



谈到在中国市场的未来战略,日联汽车零部件贸易(天津)有限公司(以下简称“日联汽车”)董事总经理矶谷俊辅表示,随着日系汽车在中国本土化生产的深入,日联汽车将着力开发、引进适合中国市场的产品,比如,为了满足中国市场产品多元化的需求,日联汽车推出了电装“DENSO”之外的第二品牌“J-WORKS”产品系列。矶谷俊辅说:“日联汽车是零部件生产厂家与销售公司紧密结合的产物,所以我们更能提供适合车辆与市场的高品质零部件。”

## “我们是综合零部件销售公司”

——专访日联汽车零部件贸易(天津)有限公司董事总经理矶谷俊辅

◆文/本刊记者 马骏

记者:在中国市场上,大家对于日联汽车销售的电装品牌非常熟悉,然而对于日联汽车却了解不多,您能否详细介绍一下日联汽车?

矶谷俊辅:日联汽车成立于2004年8月,是一家电装销售子公司,主要业务是面向中国独立售后市场提供电装品牌的产品,并经营一部分三菱、日立品牌的产品。目前,日联汽车在中国设立了34家一级特约网点、160家二级销售分销点。

自成立以来,日联汽车建立了完善的“J-WORKS体系”营销网络,公司旗下集结了以电装为主的零部件产品,以及日联旗下J-WORKS品牌的产品。今后,日联将强化日本电装的产品销售,同时也将与其他优秀的OE配套厂紧密合作以丰富产品结构。

记者:在不断完善营销网络的基础上,日联汽车最近几年有哪些重大举措?

矶谷俊辅:日联汽车以建立与经销商相互信赖、共同发展的合作关系为目标,是零部件生产厂家与销售公司紧密结合的产物,所以我们能提供更适合车辆与市场的高品质零部件。

2012年,日联汽车逐步完善了物流系统,在中国建立了3个仓库,管理系统的广泛运用使产品的交货期相继缩短。2013年,日联开始同经销商联合独立维修厂进行更深层次的合作,共同开展了“J-WORKS汽车保养之家”项目。2014年,日联汽车将开展网上销

售业务,这意味着我们将直接面对车主,为车主提供便捷、及时的零部件销售业务。

当然,网上销售只是我们传统经营方式的一个补充,希望市场不要对此产生误会。日联汽车需要联手各地的经销商一同发展,这才是最重要的。

记者:日联汽车在2013年推出“J-WORKS汽车保养之家”是基于哪些考虑?

矶谷俊辅:中国汽车行业在近10年来获得了井喷式的增长。但是,在汽车市场高速发展的同时,也出现了假冒伪劣等不良现象,很多车主花了高价钱却无法购买到品质放心的零部件和维修店服务。针对这一市场难题,为保障车主能够用到安全、可靠的零配件,日联汽车决定与独立维修厂合作,通过一定的筛选后运作“J-WORKS汽车保养之家”特约授权安装店项目,为中国后市场提供更丰富的汽车维修服务和零部件产品。

记者:您怎么评价零部件市场上不断涌现出假冒伪劣产品这一现象?日联汽车对此有无具体应对措施?

矶谷俊辅:对于假冒伪劣这一市场现象,我认为政府应推出各种措施来有效打击与制止。假冒伪劣是一个很严重的问题,虽然电装连同中国的有关部门一直在打击不正当经营者,但一直都没有找到有效解决途径,可谓收效甚微。

日联汽车当前的对策是在产品出库时

粘贴防伪标识,希望这样能给市场带来一定的改善。不管怎样,日联汽车的经销商是我们销售网络中的一员,是不会涉及假冒伪劣产品的,是可以信赖的合作伙伴。

记者:有人认为,当前国际汽车零部件企业深入中国市场的步伐在不断加快,同时还积极向中低端市场扩张。日联汽车是否也有类似的市场策略调整?

矶谷俊辅:日联汽车经营的大部分零部件是高品质的电装产品,但是其价格对于一些车龄较长的车来说可能偏高,因此我们在保证电装品质的基础上,还推出了价格较为便宜的电装第二品牌“J-WORKS”。

我们希望,通过同时面向中国后市场推出DENSO、J-WORKS这两个品牌,可以满足车主对零部件的不同需求。

记者:汽车工业的发展可谓日新月异,您认为零部件企业应如何适应这一趋势?

矶谷俊辅:随着汽车技术的高度集成,一旦在混合动力车、纯电动车成为市场主流后,汽车修理技术、诊断工具及汽保设备也将发生巨大变化。对此,电装将提供针对性的服务团队,今后与日联汽车的联手也会更加明确。

日联汽车是一家综合零部件销售公司,我们不仅提供零部件产品,也会承担起零部件产品的安装及设备支持等责任,为中国市场提供高品质的产品和服务。■