

四轮定位仪作为汽车四轮定位检测必须用到的设备,在国内经历了最初由进口设备为主,到国内自主生产设备全面应用的发展轨迹,其普及率越来越高。

国内四轮定位服务市场之我见

◆文/山东 马传磊



烟台开发区海德科技有限公司市场部部长 马传磊

国内汽车维修行业经过几十年的发展,逐渐向技术化、科学化方向发展。由于汽车应用技术的发展,各种检测设备在汽车维修与保养中的作用越来越大,甚至有一些维修保养服务已经离不开检测设备。四轮定位仪作为汽车四轮定位检测必须用到的设备,在国内经历了最初由进口设备为主,到国内自主生产设备全面应用的发展轨迹,其普及率越来越高。然而,由于国内汽车后市场行业发展还不成熟,国内四轮定位服务还存在如下一些现象。

1. 车主对四轮定位了解较少

笔者作为汽保设备生产厂家人员,在日常生活中接触到行业外人士时我经常主动或被动的解释四轮定位以及四轮定位仪的概念。为了能说者简单、听者易懂,我一般这样解释:汽车出厂时四个轮胎以及与之相连

的转向系统、悬挂系统是有固定角度的,这些不同的角度就是车辆相关的定位角度,当定位角度在标准值范围内时车辆的操控性最好。但往往车辆经过一段时间行驶,由于路况或其他客观因素的影响,相关参数会发生变化并偏离标准值,这时往往出现方向盘转向沉重、跑偏或者轮胎的非对称磨损等情况,这时就需要依靠四轮定位仪进行检测,比对车辆出厂时的标准值进行调整。

尽管以上解释已经省略了很多专业名词和概念,但是好多人还是未能建立对四轮定位的清晰认识和概念。该问题的出现与中国的汽车文化发展息息相关。

中国汽车产业近10年呈现井喷式发展,与迅速扩大的车主群体形成反差的是国内车主对汽车保养知识的严重缺乏。提到车辆保养,车主了解到的可能更多的是发动机、制动、机油等4S站提供的常规保养措施,对于四轮定位很少有系统的认识。包括海德公司在内的几乎所有的四轮定位仪生产厂家,在给终端客户配备的宣传展板中,都有关于四轮定位作用以及何种情况下需要做四轮定位的介绍。这么做的根本原因就是让广大车主群体认识到四轮定位的重要性以及了解车辆行驶中的那些故障是由定位参数改变产生的。通过四轮定位概念的灌输让车主接受汽车维修机构提供的四轮定位服务,更理想的状态是让车主能根据车辆的操控情况和轮胎的磨损情况主动去寻求四轮定位服务。

为了能让车主更了解四轮定位服务从而养成定期对车辆进行四轮定位检测的习

惯,除了传统的店内四轮定位概念宣传外,笔者还设计印刷过宣传四轮定位必要性和好处的折页发放给四轮定位仪使用客户,受到了轮胎店、修理厂等四轮定位服务提供机构的欢迎。

为了能更好的开展四轮定位服务,除了广大的四轮定位仪生产厂家,越来越多提供四轮定位服务的轮胎店、汽修厂也通过多种形式推广四轮定位,让车主了解四轮定位。相信通过行业内成员的努力,将会有越来越多的车主认识到四轮定位的重要性。

2. 不同终端客户对四轮定位项目经营存在差异

由于工作中接触的四轮定位仪使用终端客户较多,所以有机会了解到不同的客户根据企业经营情况对四轮定位服务的重视程度也不同。国内汽保设备经销商对四轮定位仪的归类上也有差异,有的经销商将四轮定位仪和解码器等归为检测类设备,有的经销商将四轮定位仪和轮胎拆装机等归为轮保类设备,两种分类方式各有其合理性。但是通过对终端客户使用情况汇总可以非常明确的判断出四轮定位仪在不同终端客户经营中的重要性。

目前四轮定位仪的终端客户从大类划分可以分为4S站类客户、修理厂类客户、轮胎店类客户。4S站类终端客户以提供车辆的原厂维修保养服务为主,众多车主诟病4S站的高收费,但是由于对4S站维修专业性和耗材配件高品质的信赖在一般性车辆保养上还是选择4S站。维修厂类客户从企业

经营利润角度出发,更重视机修类和钣喷类业务与动辄几千元上万元的机修和钣喷服务项目,而收费百元的四轮定位服务项目往往会被忽略。以上经营特点也可以从4S站和汽修厂四轮定位仪的使用频率中初见端倪,4S站和汽修厂四轮定位仪的使用频率明显低于轮胎店,有的维修厂一周甚至长达一个月都不做一次定位服务。与4S站和汽修厂形成鲜明对比的是轮胎店类客户,我们在工作中接触过很多轮胎店客户每个月仅四轮定位服务项目直接收入就可上万元。

不同终端客户对四轮定位服务的经营出现如此大的差异,主要与该项目的特点有关。四轮定位的相关参数主要和轮胎有关,因此在从事轮胎类相关服务项目时,为了保证服务质量和保障轮胎的寿命,轮胎店对四轮定位比较重视。久而久之,轮胎店在四轮定位项目上专业性越来越高,四轮定位为轮胎店带来的直接服务收费和配件更换收费以及四轮定位服务项目拉动的轮胎销售收入越来越高。经济利益的驱动让四轮定位服务项目在不同终端客户店面中的重要性出现分化,进一步也导致了不同客户在选购四轮定位仪设备时考虑的因素有所差别。4S站因为定位调整车型较单一,因此在选择设备时注重品牌,大多选择与所经营汽车品牌匹配的四轮定位仪品牌;汽修厂在选购四轮定位仪时,更容易受价格因素制约;而轮胎店选择四轮定位仪时则要慎重的多,四轮定位仪加举升机(剪式举升机或四柱举升机)组成的四轮定位工位设备是轮胎店一项比较大的投入,因此轮胎店在选择设备时除考虑产品性价比外,还要考察设备的性能以及厂家综合服务培训能力。

3. 四轮定位服务项目专业化经营的重要性

四轮定位服务项目目前在大多数终端客户店面中仅仅是一个配套项目,除了因为四轮定位项目赢利能力低于其他项目外,还有比较重要的原因是很少有终端客户会在四轮定位项目经营上投入精力去总结操作经验和拓展经营思路。

在四轮定位服务项目的经营上,成熟专业的定位技师非常重要。作为从事四轮定位维修服务的定位技师来说,要真正做好四轮定位服务,不仅要系统的了解车轮定位参数,而且还要准确判断每一个参数变化有可能带来的定位故障,更重要的是要积累足够的操作经验,针对不同的底盘及悬挂类型进行调整。4S站客户和汽修厂客户,因为日常提供四轮定位服务项目较少,很难为该单一服务项目设立专职定位技师。而轮胎店客户因为日常服务的车型较多,要想做好四轮定位服务的专业化操作,需要定位技师长期实践经验的积累。

烟台海德成立15年来,一直坚持厂家自己做售后服务。在对终端客户定位技师的培训中,我们深刻体会到技术积累和经验传授对四轮定位服务项目的重要性。4S站类客户由于面对的车辆品牌单一,因此在提供定位调整服务时要处理的故障类型集中,因此4S站定位技师培训时只需要对四轮定位仪软件使用进行培训即可。而针对提供四轮定位服务项目较多的轮胎店或汽修厂客户,海德公司服务人员除了基础的定位仪软件使用培训外,还要从四轮定位概念、车辆转向系统、悬挂系统等对定位技师进行全方位的培训。为了让客户能做好四轮定位服务项目,海德公司服务工程师还需要对终端客户定位技师进行持续的技术支持,以帮助定位技师解决遇到的新的定位调整问题。

除了对定位技师的培训外,对四轮定位服务项目经营思路的创新也非常重要。从2011年开始,烟台海德公司在全国组织多场老客户培训交流会。在交流会上,众多优质客户对项目经营的经验分享非常受欢迎。其中,河北墨霖贸易有限公司直属轮胎店在四轮定位项目经营上分享的很多经验对参加会议的人员来说就很受启发。为了分流客户,保证店面经营的效率,轮胎店每周二设立出租车服务日,当日出租车定位可享受优惠,利用该分流措施可以方便在周末为私家车提供服务。在提高四轮定位项目竞争力上,墨霖公司通过技师经验积累整理汇总各品牌车型四轮定位手

册,然后对各个门店技师进行培训,同时调查当地各品牌4S站四轮定位收费数额,针对性的制定价格,然后利用车友会等组织进行宣传,进一步壮大了店面客户群。为了提高定位效率,轮胎店四轮定位工位还专为定位工具的摆放进行设计,方便定位技师取放工具。除了以上措施外,墨霖公司以及其他区域的优质终端客户在四轮定位项目经营以及整个轮胎店经营的多项有效举措大大提高了单店赢利能力。

4. 技术升级为四轮定位项目经营带来的变化

四轮定位仪技术的发展也为项目的经营带来变化,在中国近几十年的汽车维修行业发展中,从最初的前束尺测量,到之后的拉线式定位仪、激光定位仪、CCD定位仪,以及现在逐渐普及的3D定位仪。随着技术的发展,测量原理越来越科学,检测角度越来越多样,测量精度越来越精准,设备操作的自动化程度越来越高。

以最初的拉线和激光定位仪为例,操作比较复杂、故障率高且受工位条件的影响测量精度差,各种客观因素的存在大大影响了四轮定位效率。目前逐渐普及的3D四轮定位仪,相比以前的操作更简单,而且故障率低,工作效率也比以前大大提高了。而且目前市面上高端的3D四轮定位仪,可以做例如车身高度、轴距、轮距等在内的多项尺寸测量,可以检测出更多影响定位参数的故障。随着技术的发展,四轮定位仪测量功能更多,对定位技师的技术要求逐渐降低。以海德公司3D定位仪客户兰州阳光轮胎客户为例,阳光轮胎侯总分享定位经营技巧时说,当车辆在定位时定位技师必须认真负责,车辆从检查、测量到调整都必须认真,反对那种几分钟快速定位治标不治本的做法。另外,在选择设备方面,侯总讲到选择3D定位仪的优点:因为3D定位仪测量精度高、方向盘一次性调正概率高,所以基本不受定位技师经验影响。在他的店里,几名非常年轻的修理工个个都能做定位,定位效果也很好,都是得益于3D定位仪。

5. 四轮定位仪生产企业现状

随着中国汽车后市场的迅猛发展, 几十年来国内汽保设备研发生产发展迅速, 逐渐形成了北至辽宁营口, 南至广东广州等前海一线城市为主的各类汽保设备生产基地。国内企业以最初的低成本优势抢占国际市场, 发展到现在在技术研发和产品品质上与国际品牌逐渐靠拢。国内四轮定位仪产品研发生产的发展也是在这样大背景下走过了近20年的路程。

中国汽保产业与其他传统产业相比, 市场规范化程度不高, 以四轮定位仪产品为例, 目前市场上有四轮定位仪品牌有几十个, 其中有进口品牌也有国内自主研发品牌, 甚至有一些没有生产研发能力的新兴企业也在通过OEM贴牌形式销售产品。由于行业门槛低, 缺乏行业准入机制, 四轮定位仪生产现状也对行业的健康发展带来不良影响。

四轮定位仪和举升机等机械设备不同, 四轮定位仪是集机械、电子、软件为一身的科技型产品。同一品类机械设备工作原理相同, 零配件基本为标准件, 几乎所有的汽保经销商甚至终端客户都能自己做维修保养。但是四轮定位仪产品自销售到终端客户店面中之时, 便建立了生产厂家和终端客户长期的服务关系。从最基本的设备安装, 到定位技师的软件操作培训, 到四轮定位仪的日常维修保养, 到每年四轮定位仪车型数据升级, 一直到定位技师长期的定位调车指导, 都离不开厂家对终端客户的支持。然而由于目前国内四轮定位仪的生产乱象, 很多缺乏实力的四轮定位仪生产企业不能给终端客户提供服务支持, 甚至有一些企业或品牌昙花一现几年就退出市场, 购买这些品牌的终端客户得不到基本的服务保障。海德公司在近几年的以旧换新销售中就遇到很多这样的情

况, 由于设备生产厂家退出市场, 设备得不到维修和数据升级保障, 几万元购买的设备无异于一堆废铁。一些不负责任的企业在产品研发和品质保障上舍不得投入, 使设备丧失精度和稳定性, 终端客户用这样的设备检测调车也为车辆的调整带来隐患。在最近闭幕的Automechanika Shanghai 2012展会上, 一家美国汽保设备生产企业就对国内众多存在侵权嫌疑的四轮定位仪生产厂家开展了维权取证。相信随着各生产厂家知识产权意识的增强以及自身实力的提高, 国内四轮定位仪生产行业也会朝着健康方向发展。

随着中国汽车后市场的发展, 车主对四轮定位的重要性的认识会逐渐加强, 终端客户选择四轮定位仪, 经营四轮定位项目也会逐渐向专业化方向发展。笔者相信通过业内同行的不断努力, 整个行业会朝着更加健康的方向发展。M

INTERNATIONAL BODYSHOP INDUSTRY SYMPOSIUM
ibis 2013
IBIS 2013-未来的商业模式

2013年5月, 全球领先的汽车维修与汽车保险索偿专业人士将参加在瑞士举行的2013年度 IBIS。IBIS国际事故车修复研讨会是世界上最具影响力的有关汽车维修领导者和市场影响者的论坛, 该论坛汇集了来自世界各地的业界领先的专业人士。2011年, 有来自39个国家的371名代表聚集在巴塞罗那, 其中14个发言者来自于世界各地, 从美国到爱尔兰, 从澳大利亚到荷兰。这也打破了IBIS的记录。2013年度的IBIS设想了一个大胆的主题, 未来的商业模式: 成功的策略, 以及一个雄心勃勃的目标, 即在短时间内发现目前的行业发展趋势和未来的发展趋势。

2013年, IBIS将为代表团成员提供相应的数据、市场情报和联系方式, 他们需要走在汽车维修市场的最前沿。5个世界级公司将成为IBIS在2013年的官方合作伙伴: 国际汽车零配件公司, 阿克苏诺贝尔, 巴斯夫, 恩特租车公司和创新集团。IBIS团队目前正在招募世界知名的演讲嘉宾, 为客户提供最具创新性的、发人深省和具有挑战性的内容。在2013年IBIS “未来的商业模式” 为主题的议程中, 将以如 “金砖四国市场的未来”、“跨部门网络和维修网络的汽车制造商的意见” 为主要议题。

2013年度IBIS将于2013年5月20日至22日, 在瑞士Le Montreux Palace酒店举行。会议费用1695英镑, 其中包括:

- 完整的研讨会计划 5月20-22日。
- 代表信息包, 包括数据和代表名单。
- 研讨会进程报告, 将发布于2013年度的IBIS。
- 两晚住宿, 5月20-22日在蒙特勒皇宫或瑞士大华酒店。
- 代表欢迎晚宴, 5月20日星期一。
- 2012年度IBIS国际晚宴, 5月21日星期二。
- 5月21日至22日的早餐, 午餐和茶点。