式的互动，懂得洞察消费者的消费痛点，给出消费者合理的消费建议，有原则和底线，在不未体验的情况下盲目推荐。

文飞则认为，就目前而言，最适合带货汽车的主播，应该是有汽车专业知识或者相关知识的流量 IP，流量和专业缺一不可，相辅相成。这是一个流量为王的时代，流量是带货的基础，也是销售转化的基础。

事实上，车企引入直播卖车方式的尝试，不仅实现的是简单的线上销售，对应的是企业用户数字化战略的落地。哈弗的直播卖车，正是希望通过创新的互联网思维，有品牌特色的云购车模式，建立起完备的线上营销全链闭环，不论对特殊时期汽车品牌营销，还是 5G 时代汽车营销升级转型，对哈弗自身而言，都是积极有益的启发和借鉴。

“直播不仅仅是为了卖车，作为一种营销手段，还有助于品牌塑造和产品形象的打造。车企大规模转战直播，将推动行业营销的向上升级，促使车企更多地思考如何为消费者带来更好的产品和服务，更有的放矢地实施线上营销的规划和布局。”文飞说。（郝文丽）

中石化易捷肯德基基加盟店青海开业

日前，中石化易捷西北第一家肯德基加盟餐厅开业，该餐厅是中石化青海石油分公司与百胜中国联合，通过加盟的方式，由中国石化选址、出资，百胜中国提供管理经验和人员培训，通过优势互补，意在为行车族以及居民提供了超便利服务以及“加油+吃鸡”的全新模式。

该餐厅位于青海西宁海湖路加油站，过去单纯提供加油服务的加油站与餐厅相辅相成，逐步升级为集加油、非油品、餐饮、洗车等为一体的综合服务站和便民站。与普通餐厅不同，一旦车辆驶入，店内服务人员在获取信息后，准确而迅速地为消费者准备所需餐点。正常情况下，顾客只需约 4 分钟的时间，便可以完成订餐、付款、取餐、离开整个过程。同时餐厅仍然保留传统的堂食区域，满足堂食顾客的需求。

中石化加油站内设的肯德基汽车穿梭餐厅充分考虑餐厅运营设施与设备需求，更全

方位考量项目周边消费者的消费习惯及需求，周边人流动线、路网关系、人口结构等条件，进行量身定制，充分将中国石化加油站的点址优势和肯德基世界一流餐饮服务运营水平进行有机融合，以期为消费者提供最便捷、最优质的“加油+用餐”一站式服务。

这是国内开设的第三家中石化肯德基加盟店，第一家肯德基加盟店 2019 年 12 月 24 日落子中国石化辽宁石油大连天元加油站内，随后又在鞍山郭明义爱心加油站（启明）开业第二家。这三家加盟店与以往加油站里的肯德基汽车穿梭餐厅不同的是，中国石化改变以往的场地租赁方式，由“房东”变身“老板”，以加盟商的身份亮相。

三家加盟店的相继落成，是中石化易捷与百胜中国的强强联合，不仅实现了优势互补，更体现了双方共同遵循的改善服务环境、拓展服务功能、提高服务质量的宗旨。（新华）



便民服务 收费标准: 55元/行/天(13字1行) 广告热线 028-66079393 QQ: 769036015 地址: 红星路二段 159 号成都传媒·红星国际 2 号楼 1702 室

●本人乔永慧不慎遗失成都顺宇置业有限公司成都香城国际一期 1#-1#-151-1-8 房号收款收据,收据编号:XJTX00007743,金额 1572921 元。特此声明作废。
●深圳前海装饰工程有限公司(原 20# 楼)公共区域精装修工程项目部(此章不得用于签订任何经济合同),有效期至 2016 年 7 月至 2017 年 6 月项目:章敬收,声明作废。
●张建的驾驶证和第二代身份证(身份证号码:511024198907170218)于 2020 年 6 月 16 日不慎遗失,声明作废。
减资公告
成都弘安金管科技有限公司(统一社会信用代码:91510104MA63DW0GXH1) 决定将公司注册资本金由 2000 万元减至 7 万元,请债权人自公告之日起 45 日内到公司办理债权债务相关事宜。特此公告。
●本人杨江购买招商依云上城二期 2 楼 304 房号,2018 年 5 月 2 日签订商品房买卖合同,合同编号:2ywy2-1-304。首付:247735 元,原合同及收据遗失,声明作废。
●温江安安粮信营的营业执照副本(注册号:510123600154224)不慎遗失,现声明作废。
●太平财险成都有限公司泸州中心支公司不慎将未使用单证遗失,遗失单证号为:交强险留存联:190003760500,特此声明作废! 声明单位:太平财险保险有限公司泸州中心支公司。
2020 年 06 月 22 日

●成都泰宏物流有限公司车辆川 AM7035 营运证:0309753 委委一期 1#-151-1-8 房号收款收据,收据编号:XJTX00007743,金额 1572921 元。特此声明作废。
●德阳市东成机械设备有限公司(法人章道生,法人姓名:江先林,声明作废。
●注销公告:四川奇和贵金属有限公司(统一社会信用代码:9151010858263810XP)经股东会决议决定注销公司,请债权人自公告之日起 45 日内向原公司申报债权债务。
●四川铁邦建筑劳务有限公司,营业执照正本(统一社会信用代码:91510107069758901G)遗失,声明作废。
●龙建建于 2020 年 6 月 15 日遗失身份证,证号 511023196707134540,声明作废。
●成都锦城绿电 468 二期 6 栋 3 楼 303 号房的产权证税费收据,收据号 0065178 金额 11445.36 元和 3 楼 304 号房的产权证税费收据,收据号 0065179 金额 11420.26 元遗失,声明作废。
注销公告
四川四通水电工程有限公司(注册号 510100000245487)经股东会决议决定注销公司,请债权人于本公告见报之日起 45 日内到本公司申报债权债务,特此公告。
●成都腾鸿物流有限公司营业执照正本(统一社会信用代码:91510122MA6CMYJY02) 遗失,声明作废。
●成都赛尔科技有限责任公司营业执照(注册号 510107200104126)正本遗失,声明作废。

●成华区吴军潮服装店营业执照正、副本(统一社会信用代码:91510108MA6DHFU984)遗失作废。
●成都华月家政服务有限公司在中国民生银行成都双流支行开立的开户许可证核准号 J6510099260401 账号:154297516 遗失作废。
●四川兆熙地理信息技术有限公司(统一社会信用代码:5115040012284)财务章(编号 5115040012284)发票章(编号 5115040012284)刘强法人章(5115040012287)遗失作废。
●成都市宇盟投资有限公司(统一社会信用代码:5101080000813)、合同专用章(编号 5101080051024)遗失作废。
●成都迪通农业科技有限公司(统一社会信用代码:5115040012284)财务章(编号 5115040012284)发票章(编号 5115040012284)刘强法人章(5115040012287)遗失作废。
●成都众众商旅酒店管理有限公司(统一社会信用代码:91510107600889)营业执照(统一社会信用代码:91510104MA6BFI352L) 副本不慎遗失,声明作废。
●四川天天吴建设工程工程有限公司(统一社会信用代码:510109600054092)正本不慎遗失,声明作废。
●锦江区喻嘉服装经营部营业执照(注册号:510107600782891)正本不慎遗失,声明作废。
●武侯区丽兴装饰经营部营业执照(注册号:510107600782891)正本不慎遗失,声明作废。
●武侯区嗨拍摄影工作室营业执照(注册号:510107600782891)正本不慎遗失,声明作废。
●金牛区洪邦健康咨询服务部营业执照(注册号:510106601474535)正本不慎遗失,声明作废。
●高新区吴盛法律咨询服务部营业执照(注册号:510109600054092)正本不慎遗失,声明作废。
注销公告
成都华商西点企业管理咨询有限公司(统一社会信用代码 9151010839513087XX)经股东会决议决定注销本公司,请债权人自公告见报之日起 45 日内向公司清算组申报债权债务。
●徐兵身份证证号 51121197009118911 有效期至:2020.6.18-2020.9.18 于 2020 年 5 月 25 日遗失,从即日起,非本人使用,所有一切法律责任与本人无关。
●成都市温江区龙之盛盛娱网络科技有限公司(统一社会信用代码:91510115MA61UB0007)正本不慎遗失,声明作废。
●成都市文雅物业管理有限公司于 2018 年 12 月 20 日遗失公章(编号 5101069904871)此公章作废,现已新款公章(编号:5101069960351)为准,特此说明。

注销公告
成都奕动时代广告有限公司(统一社会信用代码:91510100MA61T53E4H)经股东会决议决定注销本公司,请债权人自公告见报之日起 45 日内向公司清算组申报债权债务。
●四川众说分云电子商务有限公司(统一社会信用代码:91510105MA62PWCG69N)正本不慎遗失,声明作废。
●成华区鑫盛建材经营部营业执照(注册号:510108600386398)正本不慎遗失,声明作废。
●金牛区洪邦健康咨询服务部营业执照(注册号:510106601474535)正本不慎遗失,声明作废。
●高新区吴盛法律咨询服务部营业执照(注册号:510109600054092)正本不慎遗失,声明作废。
注销公告
成都华商西点企业管理咨询有限公司(统一社会信用代码 9151010839513087XX)经股东会决议决定注销本公司,请债权人自公告见报之日起 45 日内向公司清算组申报债权债务。
●徐兵身份证证号 51121197009118911 有效期至:2020.6.18-2020.9.18 于 2020 年 5 月 25 日遗失,从即日起,非本人使用,所有一切法律责任与本人无关。
●成都市温江区龙之盛盛娱网络科技有限公司(统一社会信用代码:91510115MA61UB0007)正本不慎遗失,声明作废。
●成都市文雅物业管理有限公司于 2018 年 12 月 20 日遗失公章(编号 5101069904871)此公章作废,现已新款公章(编号:5101069960351)为准,特此说明。

注销公告
成都一心烟文化传播有限公司(统一社会信用代码:9151010434310600XW)经股东会决议决定注销本公司,请公司相关债权人自公告见报之日起 45 日内向公司清算组申报债权债务,特此公告。
●四川铁邦建筑劳务有限公司(统一社会信用代码:91510107069758901G)正、副本不慎遗失,声明作废。
注销公告
四川中利力特科技有限公司(注册号:510100000313294)经股东会决议决定注销公司,请公司相关债权人自公告见报之日起 45 日内向公司清算组申报债权债务,特此公告。
成都一心烟文化传播有限公司(统一社会信用代码:9151010434310600XW)经股东会决议决定注销,请相关债权人自公告见报之日起 45 日内向本公司清算组申报债权债务,特此公告。
●注销公告:四川福来德医药科技有限公司的债权人自公告之日起四十五日内到成都市金牛区沙湾东二路 1 号 1 栋 1 单元 26 层 13 号向公司清算组申报债权债务。
四川福来德医药科技有限公司(统一社会信用代码:91510107069758901G)正、副本不慎遗失,声明作废。
清算公告
经股东会决议,四川普力特机电设备有限公司决定解散,清算组由杨艳、肖全、邵绍强等人组成。请债权人自公告见报之日起 45 日内,前往成都市高新区(西区)西大街 199 号 4 幢 1 层 109 号向我公司清算组申报债权债务。联系人:杨艳 电话:18328539731
2020 年 6 月 22 日

山东能源重装集团:“智慧营销”舞活销售龙头

山东能源重装集团莱芜煤机签订 2.5 万吨吊车梁合同,实现合同额达 1.5 亿元,是该公司近年来最大的一笔合同订单;山能重装莱芜装备输送带产品成功打入钢铁行业,与马钢集团签订 3 万米输送带合同,产品入围马钢合格供应商;山能重装新汶中传公司成功签订了全年高端风电齿轮轮磨齿加工合同,跑出高端风电齿轮加工项目推进“加速度”。

今年以来,面对持续的新冠肺炎疫情,山能重装上下坚定落实全年各项目标任务,克服宏观经济下行、煤机需求降低、市场竞争加剧等不利因素,稳内拓外,不断创新营销服务模式,拓展市场空间,市场营销工作多点开花,逆势突破,为落实“十加大十确保”百亿挖潜增效驱动行动,实现全年各项目标任务奠定了坚实基础。

“你们的售前服务做得非常到位,井下支架配合同隙合理,互换性好,下一步我们要在整个华能集团推广山能重装的装备和服务模式。”华能集团华亭煤矿矿长金建成高兴地说。

5 月 17 日,山能重装为华能集团华亭煤矿生产的液压支架正陆续运往井下安装,山能重装金元公司联合塔高公司、鲁南装备负责人和有关技术人员到井下生产现场,亲自督导,详细了解设备安装情况,听取一线矿工意见建议,并达成共识,在设备正式投用前为矿方提供全方位的技术培训。

开展“团队营销”“下沉服务”是山能重装创新营销服务模式的一个重要手段。通过组建以分管领导牵头、相关单位负责人、技术人员参与的营销团队,因地制宜制定营销策略,多角度拓宽营销渠道;通过多次深入矿井工作面调研,了解客户实际需求,掌握设备使用情况,倾听一线矿工意见和建议,在全面掌握客户一手资料的基础上,联合各专业化生产单位,研究制定降成本、提质量、保工期、强服务的最优生产方案。

通过营销服务前置,服务阵地前移,提高营销服务质量,做到问题在井下发现、难题在井下解决、感情在井下融合、工作在井下落实,业绩在井下开拓。今年 1~4 月份,山能重装实现销售收入 33.04 亿元。

“有了订单就有动力,有了动力就有效益,有了效益就能激发职工的干事热情。”山能重装新汶分公司党委书记、总经理陈元京说,他们年后一复工就迅速进入全速生产模式,开足马力突击生产,采取倒排任务、挂图作战、区域划分、专人负责等方式,强化各道工序措施,生产组织工作落实,全力以赴保证产品质量和工期,满足客户的“私人定制”要求,确保了设备保质保量按时交付。

“订单就是命令”,山能重装牢固树立以客户为中心的服务理念,积极推进程序化、标准化生产,坚持上下联动,科学组织,打好产销联动协同战,以最优质的服务和保障展示重装新形象,赢得客户持续信赖和满意。

“我们要克服疫情影响的不利因素,积极开展‘线上营销’,多元化营销服务模式,着力为用户提供高标准、定制化、高效化的全系统服务方案,不断提升用户粘性和支撑度,确保营销增效 500 万元以上。”山能重装党委副书记、总经理吴龙泉说。

山能重装在抓住能源集团内部市场的同时,积极拓展外部市场,发挥集团内部协同作战优势,实现信息共享、区域作战、精准营销,同时,放大再制造产业优势,通过大数据平台,摸清设备状态,建立闲置设备台账,通过再制造,实现设备再利用;通过推广融资租赁业务,拓展市场空间,实现三方共赢、节支创效。

“无论经济、市场形势如何困难,我们都要深挖市场潜力,不断推动市场营销工作向非煤领域拓展和延伸,保证市场营销份额,舞活营销龙头,实现营销创效,为全面完成全年各项目标任务,推动企业高质量发展和‘四新山能’建设提供坚强保障。”山能重装党委书记、执行董事张圣国说。(朱凤姣)

●四川北众电力勘察设计院有限公司(统一社会信用代码:91510100MA6C91AN2G)营业执照副本遗失,声明作废。
●锦江区佳时美建材经营部(统一社会信用代码:92510104MA68B6TN49)营业执照正本遗失,声明作废。
注销公告
成都聚合众邦企业管理咨询有限公司(统一社会信用代码:915101046006269397)经股东会决议决定注销公司,请公司相关债权人自公告见报之日起 45 日内到公司申报债权债务。
●康老伍园林(注册号:51104600056218)营业执照正本遗失,声明作废。
●四川铁邦建筑劳务有限公司,营业执照正本(统一社会信用代码:91510107069758901G)遗失,声明作废。
●成都安博建设工程集团有限公司(统一社会信用代码:91510106MA61WYMD2C)正、副本(编号:5101095266753)、财务专用章(编号:5101095266753)、杨树奎法人章(5101095266754)不慎遗失,声明作废。