

“中国的汽车保有量以每年1000万辆的速度增长, 售后市场的潜力非常大。过去几年来, 每年都会有千万辆新车投入市场, 中国售后市场持续7%~8%的快速增长对康迪泰克来讲是非常大的机会, 是潜在力很大的市场。”

康迪泰克: 持续加大对中国市场的投入 ◆文/本刊记者 胡凯溶

自去年于Automechanika Shanghai首秀后, 康迪泰克今年携旗下众多产品亮相Automechanika Shanghai 2012, 无论是展位面积还是展品数量都比去年大很多。目前, 康迪泰克跟随全球Automechanika展会的足迹, 参与印度、阿根廷等同品牌展会, 将其作为最大的宣传平台之一, “中国的售后市场正在逐步成熟, Automechanika Shanghai也越来越国际化, 很多国外品牌和跨国公司参与其中。”康迪泰克传动系统业务单元中国区



康迪泰克传动系统业务单元中国区销售与市场经理 路阳

销售与市场经理路阳评价此次展会。

康迪泰克集团将中国作为最重要的市场之一, 在中国设有7个事业部, 涉及汽车、工业各领域, 本次Automechanika Shanghai 2012展会主要展示了动力传动集团事业部和空气弹簧系统事业部的产品及技术, 除重点展示的原厂配套驱动皮带产品及其解决方案之外, 去年成功推出的工具箱系列产品也继续在本次展会上展示, 这套工具箱包括的张紧工具可以为修理厂提供配套、专业的工具, 使其更方便地更换或调试皮带, 而不需要额外购买其他工具。

除德系与美系车型外, 康迪泰克的产品线已经扩展到国内品牌主机厂。康迪泰克一直抱着谨慎的态度, 不断优化经销商结构。目前, 康迪泰克在中国有30多家授权代理商, 除产品服务外, 还为代理商提供包括汽配展会推广以及汽配城装修等市场支持。“康迪泰克集团全球有70多个工厂40多个研发中心, 进入中国三十多年来康迪泰克集团不断加大对中国本土市场的投资。在汽车售后市场我们的理念是与代理商长期合作共赢发展。”

现在, 康迪泰克在中国市场的业务不足

全球业务的20%, 但是未来亚洲市场的销售目标要达到全球市场1/4的份额, 康迪泰克一直将中国看作是亚洲市场最大的引擎, 正在不断加大对中国市场的投入。

“中国市场虽然还是初级阶段, 但是进步非常快, 而且大家正在积极吸收国外的一些先进经验。与欧洲成熟的售后市场不同, 目前的经销商模式比较单一, 当然也有覆盖很多车型的经销商, 但是大部分经销商还是以卖产品为主, 相比较而言, 国外售后市场的经销商不单单销售产品, 通常以技术培训、设备使用为主, 不局限于卖产品, 而是为用户提供一整套的解决方案。我们这样的主机原配品牌希望为中国市场带来更多的增值服务和整套解决方案。”路阳说道, “中国的汽车保有量以每年1000万辆的速度增长, 售后市场的潜力非常大。过去几年来, 每年都会有千万辆新车投入市场, 中国售后市场持续7%~8%的快速增长对康迪泰克来讲是非常大的机会, 是潜在力很大的市场, 现在, 大陆集团作为全球第三大汽车配件供应商, 依靠大陆集团的优势, 售后事业部更重视在中国的发展, 希望与本土经销商开展‘更中国’的合作!”

“马勒的售后市场有3个关注点, 第一个就是原厂质量, 第二个是全系列所有车辆均可运用马勒产品, 第三个是全球服务, 总而言之, 马勒对质量是永远不会妥协的。”

马勒: 对质量永不妥协

◆文/本刊记者 胡凯溶

Automechanika Shanghai 2012展会上, 马勒贸易于2012年12月11日召开了新闻发布会, 介绍了空调滤清器、适用于车辆小型化的涡轮增压器和缸套组件等新产品。据马勒售后全球总裁Arnd Franz先生介绍, 为了使产品可用性更吸引客户, 马勒不断推出新产品, 提高客户满意度。目前除了滤清器、活塞、活塞环、缸套组

件、气门、轴瓦等产品外, 即将提供新的产品系列, 包括覆盖率广泛的涡轮增压器和空气压缩机等。此外, Arnd Franz先生还表示马勒售后会继续加强对零配件市场和维修店的营销手段, 为客户提供更全面的的服务, 如开展马勒产品培训会以及其他品牌合作开展针对维修人员的“超能技师”培训项目等, 进一步鼓励和稳定维修

厂和贸易商的业务。

“马勒售后集团覆盖了全球主要汽车售后市场, 而中国市场是非常重要的, 2005年12月12日, 成立了马勒贸易(上海)有限公司, 全面负责马勒在中国售后市场的业务, 为中国用户提供安全可靠且快速的原装品质零部件。马勒贸易服务于超过1亿汽车保有量的中国市场, 到2020年末,



马勒售后集团总裁 Arnd Franz

这个数字将会上升至2亿。”Arnd Franz先生说道,“在过去的几年中,马勒售后投入了巨资扩大产品范围,改善自动化的仓库基础设施,去年中旬,还在新加坡设立了亚太物流中心,这将为东南亚地区提供更优化的物流管理。”

“除物流之外,马勒还有一项非常重要的活动——打假。过去几年中,马勒在中国共进行了37次打假行动,以此不断向市场证明,对于侵犯商标和专利的行为马勒是不能容忍的,正是这种‘零容忍’的政策,共查获涉案价值超过760万人民币的假货。现在马勒商标已经在海关备案,如果有人

出口假货的话也会马上被查获。在这方面马勒还会进行更多的投入,保护客户不受假货的侵害。打假会在全球范围持续下去,马勒的原厂品质是我们的战略和原则,我们保证客户会一直使用这种原厂品质的产品。”Arnd Franz先生坚定地说,“马勒的售后市场有3个关注点,第一个就是原厂质量,马勒产品的设计、制造都是按照原厂标准进行的,第二是全系列所有车辆均可运用马勒的产品,第三个是全球服务,即在全球任何地方均可获得马勒的产品和服务,如果将这些总结起来,那就是质量,在马勒看来,质量是永远不会妥协的。” M

“密特电子作为行业内技术领先并持续创新的企业,将继续致力于产品技术的创新,并不断找出降低成本、提高效率以及提供更好服务的方法,力争做好行业内的标杆企业。”

李政梁:“密特电子将持续专注于蓄电池管理技术的创新”

◆文/本刊记者 姜曼

在业界,密特的蓄电池、电路系统诊断以及充电设备是性能稳定、质量可靠的标签。在蓄电池管理领域,密特电子拥有超过25年的经验,并且保持着行业领先、持续创新的传统。

在Automechanika Shanghai 2012展会现场,密特电子(深圳)有限公司大中华区营销总监李政梁告诉记者,密特电子本次是第一次参加Automechanika Shanghai展会,密特电子希望通过参与本次展会,与领先的汽车制造商、分销商和售后市场零部件与服务供应商加强合作,不断找出降低成本、提高效率并提供更好服务的方法。李政梁说:“Automechanika Shanghai是侧重于售后市场的一个展会,而密特电子的产品属于汽车维修工具范畴,由于目前公司在国内的配套覆盖率已基本完成,所以,当前正在全力主攻售后市场。对于正在迅速崛起的中国和亚洲汽车市场,密特电子致力于帮助不同地域的客户可靠、高效地管理他们重要的蓄电池资源。”

电导是决定一个蓄电池传导电流功能

的重要电气测量指标。李政梁介绍说:“密特电子是世界上首创使用电导技术进行蓄电池测试的厂家,这是每个‘Midtronics’蓄电池分析仪和诊断充电器的核心。密特电子的电导技术经全球认可,是世界上绝大多数汽车制造商蓄电池索赔的必备工具。”从李政梁的讲述中我们了解到,电导技术的优势在于,其在任何场合都可以安全使用,并能在短短几秒钟内精确测量一个蓄电池的健康状况。另外,方便快捷的菜单和人性化的操作界面,能够轻松地排除失效电池,减少误判,提高蓄电池和电路系统诊断的效率和精确度。

对于一个企业来说,不断创新是其发展的动力,也是为了更好地适应当前激烈的市场竞争。如果企业能够适时地推出创新、实用的新产品,那么必将占领市场先机。本次展会,密特电子带来了全球第一款锂电池模块均衡器GRX-5000EV和全球第一款锂电池组均衡器GRX-5100EV,其能够对锂离子蓄电池模块(或蓄电池组)在最短时间内进行安全的充放电。如果锂电



李政梁在密特电子展台现场

池中某些蓄电池模块失效,则需要对其进行维护。在用新的蓄电池模块更换出问题的模块时,在安装前这些蓄电池模块需要处于正确的充电状态,达到和其他组别电池的一致

李政梁表示,“我们希望通过此次展会提高汽车制造商和维修站、电池制造商和销售商在蓄电池预防性维护、保修管理等方面的意识和认知度。并将一直致力于蓄电池管理技术的创新,做好行业内的标杆企业。” M