

游艇-水上特斯拉

2026年8月23日 下午 7:25
23分钟 45秒

关键词

游艇 品牌 产品 智能 核心 经销商 杭州 体系 企业 定位 中国 品类 价格 消费者
广告 客户 传播资源 互联网战略

文字记录

楼军龙 00:00

第二，听的。之前也经过你们这里。就我好像我也听过很多次了。就在线上。我现在蛮认可你们这四个模块。我们可能跟你们大部分现在客户。都不一样。所以这是我当初那天来的时候。因为我们是一个科技型企业。我们是做智能游艇。而且现在是往那个智能游艇。往全新机器人。因为我是一个海归。我原来是在发姐，我是经济学博士。就跟杨玉凤一样，我原来是做量化交易的。是他把量化做成了DeepSeek。我们其实一直是把这个量化交易做成一个巨量传播。那我们实际上呢，现在正好到公司的第三个阶段，前面 20 年。是干金融，或者叫金伟。实际上我们从 2022 年就看中了赛道。就是新能源汽车以后，下一个超级赛道就是新能源。

楼军龙 01:05

我们是这么进来的，当初呢，因为我们看对这个赛道以后，就是我们开始投资的。我老师说是投着投着变股东了。然后呢，觉得这个。还是蛮好的。因为我同学原来是造船的，在浙江舟山。像我们其实 22 年也是行业最低谷的时候，其实。我们买了，一年买了一个船。每一年买一个船厂。我们旗下现在有 5 个船厂。两个在舟山，一个在北海，一个在那个南太平洋。我们今年在那个杭州又建了一个重工厂，那么就是说最早我们实际上是从那个远洋的金枪鱼船。切入的，但是之前我不怎么管。我是当初就秉着我宁可做二股东，不做大股东，虽然钱投的是我最多的，但是呢，但是整个整个赛道这么几年下来，我基本上看清楚这个赛道。就是从今年来说呢，特别像刘强东嘛。通过投 100 个亿进来。因为中国现在产业都是不好的，嗯，实际上有油田。现在是一个空白的一个一个市场，嗯，有一个政策这样，我们实际上也做三件事。我们的目标就是叫买得起。用得起。打得起。还有呢是。那个是可以赚到钱的，因为我们其实通过这个早期投的这个传播，你在行业最低谷的时候。收购，所以我们实际上基本上可以把 1000 万游艇，干到 100 万以内。拿 100 万游艇的干到 10 万。

周庆一 02:35

客群核心是哪些目标群体是？

楼军龙 02:37

我们原来是外销为主的。我们这次来呢，其实也想通过来听课或者是未来的一个合作呢。一个是全面进军国内市场。因为国内市场就接下去是已经是毋庸置疑。相当于 10 年前。今天去，我们的缺点就单价。但因为老百姓游艇是四个痛点。牌照。国位。驾驶，还有使用场景，基本上都已经攻克掉，因为我们总部是在杭州的。我们上海的，因为我们也是属于交大体系。OK。所以呢，我们现在的一个痛点是什么？就是说买。因为中国人是没有买。船的这个概念，因为以前这个场景啊，包括，中国海事的，嗯，实际上像现在，我们这次呢刚刚跟杭州政府签约。我们跟那个富春江，就这里最最好的一个场景。我们跟他定了一个百艇富川水上通路。然后政府给了我们 2000 万。我们就是拿下 100 个游艇的国外。整个水上的景区，我们国内第一个。像那个滴滴打车这么一个，就我们实际上现在的一个几个点呢，就是怎么在中国这个，我们因为听听两天听下来。我们实际上就是手中有大量。资源。或者是无论是我们生产的，我们的产品的，我们的科研的，包括我们的这个展会啊，这些我们都参加过，嗯，以前我们这就是属于。

周庆一 04:01

嗯，广撒网。

楼军龙 04:03

散，就分散，就没有像这个超级符号把它给串联起来。对。这个是在我们，因为我们的目标其实很明确。我们是对标的是特斯拉，你叫水上特斯拉。OK。这个品牌不是我们家，是中央电视台。因为我们以前参加这种，我们中国四大国家的会。因为广交会。北京。那个链博会。我们浙江最大的是那个苏州链博。我们连续两年跟特斯拉打擂台赛。就他做的是我们家。就我们品牌的官网官媒。基本大部分官媒。几十家都报道过的。那现在我们的挑战是什么？就是因为这是科技型企业。这产品就是说。

楼军龙 04:40

市场和推广，我们其实是刚刚开始。刚刚开始，甚至是这么说吧，就是说因为现在我是回到一号位。就是通过杭州这一块，因为。周三我们那原来投的全产，现在制造业为主，他再往上升，这就是我们现在有没有通过，我们想通过一个有。有效的一个体系。开始大规模的开始。推这个市场。但我们的缺点呢，就是接天线，不接地气。那么我最欣赏你们的就是接地气的事情，就是说就是我们怎么样把这个游艇就跟汽车一样。对。因为但实际上我们从现在最低的入门级就 10 万级。就可以买一艘游艇。

周庆一 05:22

10 万就买一艘游艇。

楼军龙 05:24

而且是我们的这种方案。所以这个其实未来如果一旦我们市场打开。空间是非常的，因为这个市场全部都是空白。全是空的。这就是我们大致的情况。OK。

周庆一 05:36

你现在现在有销售渠道吗？葛姐。

楼军龙 05:40

有，咱们现在呢，一个呢是海外渠道，我们今年因为一月份开始投产。我们时间速度很快。一月份我们周三那个不算，我们今年自主的杭州工厂有自己的。我们1月16号跟政府签了约。4月7号开工。那么跟澳大利亚就签了200艘。海外订单，这是国内应该最大的一个订单。就我们现在4月7月份完工，已经开始生产。国内呢，我们刚刚签了9个城市的经销商。就我们其实现在呢。就也正好请教，就是因为直接toC端。我们现在还有个模式，我们现在比较，嗯，就是S to s, to b, to, 相当于是to b的模式，对，全国可能会招，嗯，经销商的模式，对，因为今天我就有一句话你们讲特别对，嗯，就是最主要是让经销去赚钱。对，是，嗯。我们原来是想通过直接互联网，但是。中间因为全国，通过经销商，快销商是不一样的。对对对。所以那这个就是我们要重新来定位这件事情。

周庆一 06:37

OK，我知道了，我现在大致的这个判断啊，这个，你现在品牌名叫什么？

楼军龙 06:43

方岩。

周庆一 06:44

奥联。

楼军龙 06:44

奥联我们是有商标注册。那个。

周庆一 06:50

就叫奥联智能，你现在品类里面叫做智能游艇，对吧？

楼军龙 06:54

对，其实我们想，实际上我最想做的是做船艇机器人。船艇机器人，那这个是我们目前的。这之前比较早做的。这个是因为我们。我们品牌是打的，因为在网上还是蛮大的。就现在就是原来都是走的是。官网。不像是说思路，就，就打的牌子很好，就怎么转化？现在给我们是。

周庆一 07:22

你现在想要通过经销商帮你觉得最大可以规模卖的是什么产品？

楼军龙 07:26

我们现在主要是就像这款，就是我们叫年轻人第一次。就这个是吧？对，因为我们现在把价格打下来。好。打一块爆款。

周庆一 07:34

就单体游艇这个。

楼军龙 07:36

对，这个是单体，我们两款。490 的年轻人第一次游艇，就我们现在零售价。OK。199800，还有我们的85，是 8 米游艇。豪华双体游艇998000，我们现在就两款。上海如果地产这块，我看上海楼盘，它那个后面有水系，然后里面再配。但他们不一样的进口。

周庆一 07:55

好，我是这样子的，我觉得首先你现在整体这个新事业当中，我觉得销售模式还是要通过经销商去销售，不能靠自己很难弄。

楼军龙 08:09

对，这个呢我们已经是清楚了，特别是我们把整个价格打下来。对，嗯。就是说我们，就当初我们也设置，但是因为我们的技术在提升嘛。因为我们掌握着很多，就刘强东的原话来说。中国游艇线目前有牌照的只有 1500 艘。1200。1600。但是我们有一个呢，就是说，我正好跟你，因为我正好也带了。

楼军龙 08:37

我其实呢，有个，我们现在最大的问题实际上是定位的问题。嗯，对。就是说从科技角度，我们实际上是从船到船型机器人。从机器人到物理AI。这是从这个事情。是的。但是从消费者来说，就是就像你说的，就如何接地气，他买的就是船，我不需要那么高科技，不要自动驾驶的，价格性能，对，这个就是我们现在的问题。

周庆一 09:03

是的，我现在第一个呢，我，你要做这个事，我觉得有几个事情你一定要确认的。第一个是不是投资人思维？投资人思维是你要描绘他未来的整个商业的版图。

楼军龙 09:16

这个我清楚。

周庆一 09:18

但是对于消费者，其实你的要聚焦，聚焦一款产品，其实就是要把 10 万级别的智能游艇，一个产品很明确的给推出去。

楼军龙 09:28

对，就是，嗯，就是这款产品。这款产品我们也是想对标，就是说年前第一艘时尚游艇。因为智能游艇原来是在 100 万，嗯，10 万到100。我们现在可以做到 10 万左右。

周庆一 09:39

嗯，这个是我觉得很挺震撼的一件事情。

楼军龙 09:42

对。

周庆一 09:43

然后核心的话就是一是靠一个品把品牌打起来，这是我想，我们永远，你不管你的产品有多多，但是一是靠一个杀手级的产品把你的品牌给立起来。

楼军龙 09:53

那我这里插一句啊，嗯，我们现在有两个，定。一个呢就是像这个单独的一个产品。还有一个呢。我们现在是那个，因为产品有 toB 和 toC 嘛。对，嗯。我们其实呢，今年还推了一块产品，嗯，就相当于叫智能打船的一个。各位，我在杭州富春江上。叫什么？就山东第一打船。啊，第一打船，嗯。手机点一下。

周庆一 10:18

嗯，这个是谁采购呢？

楼军龙 10:21

政府。各位。政府采购。就相当于是我 toC 采购的游艇，toB。啊，手机点一下。toB 是传，还有一个是直接就是卖给。

周庆一 10:29

OK，我知道了。可以说是初步的。

楼军龙 10:31

理念呢。

周庆一 10:32

这个具体产品选择，我觉得都是可以，因为你这 toB 和 toC 是两块市场，同时可以做。其实你核心的是要建立起品牌，就是你要形成，我觉得现在有个战略机会，就是中国智能游艇新时代。就认，就知道奥利安。对。这个是你，就是在消费者品牌市场，包括资本市场，你也要把你的品牌，让消费者知道你是第一品牌，你有这个先发的这个实力，但是在宣传上没做到位。你现在有打广告吗？

楼军龙 11:05

我们广告，我们没有打这种商业广告。没打广告。我们都是通过政府的，像央视，就通过来宣传的。

周庆一 11:13

我刚也第一个的话，首先你到方案班马上可以做的一件事情哈。第一个奥利安其实这个命名，我觉得它的整个成本是挺高的。就是它没有任何一个意思。

楼军龙 11:28

奥利安是这样，我先跟你讲，奥利安的是音译过来的。音译？英文叫Orion。Orion，啊。内部就星语。就是说这个是，嗯，就是在西方国家，嗯，三星，我们。因为我们之前这个，哈哈，做量化的时候就用。

周庆一 11:44

对，这个文化水平太高，消费者记不住。这个是这边，我其实这两天讲了一个的，就是之前那个有个大衣品牌叫checkerita，搞了一个意大利文。其实没有人读得出来，卖了10年，卖到第一，没人读得出来。这很恐怖的。其实包括你这，我觉得可能是你聚焦在英文命名上，像特斯拉一样会更酷一点。但怎么让大家把这个名字通过一个符号马上记住？对。这是一个核心，这是一个核心，所以首先要建，解决你品牌命名成本高的问题。大家那个买了之后，我马上知道，啊，这是奥利安的，然后特斯拉我可能就是一个T。对不对？其实这是你要需要一个符号，降低你的品牌的传播成本。

周庆一 12:29

第二个，基于你的核心单品，你要有一句话传出去，其实你前面讲了一句话，那个方向是对的，就像小米的年轻人的第一。这个比讲其他的话都更加直接，一辆价格10万级别的，哇，那大家至少让所有人都感兴趣，马上要了解。然后第三个，其实你要设计一套这个话语体系，给谁呢？给经销商他们卖货时使用。这个是核心。我觉得从你的战略的，现在了解的基础的一个情况来说，你要解决的其实比较明确的，你要做一个对于消费市场，对于市场上，我觉得你的战略目标其实也要做中国游艇的第，就是智能游艇第一品牌，新时代的第一品牌。奥利安让大家记住，那现在记住的话，首先第一，你的传播的产品不明确，第二个，你的命名其实比较高了，这个成本，你要通过一个符号解决，大家一看就知道奥利安。这个是要解决的一个事，第二个，一句话，怎么让一句话让大家知道游艇现在就来买奥利安，智能游艇新时代现在就买奥利安，要有这个感觉。这个是我们的战略目标，那第三个你的品类定义，就是你这个智能游艇怎么去给它命名？就叫智能游艇，还是这个品类怎么定义这个游艇的名字？其实我们要去，这个要去再打磨的，就你的产品命名本身那个，怎么去叫？其实围绕这最后一个就是传播落地，你现在如，到时候我们具体线上调研班的时候了解啊，你整体的整个，你的战略营销目标卖多少这个业绩目标？然后你的广告费用能拨多少？

楼军龙 14:14

一个时间。百城千艇，万船这么一个计划。

周庆一 14:21

百城千艇万船。

楼军龙 14:23

我们现在杭州已经达成了标准样板。就你这个样板，嗯，因为中国有2000多个市区，嗯，我们其实选一个。我们选100个。你像一个地方选一个经销商，是一个人实施。一年这个钱是100。

周庆一 14:36

这其实你的是一个销售的一个计划，销售政策计划，对，OK。还有一个我告诉你一个核心的一个，你的元媒体在哪？其实就是在你的游艇上。对。你的游艇上是你的关键的核心媒体，就像特斯拉的车

上，反正看个车头，看个T就知道它，其实你要把符号核心是放在你的游艇上，看它放哪里，让大家知道这是奥利的这个游艇。我觉得核心的话就是你要打出，就是通过这些东西，第一炮你的传播资源能够一下子解决这几个问题。我觉得核心是这样，具体的话我们因为你这个商业模式还是挺新颖的，我们也要具体了解，到时候线上调研的时候，我们会传给，有一个这个资料表，到时候会进行收集一下，线上可以这个了解一下。

楼军龙 15:22

我们这里呢，我还有个问题。其实我有个英文名，我是叫那个Robot，这就是我们。Robot。对，因为我们Robot是对标特斯拉的Robotaxi。这张照片是中。应该是中国网帮拍的。就两年前。进博会里面，我们连续两年跟特斯拉在打擂台，相当于他造车，我造船。

周庆一 15:44

他造电动车，我造。这个是你的商标吗？商标名吗？

楼军龙 15:47

这个没注册，奥迪安注册下来，那这个是你的商标。哦，对的。那这个是行业名。行业名啊。行业名，但是呢，我们从定义上就相当于它是路上特斯拉。

周庆一 15:57

听不懂。

楼军龙 15:58

其实我知道，我知道，我们的平均，就是说那在国外是很听得懂。在国内是。

周庆一 16:05

老百姓就完全听不懂的。

楼军龙 16:06

认知的一个问题。对呀。成本比较高。杭州打船以后打个车，滴滴打船，他听了就明白。

周庆一 16:12

对对对，这个就很清晰，是的。

楼军龙 16:15

我们实际上是做的，一个是，把价格降下来，年轻，对，对，游艇我们已经做到了。第二个呢，就是我们整个运营成本也降下来。那么第三个呢，就是你买不起，用不起，就直接。

周庆一 16:27

打车，打船，打船，OK。

楼军龙 16:29

对，然后经销商呢，就是我们让你能赚到钱。因为我们的当初定位是自由船，为什么？嗯，因为是智能驾驶的。就像机器人一样，你不用的时候它自己可以跑出去。我们在杭州主播这个技术上，嗯，再实现这个事情。但他缺的呢，你，就我们东西很多。我们的公司不在于资源，我们资源太多。如何单点突破？

周庆一 16:51

单点突破。这个是一个我们。

楼军龙 16:52

是的。可能一个一个核心。

周庆一 16:54

是的，这个其实我们还是聚焦一下，其实我觉得我最能帮到你的，其实就是让你的这个品牌，你要进攻这个 C 端还是 B 端，你要有符号化，能够一下子说清楚。

楼军龙 17:05

嗯，这个我看到，因为从你们这两天的课程，实际上需求也就一个嘛，一个就打造一个你们的强项，嗯，超级符号。说实话我们也在做，但一直画不出来。就像我们那个，包括像独角鲸。对。包括什么三星，我们都都搞过，但是呢，一直没有找到一个觉得是真的能突出我们，是的。公司的这一块，嗯，第二个呢就是。找到买的理由。是。就说游艇现在基本人家都不买。对。但实际上呢，价格是给我降下来，但是我为什么要买一艘游艇？这个问题我肯定是要要。

楼军龙 17:40

要要解决的，包括我们的产品，因为我们产品已经形成一个系列，不是说，因为我们虽然我们杭州只有两个产品，但是我们中山公司是有一系列，毕竟我们是拍第二代这种的，所以说我们包括怎么样，因为你们做的是一个体系化的一个东西。我主要呢就是说跟你们合作里面，其实我们当初呢主要是三个顾虑。因为你们都是做快消品。对。那个包括餐饮为主，像我们这种单件还是比较，就相当于。就是否能做？那这个是我们想，那也是我想了解的，就是在你们的体系品类。因为每个公司都有自己的强项。

周庆一 18:19

第一个，只要你解决，你这样讲，只要你解决是品牌传播问题。解决这个命名问题，解决你要对消费者，解，降低你的这个传播成本，建立一个品牌资产。像特斯拉一个聚，把他的品牌的资产，品牌资产全部聚焦在他一个商标里面。这个事全部是我们擅长的，而且我们其实各行各业都有，像互联网的企业，360 最早期的互联网战略也是我们给它制定的。其实我。我这边提醒一下时间啊。啊，对，差不多是整体是这样，就是其实各行业，就是你要解决品牌的问题，基本上全部能够覆盖。

楼军龙 18:57

那么我先提一下我的问题，就是从我们这个三天。到下一个，比如说是那个包了你们那个执行班了。因为你们原来是一个 600 万是一个整套体系。那么回到你们那个。这四天的。就比如说像你刚才我聊的这个体系，嗯，就是说如果我们参加你这个。班。你按照你的理解，我们今天的沟通。那基本上到这个班结束。

周庆一 19:22

我们。具体能拿到什么？OK，第一个就很明，第一个我们要在线上诊断的时候，我们有一次线上诊断，我要拿你的这个企业资料，很明确知道我们核心打的一个单品是什么，我们聚焦去打这个 10 万级的这个游艇，还是打这个滴滴打船？这是我们要做的一个再了解，做一次战略判断。第二个核心四天来做什么？第一个，第一天做超级符号。就像特斯拉那个 T 一样，你要有个超级符号，在你的船上，在你的很多的广告宣传上，把你的超级符号打磨出来，能够代表你的奥利的安的这个。

楼军龙 19:58

天能打磨的出来吗？

周庆一 20:00

没有什么太大问题，这个。基本上我们会布置作业，而且会有很多判断，一天你们会做非常多的稿件，会帮你们把整个方向就定掉。

楼军龙 20:08

我们带团队过来的。

周庆一 20:10

对，带团过来。第二天，品牌的话语和产品的命名解决掉。上午讲课，你们下午根据我们所有方法全部推一遍，几百个里面可能你们出几百话语，我们当中就能找到最好的那个话语。我们因为经历过我们那个自己方案班几天，我们觉得这套是非常有效的。然后第四天就是把这些符号。第三天，第一天。第一天是符号，第二天是话语，还有产品命名。第三天是整理产品结构，其实是一个战略共识会。我们有一套引导力方式，告诉你们应该探讨哪些问题，带着团队高管一起来把未来几年产品增长的战略路线图给画出来。这样子主要是让你们形成战略的共识，知道我们就是先打哪个，哪个是金角产品，哪个是银边市场，搞清楚。

周庆一 20:56

最后一天做设计，就是再过点符号、话语，把它放在你的船上，放在你的海报上，放在你的展会上，怎么去体现？件效果最好。最后的下午，我们甚至还会，我们把我们的设计总监帮你们做调改，因为 AI 做出来有些时候设计方向、创意到位了，在设计上有硬伤，我们会让我们设计总监帮你做一下调改。这个决定了，好了之后，好了，这几套东西基本上四天，这就是拿到能够落地的这个符号话语，其实你们后面就可以打磨，往后落。

周庆一 21:29

后面还有六次的月度经营复盘会，其实。每个月是。每两个月一次，或者就是按照你的需求，你有六次机会，然后日常有些问题沟通，我们都会有课程助理随时跟我们沟通。有过程当中你一些品牌的问题，经营问题可以约我们线上会议，我们每一两个月找一个核心课题，把它给解决。就我们其实福利百万客户也是的，就是每一两个月设定一个课题，推进它的这个落地和增长。整体的节奏是这样子的，然后带高管过来，我建议您带哪些哈？就是您的对于产品了解的，产品的经理，然后品牌经理，还最核心要带一个会 AI 的设计师，会 AI 就行。

楼军龙 22:13

他一般有没有什么软件？

周庆一 22:15

就 ChatGPT，用 ChatGPT 基本能，能用就会用就行。OK。因为现在 GPT 我们很多方案班自己老板带，有些带高管过来会用，都能够做出很好的创意。

楼军龙 22:26

市场不用带。市场负责人不用带。

周庆一 22:29

市场对，市场他还，如果是你现在针对招商的话，我觉得你可以带过来。一个是产品经理。

楼军龙 22:35

第二个是。

周庆一 22:36

产品品牌的，负责品牌的。品牌经理。然后设计师，这是最基，那个基本的，然后每个企业的高管可能定位不一样，这边的话就对你，你觉得是比较重要的高管，你可以一起带过来。好吧。

楼军龙 22:49

你们现在就一次性这么个会议，大约是多少个？

周庆一 22:53

多少个？多少家企业一起开？大概 10 家企业。10 家是吧？

楼军龙 22:56

那太多，反正你也没有。可以剩下的一些细节流程可以这边跟我对接。

周庆一 23:01

嗯，好吧，嗯，好。

楼军龙 23:07

效率还挺高的。

周庆一 23:08

嗯，哈哈，我们好多这个。

楼军龙 23:12

我家也在三环。

周庆一 23:13

嗯，是吧？啊，到时候来方案班就在我们公司，来家就很近。

楼军龙 23:20

那我可以加个您微信吗？

周庆一 23:21

ok，嗯，到时候那个。