

汽车行业变革先锋：ZFY色卡系统助力汽车品牌营销推广

据一项权威的调查，人们在挑选商品的时候存在一个“7秒钟定律”，基本上7秒钟就能判定自己对某商品是否感兴趣，而色彩的作用占到了67%的因素，对消费者的选择具有重要影响。近日，第四届CMF色彩设计大会暨变色发光趋势论坛在深圳隆重召开。本次论坛以当下热门的CMF趋势“发光变色”为主题，吸引了数百名知名企业及机构的领导与专家、高校组织学者等，共同围绕行业趋势、材料工艺技术方案、产品CMF解读、色彩设计商业逻辑等方面展开学习与交流，覆盖了汽车、家电、家居、消费电子等多个行业。

与会嘉宾纷纷就各自行业的色彩设计创新等话题进行分享，探讨色彩设计发展趋势，为CMF行业指明方向，奠定了未来产品应用潮流。为进一步探寻色彩创新方案如何助力汽车品牌营销推广，会后，记者有幸采访了上海正辅云企业发展有限公司CEO刘鲁玉——全渠道营销策划解决方案专家。他凭借出色的色彩管理能力和创新解决方案，为国际知名汽车品牌营销推广活动带来了前所未有的视觉盛宴，助力该汽车品牌进入国内和提高品牌知名度发挥了重要作用。

刘总向记者回顾了这次知名汽车品牌营销策展活动，该汽车公司有自己的专属的标志性颜色，由于受到技术的限制，喷绘设备和颜料，甚至是印刷材质的不同，几乎无法将该品牌专属标志性颜色印刷在非纸质的物品上，导致最终产品与设计稿存在较大的差异，一定程度上限制了该企业品牌形象视觉效果的传播与深化。

凭借多年策展经验，刘总敏锐地意识到，问题的根源在于油墨与被印刷物之间的复杂关系，以及不同材质对色彩表现的影响。传统的喷绘设备和颜料，往往难以在不同材质上实现色彩的一致性和精准度，尤其是像PVC板、KT板等非纸质材料，更是色彩还原的难点所在。

面对这一挑战，刘总带领团队创新性地开发出一套全新的ZFY色卡系统和标准油墨。ZFY色卡系统是一套标准化的色彩参考工具，包括了数千种颜色，并为每种颜色分配了一个唯一的编码，称为ZFY编号。这一体系的核心，在于将其中一个因素——标准油墨，固定为不变因素，然后通过对比分析不同材质（如纸质、PVC板、KT板等）上的色彩表现差异，对标准油墨进行精细调整，成功的在PVC板、KT板上打印出了该品牌车的专属标志色，达到在不同材质上色彩的一致性和精准还原。

利用在色彩上的突破，刘总首次将运用于零售行业的视觉营销运用于汽车行业系列营销活动中。不仅解决了汽车行业策划展览色彩应用的技术难题，更实现了该国际知名汽车品牌这一标志性色彩在非纸质材料上的完美呈现。据该汽车品牌相关负责人反馈，在该品牌的营销活动中，ZFY色卡系统发挥了至关重要的作用。而此次营销推广活动中，通过频繁、大规模地使用这一品牌标志色，不仅强化了品牌的视觉冲击力，更将该汽车高端、速度的品牌形象深深烙印在国内消费者的心中。这一成功案例，不仅证明了刘总在色彩创新与管理上的出色能力，更为汽车行业乃至整个零售行业的视觉营销策略提供了新的思路和借鉴。

ZFY色卡系统的创新之处，不仅在于技术层面的突破，更在于其对行业发展的深远影响。在汽车行业，色彩不仅是美学的体现，更是品牌文化和价值观的传播载体。通过精准的色彩呈现，汽车品牌能够更有效地传达其品牌理念，与消费者建立情感连接，从而提升品牌忠诚度和市场影响力。刘总创新的ZFY色卡系统，为汽车品牌提供了一种全新的营销手段，使得色彩成为品牌故事的重要组成部分，进一步推动了汽车行业营销方式的创新与升级。此外，刘总提出的ZFY色卡系统的成功应用，也为其他行业提供了宝贵的经验。在众多消费行业中，视觉营销已成为提升顾客体验和品牌认知的重要手段，也推动了视觉营销策略在不同行业中的广泛应用。

采访的最后，刘总表示，ZFY色卡系统将继续在色彩管理领域深耕，他也会带领团队不断推出更多创新成果，为汽车行业乃至整个营销行业带来更多惊喜和变革。随着技术的不断进步和消费者需求的日益多样化，色彩管理的重要性将愈发凸显。展望未来，相信在ZFY色卡系统的引领下，汽车行业乃至整个营销行业将迎来更加丰富多彩、充满创意的未来。（记者：许璐）

原文地址：<http://www.china-nengyuan.com/news/217837.html>