

质量赢得客户 创新巩固市场

专访深圳元征科技股份有限公司国内市场总监黄兆欢

文/本刊记者 姜曼

作为国内最早致力于汽车诊断、检测、养护产品研发、生产和销售的高科技企业之一,深圳元征科技股份有限公司(以下简称“元征公司”)在业内一直享有较高声誉,与此同时,我们对其为何能在市场上如此长期地保持高占有率以及其未来发展前景也很感兴趣。为此,我们采访了元征公司国内市场总监黄兆欢女士。通过这次对话以及相关了解,我们对上述问题也有了一些的初步了解。

高占有率的秘密

对某一系列的产品而言,其质量是其市场选择中生存的根本保证。元征公司秉承以产品质量为基础的理念,并在这种理念指导下开发了多条生产线。通过与黄女士的对话我们了解到,目前元征公司有4条产品线,每条产品线都有自己的主打产品,比如其中的DBS产品线,主打产品为解码器,具体来说就是X431系列产品。该系列产品与市场上其他产品相比,其特点是功能更加齐全、诊断速度快、操作简单。

目前,虽然在中国市场上充斥着很多元征诊断产品的竞争对手,但这么多年来,元征公司在市场上拥有广大的消费群体,市场规模也远远超出同类企业。元征的诊断产品在市场保持着6成左右的占有率,举升机更是跻



元征公司国内市场总监黄兆欢

身世界销量排名前三位,其他产品如四轮定位仪等市场占有率也在逐年攀升。据初步统计,全球预计有超过40万用户在使用元征公司的产品,这是元征产品市场竞争力的最好体现,也是广大消费者对元征产品性能认可的最佳佐证。

用技术创新——维系企业活力

在技术发展日新月异、同业竞争日趋激烈的市场环境下,元征公司是如何做到长期保持较高市场占有率?接下来我们就去揭开这层神秘的面纱。

据黄兆欢介绍,元征公司成立20年来,通过不断的技术创新、产品研发,在全球范围内积累了庞大的用户群体。而对于产品的优化改进,公司的研发队伍功不可没。汽车技术的发展日新月异,与此同时,信息技术也不断融合进检测技术与设备中,对此,元征公司的

研发队伍一直走在最前沿。目前,元征公司在深圳总部拥有一支约600人的研发队伍,其中有公司成立之初便一直伴随至今的老员工,也有刚刚从高校毕业的新成员。每年公司都会派遣优秀的研发人员出国学习、设置大笔专项奖励基金等来激励那些在研发过程中有突出贡献的员工。黄兆欢说:“这支队伍的资质、经验、能力、活力,是元征公司引以为傲的资本,也是元征公司稳步发展、不断前行的坚实基石。”

在元征公司成立20周年之际,公司在深圳会展中心举办了庆典活动。在庆典仪式上,元征公司不单单发布了新产品,公司董事长及总裁等高层人士还悉数到场,明确了公司新的发展方向:“伴随着汽车工业的快速发展,由此催生了庞大的汽车后市场,同时,无线通讯、智能终端的普及加速了汽车互联网时代的到来,车联网服务的商机已经显现,人车生活方式也因此即将发生巨大的改变。依托公司20年的技术积累、逾百项的技术专利,目前,元征公司已经发展成为全球汽车后市场维修装备的核心企业;未来,元征公司将发展成为基于汽车诊断技术的车联网应用核心企业。”

与此同时,元征公司也隆重推出了车联网技术应用平台(DBS)以及个人汽车诊断产品(DBScar)。汽车维修企业、个人车主已经可以通过智能手机(如iPhone / GooglePhone等)利用DBScar实现汽车诊断和故障分析、行车记录、救援以及产品在线升级等服务;行业用户可以实现车辆管理、远程诊断和故障分析。随着DBS服务平台的不断升级,交通管理部门、保险公司、汽车金融机构等可以利用DBScar实现交通管理、事故责任分析;维修企业还可以实现汽车维修指导和资料下载等在线服务;个人车主可以实现维修保养、零配件报价等信息咨询。

(下转第66页)



研华突围

文/本刊记者 臧允浩

据广西南宁研华电子科技有限公司相关负责人透露，今年11月份，将有第四代诊断编程产品上市，该产品基于南宁研华第三代诊断编程产品研发，不仅在诊断编程功能上进一步提高和丰富，而且更引人瞩目的，它将以服务收费模式完全取代硬件收费模式。换言之，用户可以免费获得产品硬件，只需在使用时交付相关“服务费用”，这与国内目前多数电控诊断设备商依靠单纯卖硬件的模式形成巨大反差，有业内人士甚至将其成为电控诊断设备市场的“收费模式革命”。

研华方面对第四代产品寄予厚望，目前已经在积极筹备新产品的宣传工作，届时，这将成为南宁研华公司最具历史性的一幕。现在看来，这家主要从事汽车电控诊断系统诊断编程、汽车防盗系统、汽车多媒体系统开发的高科技公司，从出道之初，就是一个“异类”，在复杂而多变的市场上，它出人意料的完成了一次次突围，最终成为一家前景无限美好的公司。

市场之围

“不瞒你说，当时汽车电脑编程是一个很神秘的行业，国外也没有多少企业在做”，湖南人刘义柏是这家公司的创始人和负责人，在进入这个行业以前，他做过一段时间的手机通讯业，甚至还开了一家公司，“当初主要做BP机、手机的维修之类的，我相当于是从通讯业转向汽车编程”，刘义柏轻描淡写的说。

当下手机通讯业市场的如火如荼，并没让这个湖南籍企业家对自己当初的选择产生半点怀疑：“手机行业竞争更加激烈，而且更适合大规模商业模式操作，对于一个创业新手而言，这不合适。”

刘义柏把自己这次转行称为一次“偶然”，其实，这也是其个人性格使然，“我个人做事不喜欢和人抢生意，在一个别人较少涉足的行业我率先去做，会感觉更有成就感”，刘义柏如是说。上世纪90年代，中国的汽车

保有量正逐年上升，汽车维修量也相应增加，专用于汽车故障诊断的电控诊断设备一时走俏。大批创业者看中了这一商机，过江之鲫一哄而上，刘义柏也心动了，但他要做的，还和传统的电控诊断设备行业不同，“当时国内的电控诊断设备涉及到编程的很少，更多的还只是诊断”，刘义柏说，“当时国外有几家，规模也不是很大。我当时的定位是，国内有什么，我就不去做什么”。

据刘义柏称，国内当时在汽车电子方面技术较为薄弱，“像一些音响的编解码、电子码的恢复都成问题”，刘义柏要做的正是冲破行业内的同质化之围，去填补这一空白。

在随后的十余年里，刘义柏开始针对市场就行大量产品的研发、生产，汽车钥匙大师CKM100、Digimaster III、汽车数码大师III……这些按刘义柏计划推出的产品，以其独特而强大的功能，成功打入了用户市场，在海内外都取得了骄人的销量。在这期间，南宁研华的品牌越打越响，而刘义柏个人也成了名副其实的行业巨头。

技术之围

初入电控诊断领域的刘义柏，在瞄准时机，准备大干一场时，却遭遇了当头的难关。

刘义柏告诉记者，汽车编程涉及到安全访问汽车电控系统的问题，一般汽车厂商对汽车电脑相关程序都是高度封锁的，很难进行访问和编程。当时国内缺乏这方面人才，更没有相关经验可供借鉴，刘义柏最初的创业自然不会太顺利。



南宁研华总经理刘义柏

“当时缺乏研发人员，自己就亲自做研发”，刘义柏曾就读于西安一所高校，主要学习电脑编程。而他最早在从事手机通讯维修时，常做的也是程序的编解码、加解密。刘义柏告诉记者：“说简单了，电控系统诊断编程领域也就是些程序编解码、加解密的事情。这一工作的关键就是加解密程序的突破，如果弄不明白这些程序，便寸步难行”。

一位接近刘义柏的人士称刘是技术人员出身，依赖技术自主创业，而在国内懂技术又懂市场的老板实在不多。刘义柏的专业背景和创业经历很像互联网背景下成长起来的极客一代。刘义柏本人则将自己的工作戏称为“芯片黑客”：“要完成电控系统编程，首先必须安全访问它，这就跟电脑上的黑客一样”。

研发难度越大，企业风险也就越大。刘义柏告诉记者“这个行业不适合大规模操作，因为编解码难度较大，投入了人力、物力、财力都有可能付诸东流”，在谈话中，刘义柏一直在强调这个行业“风险很大，操作不好就容易失败”，而在积累了多年研发经验、市场经验后，南宁研华才敢把企业规模做大。即便是现在，刘义柏也未对产品研发环节完全放手，“五年前还一直是我亲自带队，虽然目前不必事必躬亲，但是在一些重大问题上，还是我在出谋划策”，刘义柏说。

盗版商之围

“企业之间的正当竞争我不怕，就怕那些盗版商”，谈及此，刘义柏显得格外激动。在中国，时刻都会有无数的盗版商对某款产品大肆“山寨”，甚至有不少前景广阔的企业被这些难以入眼的盗版商给活生生整垮了。

“所谓盗版，就是对一款自主产品进行照搬复制，就电控诊断设备而言，盗版商不仅复制了产品的软件部分，也对产品的硬件进行模仿。盗版和自主研发的区别再明显不过了，就拿我们的奔驰车钥匙来说，我们自主研发的车钥匙的内部程序和奔驰原厂钥匙完全两样，但盗版的就不见得了”，刘义柏说。

为了严防盗版, 南宁研华加大了对产品防盗程序的研发投入, 刘义柏向记者透露, “平均每台要多投入100元人民币”, 这直接起到了立竿见影的效果, 据刘义柏称, 南宁研华的产品目前不存在会被拷贝、盗版的问题。

然而, 刘义柏也向记者坦陈了自己的担忧: “虽然我们的产品目前不存在被盗版的问题, 但如果有同类产品被盗版, 也会是我们极大的威胁”。刘义柏进一步解释说, 如果一款同类产品售价3万元, 但是被盗版商盗版后售价3千元, 那么, 我们的价格体系就会遭受重创。

兵来将挡水来土掩, 刘义柏岂会坐以待毙, 为了重创那类盗版商, 刘义柏称会在必要时采取买一赠一的产品销售方案, 即一款产品如果被盗版, 他就会在销售自己产品的同时, 赠送一款与盗版产品功能类似的产品, “这会直接令盗版产品的市场价值贬值为零, 给予他们致命打击”。

当下, 我国对知识产权的保护的力度逐年增强, 但仍然存在诸多不足, 这令许多行业在面对盗版大军时, 措手不及, 民间关于加强知识产权保护的呼声愈来愈强烈。但刘义柏表示, 一方面, 知识产权需要国家政策保护, 但另一方面企业自身要从技术上下功夫。

“要靠自救”, 刘义柏坚定的说。

积习之困

据刘义柏称, 南宁研华即将推出第四代诊断编程产品, 该产品不仅在诊断编程功能上进一步提高和丰富, 而且更引人瞩目的, 它将以服务收费的模式取代硬件收费模式。刘义颇为自豪的说: “该款设备的软件、硬件全部免费, 客户仅需支付服务费即可, 也就是说靠买设备过日子的时代就快结束了, 未来将是买服务——一种基于网络技术的服务, 它彻底解决了软件升级是否收费、设备价格高低、人与人之间的信誉问题, 这就和我们每天点菜用餐结束后必须买单的道理一样, 这也是云技术发展的必然结果。”

南宁研华公司目前正为该产品进行上市前的准备工作, 刘义柏向记者透露了关于产品的部分信息, “只要用户加入我们的会员, 我们就送一个网络OBD接头, 修理厂只需一台智能手机, 和一位会把OBD接头插上汽车并接入网络的修车工人就可坐享服务, 其他的如维修资料、诊断、编程、配置等全由我们云端服务器完成, 或者由我们的技师通过网络人工完成”。

有业内人士分析, 如果南宁研华方面透露的产品信息属实, 那么这将是汽车电控诊断设备领域的一次“收费模式革命”。当然, 这种收费模式的变革是基于先进的技术、优良的产品体验、高端的用户定位而生的, 但

该款产品究竟能否取得好的市场业绩, 还要通过时间的检验。

刘义柏则对该款产品进行了全面肯定, 他对记者说: “作为高科技实体企业, 仅仅是生存绝不会不存在问题, 只是高科技不一定高附加值, 也就是有市无价, 这是经济危机过程中的必然现象。企业生存就是为了发展, 在发展过程中就必须创新, 以适应市场变化。我们数码大师Ⅲ的全新消费模式已经为第四代产品的销售打下了很好的基础, 按需消费、按次消费不存在任何信誉危机与经济上的风险, 这种商业模式的创新, 完全适应当今网络社会与技术变迁的需要。”

当前, 我国的电控诊断设备仍然停留在靠卖设备赚钱的阶段, 许多在国外实行软件升级收费制的产品, 也在华实行免费升级, 这主要还是我国用户的消费习惯决定的, 很多人不愿意花钱买了设备, 还要为频繁的升级支付费用。刘义柏曾向记者无奈的说: “中国人喜欢一次性投入, 可我们要把一个设备做好做精就需要不断的投入, 成本和费用会很高。”

上述业内人士将这种消费习惯称为中国消费者的“积习”, 一时之间很难扭转。但不可否认, 研华方面也做了足够充分的准备。

这一次, 研华能否像以往一样, 再次突破前进道路上的又一次围困呢?

(上接第64页)

而无论是产品质量的保证, 还是技术创新的追求, 这一切的目的也是为了赢得消费者以及市场的肯定, 如何面对未来的挑战, 也是元征公司将要面临的艰巨问题之一。

未来的市场战略

元征公司从成立之初便没有将眼光局限于国内市场, 目前元征公司在海外拥有14家分公司及办事处、数十家大型经销商, 其每年销售额的30%来自海外市场。从公司的整体市场战略来讲, 元征公司最初以国内市场为基点, 进一步发展从而形成了辐射全球的销售网络。这样的发展模式也是为了让元征公司成为具有全球竞争力的国际品牌, 目前这种

态势已初具规模, 国内或者国际市场都是元征公司发展必不可少的重要组成部分。

元征公司的市场战略主要包括市场拓展、品牌维护及推广, 类似的还包括渠道建设及优化、市场管理、营销手段等, 而这些可以归纳为一种市场操作手段, 这些手段的成功是建立在元征公司的产品是否具有竞争力这一点上。如果元征的产品不能满足市场或者客户的需求, 那就不具备竞争力, 那么涉及到的市场拓展、品牌维护及建设就无从谈起。所以, 元征公司将始终秉持“开发满足市场及客户需要的极具竞争力的产品”这一基本要素, 这样可以随时收集到各地用户对产品的意见和建议, 促使公司不断对其旗下产品进行优

化与改进, 确保公司产品技术始终处于领先态势, 这是一个良性循环, 也是多年来元征公司总结的其他竞争者所不具备的最大的竞争优势。元征公司也期盼越来越多的用户会选择并满意其提供的产品。

最后, 黄兆欢女士表示: 未来, 元征公司将以人为本进行科学管理, 并以不断超越、挑战自我的创新精神为指导, 沿着科技化、产业化、集团化、国际化的道路为创建百年跨国企业而奋勇前进, 力争通过不断的产品开发为广大汽保行业用户提供最佳的使用工具, 在保证优势产品市场份额的前提下, 扩大其他新产品的市场竞争力, 使元征公司的产品组合更加丰富, 更有竞争力。