



长城润滑油打造新常态下的“互联互通”

根据国家统计局发布的数据显示,10年来中国GDP的增速从2012年起开始回落,2012年、2013年、2014年上半年增速分别为7.7%、7.7%、7.4%,告别过去30多年平均10%左右的高速增长。中国经济开始进入一个中高速增长时期,同时也是不同以往的、相对稳定的“新常态”时期。随着中国经济低速增长拐点的出现,作为经济发展晴雨表润滑油行业市场也进入“新常态”下的低增长期。中国石化长城润滑油营销总监徐建表示,预计2014年全国润滑油脂市场消费量约760万吨,与2013年持平,未来几年甚至可能出现短期负增长可能。

然而,变化和机会一起来,虽然经济高速增长给润滑油行业带来的市场红利明显减弱,但中国是一个发展很不平衡的大国,各个经济单元能持续发展、绵延不绝,导致发展能量巨大而持久,在经济温和性增长的环境下,稳中求进,改革创新成为中国经济发展的总基调。润滑油行业如何从当前经济发展的阶段性特征出发,了解国家形势变化和行业发展趋势,适应新常态,抓住机会争取可持续发展才是当务之急。

构建润滑生态圈,新常态下长城润滑油的互联互通

年度大戏北京APEC已经盛大落幕,作为本次APEC会议最为核心的成果——《亚太经合组织互联互通蓝图》正式发布。以重振APEC为契机,本版蓝图的规划对区域经济一体化的硬件、软件、人员全方位互联互通给出明确时间表,同时设立出2025年实现亚太地区“无缝联通”的目标。与国际版图上“信手拈来”的大战略布局相比,国内各行业告别过去30多年10%左右的高速增长,此次“互联互通”的亚太国家方针,在某种程度上也是指引行业发展的“良方”。

阵痛伴随着机遇、压力和思考,在面临“新常态”带来冲击,长城润滑油依然延续2013年度的上佳表现,把握发展主动权,大胆果断地通过品牌、市场、产品、服务等方面的模式创新,加快各板块的互联互通,倡导润滑行业在“新常态”下的协同

发展,积极构建一种健康的可持续发展的润滑行业生态。

主动颠覆,服务与用户的互联互通

润滑油具有工业消耗品的属性,需要定期补充、加注或更换,其需求量与我国工业制造业的发展息息相关。在中国产业结构进一步变化调整的前提下,润滑油的需求结构也变得更为复杂和多元,工业用油与车用油涉及的行业和类别多样,需要多角度的产品研发与组合及服务支持迎合市场趋势与消费诉求,快速响应市场的每一个变化是企业智慧的直观体现,构建产销的良性润滑生态圈是润滑行业同步做强做大的不二选择。

从工业发展角度,分析行业特点,区分明星市场、新兴市场和滞后市场,根据关联行业的变化和市场需求制定战略是润滑油行业良性发展的先决条件。以中国目前经济发展呈现的特点为例,工业指标增速回落,中小企业的发展受到国家和社会关注,更是牵动着润滑油行业的神经,大众化的市场需求和专项润滑的单一性和多样性统统涌现,关联行业变化决定润滑油行业需要保持高度关注。

在这种态势下,长城润滑油则率先反馈,在2014年伊始便开始新一轮的服务升级,为工业用户直至普通消费者提供“一站式”服务,不仅针对售后问题提供咨询服务,在润滑问题方面遇到疑难,只需要一个电话,长城润滑油的技术人员便会同其进行深入互动,探索消费者已知或者未知的润滑需求,进而为其提供针对性的产品和服务,此举真正实现了从提供产品到提供润滑解决方案的嬗变。而为这种决策提供支撑的是长城润滑油通过跨界合作的形式与汽车、钢铁等行业的企业建立联合实验室,为行业客户开发专项的润滑油产品,在各行各业具有很大的技术竞争优势。这种将服务延伸到销售前端,着眼于最庞大的消费群体,开创润滑油行业主动式服务先河,将所有消费者都纳为自己的客户,打通客户与产品的沟通壁垒,从某种意义上讲则是完善了长城润滑油的客户格局,不仅可以提高自身溢价能

力,也开创了盈利与销量提升的新思路。

聚势布局,产品与市场的互联互通

随着中国汽车保有量的提升,国内对车用油需求也高速增长,车用油高档化趋势也日渐明显,高档油品直接与国际接轨。在以壳牌和美孚为代表的国际润滑油品牌大举进军中国市场的情况下,中国润滑油品牌更直接和正面地与其展开竞争,在争夺市场的过程中,有些品牌甚至会牺牲一部分利润来换取市场。面对国际国内的竞争,适应市场需求推出符合市场特点与用户需求的产品才是润滑油企业谋求持续发展的必要条件。

在车用油领域,长城润滑油就在很大程度上实现了国产化替代,在车用油OEM市场,长城已经与包括国外品牌在内的中国90%主流车企建立了合作关系,占据主流车企65%以上的装车及服务用油份额。在车用高档润滑油领域,长城润滑油更是积极布局,今年11月长城润滑油正式成为意大利PAKELLO品牌在中国大陆地区的总代理,负责PAKELLO品牌在中国市场的产品销售、渠道建设与品牌推广,二者合作不仅可以实现资源和优势的互补,更加可以在高档赛车用油技术方面进行交流与合作,对长城润滑油来讲可以丰富其赛车润滑技术经验,从而促进中国赛车润滑技术的发展。与此同时,长城润滑油的车用润滑油“金星”和“尊龙”两大子品牌也同样拥有满足高性能润滑需求的产品,完善的车用润滑油产品布局充分满足消费者需求。

除了车用润滑油的高端化之外,长城润滑油还回应绿色环保的需求,针对出租车市场推出了更高级别的出租车专用油“的士达”品牌,进一步丰富产品线的同时争取广阔市场的好感和认可。在汽车养护品方面,长城润滑油也同样注重满足环保诉求,“佳蓝”尾气净化液和“喜世”车窗净等产品受到市场欢迎。在各个类型市场和层级市场上,长城润滑油都有与市场需求相匹配的产品布局,加强在各个领域市场的影响力和渗透力,企业的战略纵深为润滑油行

业提供了生态蓝本。

亲民生动,品牌与战略的互联互通

在日趋白热化的润滑油市场竞争中,如何保持主体地位成为润滑油行业面临的共同课题。通过品牌经营提升自身价值是长城润滑油始终保持领先地位的重要经验。作为唯一的中国航天事业战略合作伙伴,长城润滑油掌握航天润滑核心科技,已经持续服务中国航天事业50多年,多次为“神舟”系列载人飞船和“嫦娥”系列探月卫星的成功发射提供润滑保障,已逐渐形成了航天品质DNA。目前,长城润滑油更是将航天科技运用在产品线的完善和结构技术升级上,加紧推动航天润滑科技的民用化,将航天润滑油品质带到消费者生活中。从2002年以来,公司获得了100多项国际厂家的技术认证。因此,长城研制开发的产品无论是从产品的体系和实物质量方面,都是和国际品牌站在一个起跑线上。

随着互联网和移动互联网的发展,我们的生活方式和习惯近乎被颠覆,并且已经极大影响了一些行业,对传统制造业包括润滑油行业的冲击也是显而易见的。互联网对传统企业的影响正逐步从传播、渠道层面过渡到供应链及整个价值链,这种进化路径要求企业从把互联网作为工具转变为以互联网思维设计产品、运营企业和塑造品牌。作为典型的传统企业,长城润滑油关注到移动互联网如何作用于消费者,从用户的角度去思考转型,这种“用户思维”促使长城润滑油更多地关注客户需求,并与客户建立起更为密切的关系,一场营销变革已经发展为企业重塑。

长城润滑油的在这方面转变速度令人咋舌。现在,我们不仅可以从网络上查看到长城润滑油的企业新闻,还可以在天猫、京东等电子商务平台上购买到它的产品,互联网对长城润滑油的影响深度甚至上升到供应链环节,用户可以根据个性需求请企业为其进行定制化生产。长城润滑油的企业进化路径已经从传播的互联网化发展到销售互联网化乃至业务互联网化的环节,而目前

长城润滑油的组织、流程、与消费者的沟通互动渠道、企业的经营理念等体现在价值链方面的特点也表明长城润滑油在实现企业全面的互联网化。

长城润滑油的电子商务成果近几年尤为突出,仅在“双十一”期间长城润滑油在天猫旗舰店这个销售平台上就实现了连续5年销量第一。而成绩远非一蹴而就,2009年长城润滑油便开始在淘宝成立店铺,而后发展成为天猫旗舰店,以品牌直销、正品机油等优势在鱼龙混杂的润滑油电商市场中脱颖而出。此外,长城润滑油还率先突破网上购买限制,利用O2O模式实现线上购买,线下服务,完美解决了润滑油产品网上购买时遇到的包装、运输、更换等问题,成为首家实现“线上线下一体化服务”的润滑油厂商。

线上销售的成功只是区区一隅,随着互联网的进一步发展,一些新兴的网络营销手段和工具不断出现,长城润滑油的网络营销也随之无孔不入,长城润滑油的微博、微信运营、论坛推广和以社会化媒体为平台的多层级互动都让长城润滑油的品牌和产品深入人心,航天级润滑品质和全面润滑专家也似乎与消费者生活衔接得更加紧密。日前在网络热播的长城润滑油版“小苹果”打开了消费者认识这个传统企业的另一道门,长城润滑油将其企业与产品信息通过更加具有互动性和感染力的方式与消费者进行沟通,所有的内容所有的沟通都变得更加生活化,企业的战略规划与品牌亲民性塑造,迎合互联网形态下的品牌哲学,主动、精准、前置也更聪明。

毋庸置疑,在中国经济“新常态”的形势下,润滑油行业润滑油市场也正处于一个挑战与机遇并存的转折点,国内润滑油市场发展态势良好,行业内基础油供需格局被打破,同时客户需求向高档化、个性化发展,市场同质化程度及竞争白热化日剧激烈。中国润滑油行业实现品牌以及产业链上下游的协同发展,共同搭建利于润滑油行业健康发展的互联互通的生态圈,才能抵御风险,共同繁荣润滑油事业。(文轩)

好玩又舒适,爱上“天籁弯”



现在,汽车对于人们来说,不再只是简单的代步工具,而更多的是一种移动生活的享受。为了让消费者享受到更精彩的汽车生活,国内市场上每款车型都有自己的卖点、独特的优势,让人眼花缭乱。事实上,对于消费者来说,说得再多,也不如一个痛快淋漓又不乏舒适的过弯体验来得爽快。因此,一款过弯性能出众,同时又兼顾舒适性的产品,总能吸引消费者的眼球。

有心理学家认为,这一现象与消费者的生活境遇有极大关联。正所谓人生中难免遇到“弯道”,有挫折,有低谷,也有彷徨,但往往征服了这些“弯道”后,柳暗花明又一村的大好风景就在眼前。而把这种人生阅历带入日常驾驶后,自然让许多车主有了“爱上过弯”的刺激感觉。

而2013年换代上市的新世代天籁,正是一款专门跟弯道较劲的产品。如果说上一代天籁是象征人生四平八稳、款待自己的“移动沙发”,那么这一代天籁在继承了上代舒适性能的同时,操控性能也全面提升,拥有强悍的精准过弯实力,让热爱征服弯道的驾驶者们大呼过瘾。

“不过弯不过瘾”,不仅成为许多天籁车主们享受驾驶乐趣的真实感受,也逐渐成为他们挑战人生“弯道”,追寻峰回路转的生活信条。

梯悬挂+ATC,把弯道“踩”在脚下

换代后的天籁,在底盘上就给人以焕然一新的感觉,这也正是其能够从“舒适之王”进化到“过弯之王”的根本原因。

面对无论是高速匝道、山路弯道还是紧急变线等路况,都能清晰地感受到天籁的循迹性非常精准,仿佛一切尽在掌握中,甚至会忘记这是一款前驱车。这一驾驶感受,源自于由梯形控制臂独立后悬挂和ATC主动循迹控制系统构成的“梯悬挂+ATC”组合,再加上后轮辅助转向系统,极大提升了天籁在变道超车、过弯时的轮胎抓地力,助车辆精准过弯,不推头、不甩尾。

梯形控制臂独立后悬挂,突破传统的“连杆”结构,使悬挂更扎实更坚固,带来超强刚性,极大提升车辆在变道超车、过弯时的轮胎抓地力,确保行驶的高响应和高稳定。

而ATC主动循迹控制系统,则会在系统监测到车辆即将出现推头状况时,对内侧双轮实时制动,自动协调内外轮转速,提升车辆的转弯性能,从而减少因转向不足而产生的推头现象。

另外,新世代天籁还配有后轮辅助转向,车辆入弯时,后轮会跟随车辆,产生一定程度的同向转向,有效减少因转向过度而产生甩尾现象,更添车辆过弯时的稳定性。

在入弯过程中,天籁流线型的车身提供了更强的下压力,使车辆能够紧贴路面行驶,路面反馈清晰,整车较上一代天籁更加沉稳了,令人对车辆信心倍增。而当过弯车速达到一定程度后,驾驶者在车内能明显感觉到ATC主动循迹控制系统的介入:内侧轮胎正在在进行轻微制动,把车辆拉回既定的轨道。

整个过程中,天籁都保持着十分完美的运行轨迹,迅速、精准、稳定的操控性能,让人感觉到车辆时刻都是可控、安全的,是一种自信、畅快的驾驶快感,难怪不少车主在开上天籁一年以后会觉得过弯上瘾,越开越享受。

“野兽心脏”,让过弯不拖泥带水

事实上,天籁能够信心百倍跟弯道较劲,不仅因为“梯悬挂+ATC”对车辆循迹性能的保障,还得益于全新一代QR25DE发动机机搭配等同于8AT超宽变速比的全新一代XTRONIC CVT无级变速器,组成了天籁的“野兽心脏”。

在一般的过弯教程里,往往会把过弯动作分解成“慢入中油快出”等几个步骤,不仅操作节奏复杂,同时对车辆的动力系统配合也有非常高的要求。许多过弯爱好者经常会有这样的抱怨,尽管动作到位了,但发动机和变速箱对激烈驾驶的迟钝响应,把一个精彩的过弯动作变得拖泥带水。

然而,天籁“野兽心脏”中的高响应配合,完全克服了这一困扰,为驾驶者带来了优异的过弯体验。驾驶天籁入弯前刹车减速,变速器降档十分果断、迅速,出弯加速,深踩油门,整车就像离弦之箭,带来强大的推背感。整个过弯行程一气呵成,驾驶者既不用手忙脚乱去调整方向,也不会因为身体和精神上的紧张而变得汗流浹背、口干舌燥——仿佛一切都是按照程序设计的那样,轻松征服一个弯道,这也是天籁带来的独特驾控气质。

此外,天籁“野兽心脏”的好处不仅体现在过弯上。由于该动力组合采用了超低摩擦技术,再配合超宽变速比,使得整车在能效、动力输出,以及舒适方面的表现更为突出。

天籁2.5L排量车型最大输出功率达到137kw,最大输出扭矩234N·m,在数值上超越同级别同价位的涡轮增压发动机车型。轻点油门,天籁立即迅速起步,不带一丝拖沓感,整个加速过程却十分平稳,基本没有感受到档位切换产生的顿挫感。而当挂上D档时,车辆时速达100km/h时,发动机转速仍维持在1450rpm/min左右,百公里综合工况油耗更低至7.3L。节能能力可见一斑。

另外,新世代天籁还在方向盘后设置了换挡拨片,将档位调节到DS档,通过换挡拨片自如控制档位的切换;而且其与一般手

自一体变速器的车型不太一样,在手动模式下,其换挡响应十分迅速,没有了迟钝、拖沓感,升降档间,激情四射,乐趣无限。

零重力健康姿态座椅,让过弯时身体无负担

小汽车在中国叫轿车,“轿”字我们可以理解为其源自于“轿子”。好轿车,首先肯定要坐起来舒舒服服。

天籁在继承上一代天籁“舒适之王”的优秀基因基础上,对乘坐系统的舒适性进行了全面、全新的升级,让坐车的人体验到极致舒适的乘坐感受。

新天籁所采用的零重力健康姿态座椅,是基于航空航天组织的“人体最舒适姿态”设计而成的,能够为乘坐者提供最贴合人体腰背的支撑,让脊椎时刻处于健康、放松的状态,即使长时间保持同一个姿态,也不易疲劳。

此外,零重力健康姿态座椅再加上双重减震系统,构成零重力健康乘坐系统,确保新天籁车主能够拥有最舒适的坐姿和最小震动,使其腰背劳累程度比同级车降低67%。这对于需要长期开长途车,或者需要频繁于闹市中“游车河”“排长龙”的朋友们而言,无疑是一大福音——再也不会因长时间开车而有腰酸背痛的烦恼。

坐在这样一个舒适的空间里,即使外面极速前进,甚至是狂风暴雨,你也可以坐着云起云落,感悟人生的另一种境界。

跟弯道较劲,需要激情相伴

驰骋在弯道上,心随着速度飞扬。这个时候,如果能来一首激昂的歌曲,旅途必定非常美妙。说起激昂的歌曲,相信很多朋友都对一首歌印象深刻,那就是《灌篮高手》的主题曲《好想大声说爱你》。激动人心的曲

谱、充满激情的歌词,被众多网友誉为“‘80后’动漫第一主题曲”。很多人只要一听到这首歌的前奏响起,就会充满干劲。

就像新世代天籁,很多年轻消费者第一眼看到它,就会被它动感的曲线设计、充满时尚感的造型所吸引。可以说,喜欢天籁的消费者大多对生活充满激情、斗志昂扬。他们年轻有活力,愿意用自己的努力去改变世界。外形已足够让人热血沸腾,即使坐到车里,也能够感受到天籁的动感。

内饰大气又不失时尚感,多功能三辐方向盘让人会忍不住立即驾驶它体验一番。而天籁搭载的零重力健康乘坐系统,更会让人在驾驶它的过程中,感到畅快。毕竟,这套乘坐系统能时刻为驾驶者提供最贴合人体腰背的支撑性和包裹性,让人即使长途驾驶也不会疲劳。

而天籁搭载的3D平视信息显示系统,更使得坐在驾驶位的乘客,其视线不用大幅移动就可以一目了然6类行车信息。而且这套系统,更是全球首创,并通过3D效果进行展示。

当真正驾驶天籁在路上行驶的时候,天籁的全维超静音车体也会发生作用。无论你是高速行驶还是过颠簸地带,全维超静音车体会最大限度阻隔并吸收车内外的各频率噪音,从而让人在其中有更良好的静谧享受。

想象一下这个画面:你驾驶着天籁,在路上划出完美“天籁弯”的同时,车内响起《好想大声说爱你》,这个时候,动感的音乐会让人郁闷与压力渐渐消失,让人的心跳随着速度与刺激而急速加快,让你感觉到,这才像是真正正活在这多姿多彩的世界。(列文)

