

每周时评 | Observation

品牌方消费者
与“百亿补贴”能否共赢

余颖

电商平台、品牌方和消费者在打击假货、维护市场秩序方面有着共同的利益和诉求。不管用什么方式,解决争议的出发点是阻止违规商家牟取不当利益,不让消费者花冤枉钱。

近期,酒企五粮液发表公开声明,称对线上平台售出的 148 瓶产品进行免费鉴定时发现,18 瓶为假冒产品,其中 14 瓶源自某大型电商平台的“百亿补贴”店铺,占比超七成。虽然五粮液没有直接点名是哪个平台,但这组数据已将此事推上热搜。

此次争议中,先要给五粮液主动提供免费鉴定服务的做法点赞。经常在网上买东西的人,有几个没吃过假货的亏?不少线上商家都宣称支持专柜鉴定、假一赔十,但等到消费者维权时,却往往找不到卖家和平台共同认可的权威鉴定机构。尤其是随着直播带货兴起,购物链条越来越复杂,买到了问题商品,消费者都不知道该找谁负责。

作为最有发言权的品牌方,五粮液免费提供鉴定服务,有效解决消费者和行业的长期痛点,既是对消费者权益的积极维护,也是对品牌自身权益的有力保护,值得推广。

外行看热闹,内行看门道。此次五粮液高调打假,还在于部分经销商利用电商平台出货,叠加平台“百亿补贴”后,五粮液在多个电商平台实际售价已低于出厂价。电商平台以低价引流的做法,与品牌方稳价保品牌的策略产生矛盾,还给了制假售假商家可乘之机,品牌方发难并不奇怪。

当下,品牌企业与电商平台之间的关系微妙复杂。电商平台作为销售渠道,对品牌企业具有强大吸引力,可助其开拓市场、提升销量;然而,电商平台上的售假店铺又让品牌企业头疼不已,加之对原有经销商体系的冲击,传统品牌陷入两难境地。

以五粮液为代表的品牌方与电商平台之间的类似争议,不是第一次发生,也不是最后一次。这反映了传统经销商模式与电商销售模式之间的碰撞,也是品牌定价机制与消费者追求性价比需求之间的错位。

品牌方不愿产品跌破出厂价,也不希望电商平台上的售假商家扰乱市场,这可以理解。但“百亿补贴”作为电商平台的促销利器,并成为各平台竞相上马的商业模式,是消费者一单一单用真金白银买出来的。消费者既要方便,又要保真,还要便宜,品牌方再为难,也得适应渠道与消费者的这种变化。

电商平台作为商品交易的载体,同样不希望平台商铺假货肆虐,这对企业声誉和消费者体验都是极大的伤害。几乎所有的电商平台都会投入巨资遏制商家售假,甚至出台了“假一赔十”等措施。从这一点上看,电商平台、品牌方和消费者在打击假货、维护市场秩序方面有着共同的利益和诉求。真正从假货中牟取不当利益的,是那些制假售假的商家,他们才是打击的重点。

此次五粮液打假引起社会关注,但打假动作本身不是重点,解决问题才是关键。作为连接品牌与消费者的桥梁,电商平台有责任也有能力对入驻商家进行严格筛选与持续监督,通过完善资质审核、加强商品质量检测、建立严格惩罚制度等措施,有效遏制网络侵权行为,保护品牌方合法权益与消费者权益。

广告





广告

责编:周君 版式:王山
新闻热线:028-87319500 13811660079
企业家日报网:www.zqceo.cn 电子版:www.entrepreneurdaily.cn
官方微博:http://weibo.com/jrwbd 投稿邮箱:qib490@sina.com



企业家日报微信公众号
二维码

企业家日报网
二维码

■ 康朴

国产轮胎跑出提质升级“加速度”

黑乎乎的汽车轮胎很难成为人们目光的焦点,但作为唯一直接和地面接触的零部件,轮胎对车辆操控、安全性和舒适性至关重要。近年来,伴随国产汽车崛起,国产轮胎在质量和性能方面取得显著提升。

2023 年,国内传统燃油车销量前十品牌、新能源车销量前十品牌中,均有国产品牌轮胎配套。数据同样亮眼:轮胎产量超 9.8 亿条,占全球总产量的一半。今年以来,国产轮胎延续强劲态势,产销两旺。

造轮胎有啥难点?作为轮胎工业后来者,国产轮胎是如何跑出提质升级“加速度”的?

攻克行业难题“魔鬼三角”

造一条好轮胎有多难?行业内有个很有代表性的难题——“魔鬼三角”。即衡量轮胎性能,有三项指标很关键:滚动阻力、抗湿滑性以及耐磨性,而这三项指标很难同时提升。滚动阻力主要关系到汽车行驶时轮胎内部的热量产生和能量损耗,影响油耗;抗湿滑性直接关系到轮胎抓地力、刹车距离和行驶安全;耐磨性则决定了轮胎使用寿命。

“这三者之间存在微妙的平衡,要提升其中的一项或两项,必然要牺牲其他的性能,这是轮胎行业多年未解的‘魔鬼三角’难题。”赛轮集团董事长刘燕华告诉记者,“举例来说,提升抓地力要求轮胎与地面更紧密地接触,这需要轮胎材质更加柔软;而降低滚动阻力以减少油耗,则需要轮胎更硬,从而减少在行驶过程中的形变,这二者之间存在明显矛盾。”

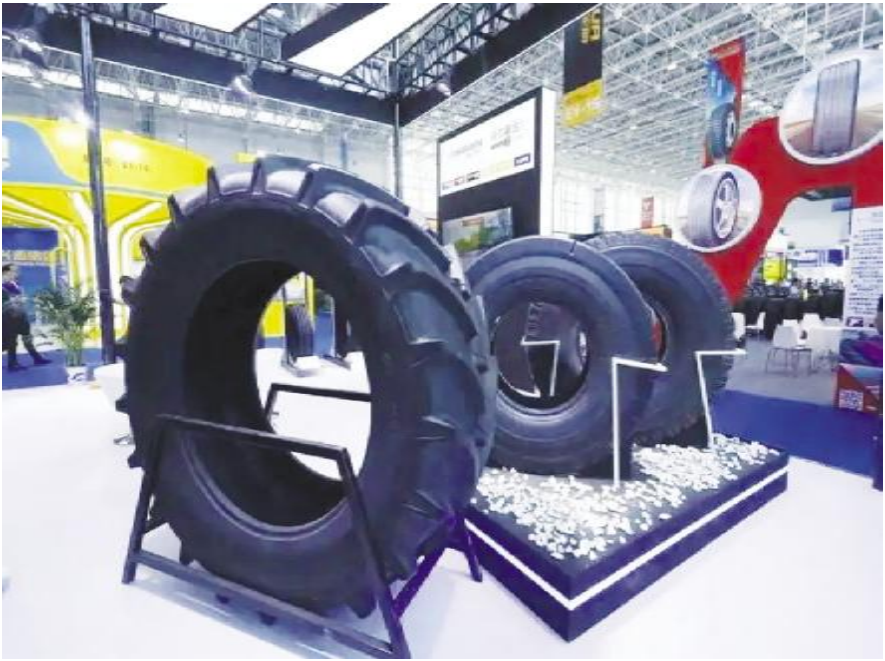
“再比如,花纹设计会同时影响轮胎的多种性能,如抓地力、排水能力、噪声、耐磨性能,这是一个复杂的工程问题。”刘燕华进一步解释,“较大的花纹块可以提供更好的抓地力,但可能会增加滚动阻力;减小花纹沟深度可以提高轮胎的干地制动性能、降低滚动阻力,但会降低水滑性能。仅花纹设计这一项就需要在多个方面进行权衡和优化。”

好在,经过多年艰苦攻关和技术积累,对“魔鬼三角”,国内轮胎企业已有所突破。

比如赛轮集团近年研发的拳头产品液体黄金轮胎。“液体黄金轮胎解决了传统方法中填料在橡胶中分散不均的问题,同时破解了橡胶原材料在纳米尺度上无法均匀分散的技术难题,既能降低轮胎的滚动阻力,又能提升抗湿滑和耐磨性能。”刘燕华说,利用其技术原理,赛轮已开发出多款产品适配不同场景车辆。

“生产一条轮胎要经过炼胶、各种半成品制作、成型、硫化 and 检测等环节,是一个复杂的物理成型和化学重构过程。”刘燕华说,轮胎行业的进步是由无数工艺细节积淀和不断试错造就的。

中策橡胶旗下朝阳 1 号系列轮胎也是明星产品。材料、结构、制胎工艺上的齐头并进,让产品行驶里程大幅提升的同时,有效降低



了滚动阻力。朝阳 1 号采用超级混合动力橡胶和胎冠自适应稳定技术等多项专利,显著提升了抓地力和刹车性能。黄金比例导流沟槽有效提高了轮胎的排水性能和湿地抓地力,确保车辆在湿滑路面或复杂天气条件下的行驶安全。

“进步不是‘烧钱’就能速成的,一款拳头产品的打造,靠的是多年来持续的技术积累。”中策橡胶半钢轮胎技术研究所副所长王丹灵说。

作为汽车配套产业,轮胎工业有上百年历史。汽车工业先进的国家早已形成深厚技术壁垒,国内企业起步较晚,从研发设计到制造加工,都处于“追赶者”的位置,连研发设备、测试场地等也有差距。“近年来,通过不断学习、持续投入和自主创新,中国轮胎企业在技术突破方面取得了令人瞩目的进展,开发出适应各种路况的耐磨轮胎、低滚动阻力轮胎和高性能运动轮胎。”王丹灵说。

国产轮胎占全球半壁江山

走进赛轮集团的轮胎测试场地,专业车手正驾驶赛车进行特技漂移,轮胎与地面摩擦后冒出浓烟。速度与激情的背后,是对轮胎性能的极致检验。

在赛轮轮胎研发中心,有一条“退役”的赛事胎。完成赛场上的使命后,其表面已完全融化,注视几乎消失的纹路,赛道上风驰电掣的呼啸声仿佛又在耳畔响起。

“赛车胎是一种技术含量很高的轮胎品类,赛道是最残酷的试验基地,也是展现产品实力的绝佳平台。”刘燕华十分自豪,“能为顶级赛事车辆提供比赛用胎的多为国外品牌。今年赛轮正式成为国际汽联赛事轮胎供应商,为其旗下 F4(四级方程式)中国锦标赛等赛事提供比赛用胎,这是中国轮胎首次拿到国际汽联的‘入场券’。”

不同应用场景中的轮胎差异很大,各有

难点和壁垒,而国产轮胎已在多个细分领域取得长足进步。

比如巨型工程子午胎——矿山挖掘、工程建设都少不了它,但因体积大、技术含量高、生产难度大,一直被视为轮胎中的“高精尖”产品,制造技术长期被国外企业垄断。如今,三角轮胎、赛轮轮胎、风神轮胎等国内企业已跻身头部工程车辆主机厂配套供应链。

在用量最大的乘用车轮胎市场,国产轮胎表现也很出色。“凭借良好口碑,只有 20 多年历史的赛轮成功跻身比亚迪、奇瑞、吉利、长安、一汽大众、北汽、蔚来、小鹏、越南 Vinfast 等众多知名汽车企业的供应链体系。”刘燕华表示。

实打实的订单是市场最好的认可。“多家自主品牌车企和合资品牌车企都是我们的客户,我公司也在积极拓展国外车企的配套,目前已通过大众、斯特兰蒂斯等车企认证,相关项目正在实施中。”中策橡胶副总裁沈昊昱表示,“集团旗下拥有朝阳、好运、威狮等多个轮胎品牌,产品销售到全球 180 多个国家和地区。”

2023 年国产轮胎产量超 9.8 亿条,约占全球总产量的一半,朝阳、赛轮、玲珑、三角、正新等国内头部轮胎企业已具备全球竞争力。

企业竞争力不断攀升是自主创新结出的果实。今天,锚定自主研发的轮胎企业丝毫不敢停下脚步,纷纷把目标转向了智能化升级。

平均六七秒钟下线一条轮胎,中策橡胶投资近 5 亿元打造的子午胎未来工厂让人眼前一亮,上万个传感器紧密配合,实时采集生产线上百种关键数据,并通过智能系统自动分派任务;玲珑轮胎柳州基地配备世界一流的轮胎生产设备,应用多种智能化生产系统,实现了工业化和信息化的深度融合;在双星轮胎“工业 4.0”智能化工厂,工人只需根据高级排产系统排出的用户订单生产计划,进行关键工序确认和调整,智能机器人便可完成

工作,产品不良率降低 80%……

海外布局力度持续加码

2005 年,中国成为全球轮胎产量第一的国家;两年后,又成了轮胎出口量最大的国家。这两项纪录延续至今。在外媒发布的 2024 全球轮胎 75 强榜单上,中国轮胎企业数量达到 34 家,还有两家跻身前十。

不过,论销售额和单个企业市场占比,国内企业与国际巨头相比还有差距。从全球竞争格局来看,中国轮胎企业处于由大到强的关键转型期。

最近,汽车产业的一条好消息让人振奋:中国新能源汽车年产量首次突破 1000 万辆,成为首个达到这一产量的国家。改写汽车品牌竞争格局的同时,国产新能源汽车的崛起也为中国橡胶轮胎行业带来难得机遇。

为啥这么说?业内人士告诉记者,今年上半年,中国新能源汽车市场渗透率超 30%,比重还将不断提升。相较燃油车,新能源汽车在重量、动力输出、扭矩、噪声表现等方面都有很大不同,对轮胎的滚阻动力、胎噪、耐磨等性能指标均提出了新要求。叠加国内供应链优势,新能源汽车迅速发展给了国产轮胎行业“换道超车”的机会。同时,由于磨损更快,新能源汽车轮胎的更换频率也将有所提升,这意味着更大的消费市场。

国产品牌正迅速做出回应:目前,玲珑轮胎已成功配套通用五菱全系、比亚迪、一汽红旗、吉利、赛力斯等;赛轮轮胎则实现了向比亚迪多款畅销车系及越南 Vinfast 品牌 VF5、VF3 等车型的批量供货。

过去,行业集中度较低、同质化程度高等问题困扰着轮胎行业发展。如今,整合优质资源,政策也在引导落后产能出清,提升轮胎行业产能集中度。以轮胎工业大省山东为例,2023 年下半年,山东省发布《高端轮胎铸造项目发展指导目录(2023 年版)》,要求严把项目关,坚决制止低端轮胎项目。据不完全统计,过去 4 年,山东至少淘汰了 4000 万条轮胎产能。

瘦身,是为了更好轻装上阵。落后产能的出清,将进一步释放市场空间,规范市场运营,对品牌建设形成长期利好。

在外媒发布的行业报告中,全球增长最快的轮胎品牌,有近一半来自中国。中国轮胎展现出的强劲势头和巨大潜力,与全球化布局密不可分。2012 年至 2023 年,国内轮胎行业海外业务整体收入从 259.6 亿元提升至 556.7 亿元。

今年以来,中国轮胎企业海外布局力度持续加码:赛轮在墨西哥和印度尼西亚的新工厂奠基开建,进一步拓展全球化版图;森麒麟在泰国设立轮胎生产基地,推进摩洛哥和西班牙项目;中策橡胶印尼子公司 MTI 首条全钢子午线轮胎下线,从项目开工建设到产品下线仅用时 233 天……随着海外基地逐步投产,中国轮胎企业的全球竞争力将持续增强。

■ 林元沁

昆山:一粒咖啡豆,链接国际大市场

近日,记者走进位于昆山综合保税区的咖啡烘焙企业亿政公司,只见烘焙师轻轻割开麻袋,将生豆倾倒入料台,再通过管道送往烘豆机烘焙。

“正在加工的,就是从埃塞俄比亚、巴西、乌干达等地采摘处理的咖啡生豆,它们漂洋过海来到昆山咖啡烘焙工厂,加工成为风味不同的精品熟豆后,再从昆山销往全国和世界各地。”昆山综合保税区管理局副局长邵志强拈起一粒咖啡豆,熟练地放在鼻子下闻了闻,“嗯,这是来自埃塞俄比亚的西达摩咖啡。”

说话间,一阵急促的电话铃响起——“邵局,眼看就要年底了,我们新工厂设备进口还有咖啡豆仓储等事务,能不能抓抓紧?”

“我们品牌下一步想要更好地整合供应链,该怎么更有效地搭配新平台?”

“马上到,我们今天给出解决方案!”面对企业的急切询问,邵志强边走边说,脚步飞快,前去会商。

邵志强也是昆山助力咖啡集群产业发展的团队成员之一。4 年前,因敏锐捕捉到以咖啡为代表的高端食品产业涌动的机遇,他和同事们认准咖啡产业赛道开展紧锣密鼓的布



局。短短几年间,从贯通生豆仓储分拨到平台交易,再到研发烘焙、品牌销售等环节,没有咖啡“基因”的昆山凭空长出一条千亿级的咖啡产业链,并且快速集聚国内外 40 余家头部企业,拥有全国 60% 的咖啡生豆烘焙量和超过六成的生豆进口量,让业界刮目相看。

一杯咖啡醇香,昆山人品出的却是浓浓的思考余味。

“现在,全球有 24 个国家和地区的咖啡生豆汇聚昆山,企业生产所需的 90% 的豆子,都能在昆山买到。一进一出,这一笔笔‘生意’怎么做?”邵志强笑着说,“昆山干部最怕的就是算账。”尽管昆山咖啡产业已经处于国内领先地位,但面对产业日新月异的变化,他们敏锐感知到,必须在不断发展的过程中求新求变。眼下,他和团队正在探索如何算好“效益账”——进一步提高供应链效率,降低

企业生产成本,建立产业标准进而提升昆山咖啡市场竞争力。

具体怎么个干法?当天下午,邵志强邀请记者参加了一场关于昆山咖啡贸易智慧监管辅助平台建设的专题推进会。会上,他和同事们就平台优化改进方案等议题,与平台开发方以及业界专家等进行了热烈探讨。“能否再说具体一点,什么叫自动审批?不能多弄出一套流程给企业增添负担。”“所有问题 12 月上旬前能不能全部解决?绝不能拖到明年去。”……连珠炮似的密集发问,指向同一个目的:为企业营造更便利的进出口条件。

“党的二十届三中全会对深化外贸体制改革作出部署,要求推进通关、税务、外汇等监管创新,营造有利于新业态新模式发展的制度环境,我们与昆山海关正在打造的智慧监管辅助平台,将实现保税仓货物动态情况与进出口数据的一体监管,做到资源融合、流程追踪,推动咖啡产业进一步实现贸易终端化,这在国内尚属首次探索。”邵志强说,一旦试点成功,在海关部门的批准下,企业将只需要开通一种类型账册管理就可以顺利开展国内物流、仓储、贸易业务,进一步实现降本增效。

此前,昆山海关已专门为进口咖啡企业量身定制“即检即放、一检分放、抽检立放”监管模式,综保区内所有咖啡进出口企业,90%

的进口生豆可实现“随报随检”,出证时间压缩在一天以内。

“从一粒咖啡豆起步、沿着产业链上拓下延,这与当年昆山‘拆笔记本电脑招商’的精神异曲同工,懂得产业、舍得投入等的成长,乃至容得失败,这样专业又坚韧的产业土壤,给了企业很大的发展信心。”采访中,昆山引进的第一家咖啡企业亿政咖啡有限公司有关负责人表示,落地昆山以来,企业实现业务上的突飞猛进,当前正在昆山积极谋划更大的商业版图。

今年 5 月,国际咖啡品鉴者协会正式授予昆山“国际咖啡产业之都”称号。前不久,昆山咖啡“香飘”上海进博会,一系列昆山咖啡产业推介活动吸引全球 20 多个国家和地区的 50 余家企业及品牌参加……利用高水平开放优势,昆山通过一粒小小的咖啡豆,进一步架起开放合作“友谊桥”,链接全球大市场。最新数据显示,今年前三季度昆山进口咖啡生豆总货值 10.5 亿元,同比增长 94.6%,越来越多来自世界多地优质产区的咖啡豆,正抢“鲜”运抵昆山。

“预计到 2025 年,全国咖啡市场规模将突破万亿元……”不等邵志强说完,又一阵急促的电话铃响起,一位远道而来的客户找上门来洽谈。他拎上工作包,和记者道别,匆匆奔入夜幕中。