



近半年来，中东战乱始终占据新闻媒体的头条：从突尼斯到埃及、利比亚、也门，再到如今的叙利亚，随着一个个执政当局的垮台，中东政局动荡也给该地区乃至全球经济贸易带来了极大的不确定性。本着更加深耕海外市场、推广中国汽保、推广北京国际汽保展的目的，北京通联于2011年11月深入土耳其和伊朗进行了汽保市场考察。

海外“汽保”市场大扫描(五) 续谈中东汽保：市场形态各异，需以质&智取胜

文/北京通联国际展览有限公司 李媛媛

土耳其——产品质量&售后服务依旧是中国汽保的软肋

作为连接亚欧大陆的桥梁，土耳其有着得天独厚的地理优势，交通方便，不仅本国市场颇具规模，而且对临近国家和地区的辐射力也很强，如中东、北非、俄罗斯等。汽车业是当前土耳其制造业的支柱产业之一，国际著名品牌奔驰、福特、菲亚特、三菱等都在当地建立了合资企业。生产和消费需求的增长有效地带动了土耳其汽配和汽保市场的迅速成长。

此次北京通联探访的是在土耳其首都伊斯坦布尔举办的第17届土耳其国际汽车配件展，展会规模虽然不大，共有200余家参展企业，但却云集了土耳其主流的汽保经销商。土耳其真正的汽保生产企业寥寥无几，主要进口国外汽保品牌，并且以欧美品牌为主。虽然地处亚欧交汇处，土耳其市场明显是个更贴近欧洲的高端消费市场，走访过程中，一位当地经销商明确表示：几年前，曾经代理过中国汽保设备，但是因为设备故障率太高，而且不能

得到及时的售后服务，最后不得不放弃中国制造转而做意大利的产品。意大利等欧洲国家的汽保设备因为历史渊源和在土耳其汽车市场的份额，也因为运输优势，在土耳其汽保行业占据的市场份额很高。

目前，土耳其的汽车保有量约为1500万辆，汽车修理厂20余万家，从这些数字来看，汽保市场还是很大的。也有经销商坦言，代理的欧美品牌实际是从中国拿货，那么中国汽保究竟是该通过给成熟品牌代工“曲折前进”，还是应该“加强自身建设”，狠抓产品质量，坚定不移地做自己的品牌，相信每个企业会选择适合自己的道路。作为北京国际汽保展的组织者，北京通联将不遗余力地在世界汽保舞台上为中国民族汽保的进步和发展摇旗呐喊，为新国际形势下的中外贸易新机遇牵线搭桥。通过本次出访，北京通联已经与该土耳其汽配展就双方合作事宜达成了共识。



北京通联公司市场部负责人在土耳其汽配展做海外推广



北京通联展览公司市场部负责人在土耳其汽配展现场与汽保生产企业交流



北京通联展览公司市场部负责人邀请当地汽保经销商参观AMR北京国际汽保展



北京通联展览公司市场部负责人在伊朗汽配展做海外推广



北京通联展览公司市场部负责人在伊朗汽配展现场邀请当地汽保经销商参观AMR北京国际汽保展

伊朗——市场相对封闭, 中国产品独领风骚

伊朗, 这个在媒体报道中一向与西方国家唱反调、与美国叫板、与以色列纷争、坚持研制核武器的国度, 在所有未曾涉足这片土地的人的眼中是危险地区的代名词。但是当真正深入到这个国家才发现, 伊朗国泰民安。

西方国家对伊朗的政治纠纷和经济制裁似乎一直没有停息, 但这恰好为中国出口伊朗带来了机会。中伊两国的经贸互补性强, 有着广阔的发展空间。中国是伊朗的第二大贸易伙伴, 去年两国的双边贸易额近60亿美元。其中中国对伊朗机电方面的出口占到50%左右。目前, 国内汽车企业纷纷进入伊朗市场, 东南汽车、奇瑞、重汽、福田汽车等纷纷大举进军伊朗市场, 我们相信国内整车企业的进入会为汽车后市场奠定良好的基础。

此次北京通联前往的是在首都德黑兰举办的第六届伊朗国际汽车配件展。单从展会构成来看, 500余家企业中, 中国企业约300余家, 伊朗本土企业约200家, 这样的比例也许是伊朗对于中国特殊友好的有力佐证, 也让我们对这个市场充满了希望。但是, 和很多低端市场一样, 伊朗对于汽保的需求还是局限在基础的举升机、扒胎平衡机、手动工具等, 诸如解码器、四轮定位仪等设备在这个市场里显得有点过于高端。展会现场关注的人群大多都是出于好奇询问此种设备是作何用, 这不禁让初来乍到的此类参展企业大受刺激。伊朗过高的关税政策等也成为一些汽保企业放弃这个市场的重要原因。但是, 就整个中东地区来讲, 伊朗和沙特仍然是汽保需求量最大的两个市场, 很多企业会利用迪拜的零关税政策做转口贸易来实现对伊朗和沙特等中东市场的突破, 这也不失为一种上策。

年终收官, 北京通联2011年度已先后走访了马来西亚、巴西、泰国、澳大利亚、波兰、意大利、阿联酋、俄罗斯、美国、伊朗、土耳其共计11个国家的12个相关展览会, 明年1月, 北京通联将前往2012年北京国际汽保展前的最后一站——印度新德里车展做海外买家的邀请工作。此行将为北京通联2011年度的海外宣传画上圆满的句号, 也期待来年2月27日至3月1日举办的AMR2012北京国际汽保展会现场的海外买家数量和质量能够为广大参展企业交上一份满意的答卷。

截至发稿, AMR2012北京国际汽保展的海外预登记观众已突破500人, 来自45个国家和地区。此外, 由于去年海外组团采购商反响热烈, 回国后通过同行间的交流, AMR北京国际汽保展的口碑效应正在不断扩大和显现。明年表示扩大组团规模的海外行业机构有: 马来西亚汽车修理厂商总会、新加坡汽车维修业公会、印尼汽车钣喷维修公会、韩国自动车专门整备事业组合联合会, 新增海外组团机构有: 泰国泰华汽车修理业工会、澳大利亚汽车后市场协会等, 预计组团人数逾400人。

为更好地为参展企业和买家服务, 北京通联还启动了“参展企业海外客户邀请方案”, 所有预登记的海外买家、组团买家以及展商邀请的海外客户将全部享受北京通联展览公司提供的免费住宿、免费班车、免费VIP休息区上网、午餐、茶点等VIP服务。与此同时, 为使海外买家和出口企业实现高效对接, 北京通联特别推出了“出口标识”服务, 并为此精心设计了标有“AMR Export”字样的出口标识(如下图所示)。展会现场, 所有具有出口业务的参展企业都将免费“被标识”。通过标摊企业楣板LOGO和光地企业展台前的地毯地贴, 实现对出口企业和非出口企业的明显区分, 购销需求一目了然。同时, 北京通联还将在展前通过展会网站、电子月刊、海外合作媒体报道等对此做持续性介绍, 确保海外客户对此标识的认知度; 展中通过参观指南、会刊、现场综合信息栏等向海外客户做系统性推荐、提升洽谈对接几率。此外, 第三届“中外汽保B2B贸易配对会”将在展会开幕当天即2月27日中午如期举办, 经过前两届的经验积累, 主办方北京通联更加注重本届贸易配对会对接双方在展前购销信息的沟通, 提高签单成功率。

“通联做展会, 为您拓市场”是北京通联国际展览公司的办展理念。我们有理由相信, 通过北京通联团队在海外有规划、大规模、持续性的推广和对展会服务的不断提升, AMR北京国际汽保展将更加巩固和扩大其在全球同类型专业展会领域的影响力, 成为国际买家和同行了解和进入中国汽保原产地市场的必由之路和广阔舞台!

