

被雷军带火的 表情包总裁

周云杰：我不想当“网红”



周云杰

被雷军比下去了 海尔新媒体集体出动守护老板

在3月5日的“代表通道”上,小米集团董事长兼首席执行官雷军站在前面,周云杰站在后面。但雷军人气高,人群中不断有人向雷军打招呼,雷军则多次挥手满脸笑容地回应,而站在雷军旁边的周云杰,仿佛没人认识。

而在此时,周云杰多次露出可爱的表情。这一幕被网友记录下来,然后发到了网上。截至3月10日,视频点赞量突破150万。

网友们开始“添油加醋”各种调侃,评论区炸锅了,各种“神评”不断:

“周总内心:我哪不好?”
“哦……我呢,没人跟我打招呼?”
“很抱歉,以这样的方式认识您。”
“海尔老总算我们看着长大的……”
“我像个小米副总……”

看着自家老总被网友如此调侃,海尔系新媒体不干了,他们集体出动,为万般“小委屈”的周总打CALL——

“我话都准备好了,你们就给雷总打招呼是吧?”
“周总:我的心比空调还凉!”
“我们低调内敛的周总也很帅!”

有了网友的推波助澜,加上官方号的灌水,周总这条视频真火了!

说实话,在此之前,记者也不认识周云杰,相信很多网友也不认识他。对于海尔,广大网友还停留在张瑞敏的认知里。海尔什么时候换董事长了,网友都不知情。经过这么一闹,现在大家都认识了。

网友评论:“看来,雷总不但带货能力强,带人的能力也不弱。”

海尔空调旗舰店更是喊话:“你一票,我一票,我们周总也出道!”

3月7日,周云杰在朋友圈亲自回应了此事。他表示,自己也被“逗笑了”,并且欣然接受了这些“网络热梗”。“最近因为参会没有来得及开账户,预计月底就要开号了!”他还提醒网友,现在网上的“周云杰”账号都是冒牌的。

海尔亟须新IP 创始人张瑞敏曾是玩IP的祖师爷

提起动画片,在大多“80后”“90后”脑海里,至今还停留着《海尔兄弟》的印记。《海尔兄弟》动画片1993年开拍,分阶段制作,2001年封镜,总历时8年,共212集。拍完就播,动画片通过环球冒险故事,讲述各种科普知识,在那个年代,《海尔兄弟》一度是很多孩子的心头好。

当时,海尔集团创始人张瑞敏希望通过动画片的形式,传递企业文化和品牌价值。只不过,那时候还没有IP这个概念。

但事实证明,《海尔兄弟》的IP太成功了,为海尔未来20年的发展都作出了重要贡献。有很多“80后”“90后”表示,购买海尔的家电,其中一部分原因就是“童年好感”。

《海尔兄弟》还于1999年登陆美国,成为中国首部实现国际播出的动画片。这种卡通形象,也为海尔的国际化作出了不可磨灭的贡献。当年,张瑞敏力排众议在美国南卡州建厂,成为中国第一家在美建厂的中国企业,从而推动海尔品牌全球化。

因此,在IP打造、在商业营销上,海尔才是“老师傅”。

此外,海尔创始人张瑞敏也是一个成功的IP。很多“80后”“90后”都听过一个著名的故事——海尔张瑞敏怒砸不合格冰箱的故事。这个故事被写进了很多商业课程,甚至写进了哈佛商学院案例被广泛传播。张瑞敏推出的“真诚到永远”服务品牌,至今都有口皆碑。

2021年,张瑞敏辞任海尔集团董事局主席,由周云杰接任。辞职后,张瑞敏就很少出现在公众面前,而继任者周云杰也比较低调,所以这几年我们很少见到海尔的新闻。与此同时,海尔传统的两大超级IP——《海尔兄弟》和张瑞敏,都陷入沉寂。

其实,2018年海尔曾推出过新版动画,但是人物造型过于科幻,引发观众不满,没有取得好的效果。

近日,周云杰接受采访时表示,将会重启《海尔兄弟》IP,推出续集,同时形式不限于动画片。

低调的巨人 早已从智能制造向生态帝国进军

没有流量的喧嚣,是不是很多人以为海尔不行了?事实上,海尔这10年依然在飞速发展。以其核心上市平台海尔智家为例,主营业务为冰箱、空调、洗衣机等,2016年实现营收首次破千亿(1191.32亿元),净利润50.42亿元;2023年营收增长到2614.28亿元,净利润165.97亿元。

从集团数据看,2024年海尔集团全球营收达4016亿元,其中海外收入占比首次突破53%。这说明,海尔已经从“中国品牌”进阶为“全球化品牌”,海外每10台中国产家电中,海尔占了6台。最早布局全球市场的海尔,已经赚到了全世界的钱。

当国人以为海尔只是一个造家电的,其实海尔早已

最近,海尔集团董事局主席兼首席执行官周云杰火了。周云杰执掌海尔集团三年多,因为为人低调,很多人都不认识他。以至于他和雷军同时亮相两会“代表通道”时,网友们甚至没有认出,“那个站在雷军背后神情严肃的人”居然是家电巨头海尔的掌舵者。

在现场直播画面中,雷军与粉丝热情互动,而在他身后的周云杰也意外入画。因二人站在一起的“反差萌”画面,吸引了网友注意力,并制作出不少趣味表情包,“站在雷军背后的周云杰”也成为热点话题。

3月8日,周云杰对“走红”回应称,自己不想当“网红”,希望借互联网的平台和消费者进行比较好的沟通与交流,希望大家未必要记住自己,更多要记住海尔的品牌、海尔的服务、海尔的产品。

”



从智能制造向生态帝国进军。在2024年创业40周年大会上,海尔明确提出构建“智慧住居、产业互联网、大健康”三大世界级生态的目标。

在媒体传播上,海尔这几年其实一直比较低调。不跟其他企业打嘴炮,没有企业家出来做IP、搞流量。

但是,随着国内市场竞争的愈发激烈,好产品也需要好的营销。格力电器用董明珠的名字开实体店了,小米的雷军成了超级带货王,奇瑞汽车尹同跃虽白发苍苍也在不断地亮相……

以C端消费者为核心产品的企业家正纷纷下场,做自媒体,做流量。海尔这边,确实显得过于低调了,比如周云杰和雷军站在一起,绝大部分公众都不知道他的名字。

海尔可能也需要一个企业家形象IP了,毕竟现在年轻人都在社交媒体上,而且年轻人对于萌萌的大叔,还挺喜欢的。

■ 纵深

喜欢创新也喜欢较真 周云杰信奉“天道酬勤”

资料显示,周云杰1988年大学毕业后就加入了海尔,一千就是37年(海尔成立41年)。

进入海尔后,周云杰从基层岗位做起,在工厂拧过螺丝,在商场站过柜台,干过制造,也做过营销。1995年,周云杰29岁,成为海尔最年轻的总经理。周云杰几乎参与了海尔改革、创新发展的全过程,张瑞敏评价其“具有改革和创新的基因”。

2021年11月,周云杰接棒张瑞敏,成为海尔集团新一届董事局主席,并被聘任为海尔集团首席执行官。

在海尔员工眼中,周云杰是典型的“理工男”,理性、务实、思路清晰。谁能想到,这位“理工男”还曾是“文艺青年”。周云杰透露,他喜欢音乐,大学期间曾担任机械工程二系文艺部长,与几名同学一起组建过一支管弦乐队,“搞得风生水起,充满活力”。

去年,周云杰参加央视一档访谈节目后,外界又给周云杰贴上了一个时髦的标签——“i人”。直播镜头里的周云杰,看起来紧张、拘谨,双手不自觉地交握在一起。然而,走进海尔工厂,周云杰又展现了完全不同的另一面——谈起智能化生产线时,一个接一个的专业术语脱口而出;说到海尔的战略布局,他语速开始加快,肢体语言也变得丰富起来。

周云杰评价工作中的自己,喜欢创新,也喜欢较真,一直信奉“天道酬勤”。一位海尔人士告诉记者,周云杰是业务型领导,对海尔各个板块的业务都很了解,在海尔内部颇受敬重。

周云杰执掌海尔集团后,对海尔未来产业和创新图谱进行布局。周云杰正在努力去掉海尔身上的“家电”标签。他希望海尔从一家生产家电的企业,变成一家生产用户体验的企业,变成一个生态型企业,“一个没有围墙的花园,像热带雨林一样生生不息的企业”。

今年两会,周云杰聚焦人工智能,提了三份建议,涉及新型工业化、智慧住居、血液及血液制品等领域。两会前,海尔刚刚宣布控股新时达公司、汽车之家。2024年海尔还收购了开利商用制冷、“血王”上海莱士等公司。

据了解,海尔聚焦智慧住居、产业互联网和大健康三个赛道。未来海尔或将继续完善生态布局。

今年两会上,周云杰和雷军同框亮相,有网友调侃,“一个家电巨头掌舵者,一个手机大佬,这画面太有意思。”事实上,周云杰和雷军颇有渊源。二人几乎同一时期在武汉读书,1988年周云杰从华中科技大学毕业,3年后雷军从武汉大学毕业。同在制造业领域,此前二人也早有交集。如2023年,他们曾共同参加制造业企业座谈会,并先后发言。

周云杰告诉记者:“在智慧家庭领域,我们基于HomeGPT打造了从智能产品到智慧家庭,再到智慧生活的全场景解决方案,也欢迎小米和我们一起共建这个大的生态;在汽车工业互联网领域,我们重点聚焦汽车后市场的产业生态构建,创新用户全流程、全生命周期的用车体验,所以我们一定会和小米及更多中国汽车厂商进行合作。”

“小米和雷总都是创新的代表,当下火热发展的人工智能是中国企业的时代机会,期待和小米等充满创新活力的优秀中国企业一起,乘着人工智能的东风,创造出更多享誉世界的中国品牌。”周云杰说。

此前,周云杰对打造个人IP态度谨慎。他认为,企业家打造个人IP,最终一定要回归产品和服务,为用户创造最佳体验,否则,企业家个人IP可能就会成为噱头。他直言,他不想做网红,但他希望海尔每个员工都成为自己的代言人,为他们设计的产品直接代言,“海尔更关注的是产品品质与用户体验。”

事实上,在过往公开活动和媒体采访中,周云杰也只谈海尔,几乎不提个人。

“但时代不同了,尽管我个人更倾向于突出海尔形象,但这个时代需要企业家与网友有更好的交流、互动。”3月8日,周云杰表示,开设新媒体账号已在计划中,去年海尔品牌部已拿出了一份规划,但此前因行程安排的原因被耽搁,他的个人账号计划在两会后的3月底4月初启动。近日,海尔集团也在社交平台上宣布:“我们老总即将出道!”

据深蓝财经、中国企业家、金融界等