

蔡俊: 中国制造能力正在提升



中一汽保集团上海营销管理中心总经理助理蔡俊

谈及Automechanika Shanghai 2013, 中一汽保集团上海营销管理中心总经理助理蔡俊说道, “我在汽保领域从业19年, 从最初国内企业摆地摊参展到做室外展再到如今在室内与国外企业同台竞技, 中国汽保企业的规模和状态体现了中国汽保行业

的成长, 不论是展位布局还是展台设计都充分展示了中国汽保的形象。”

面对日渐成熟的中国汽保业, 产品种类日渐增多, 如何选择适合自己的产品, 蔡俊做了如下解答: “购买产品首先要看产品的性能, 用户要根据实际的维修数量以及自身维修或保养的需要选择产品, 在考虑价格因素时也要把产品的后续即维修保养的费用考虑进来。另外, 产品的安全非常重要, 一旦出现安全事故, 小到设备损毁, 大到人身安全, 对汽保行业的冲击力很大, 很多用户都吃过苦头, 我提醒维修行业的朋友们要综合考虑, 选择适合自己的、能够带来增值价值的产品。”

中国人对价格比较敏感, 在采购时对价格考虑偏重, 与生活水平、消费理念有关, 汽保行业也是如此。“我们提出‘性价比’的概念, 引导用户选择性价比高的产品, 俗话

说‘只有错买的没有错卖的’, 一味考虑价格的低廉而不考虑他配置要求, 最终受损的将是用户。中一汽保引导行业合理消费, 生产价格、性能、配置都能满足用户需求的产品。”蔡俊说道, “事实证明, 现在自主品牌产品的使用率已经逐渐提高。”

国际市场对中国产品的质量一直持有偏见, 最近几年得到了改善, “我们要让世界用户不只看到中国产品的价格优势。目前, 中国产品的制造水平不断提升, 特别是近五年, 制造水平发生了质的变化, 很多企业由人工操作的状态转为流水线生产, 以中一汽保为例, 我们基本实现了流水线作业, 烤漆房年产量5000台, 举升机60000台套, 这是中国制造能力提升的一个侧面体现。目前国内主流厂家在技术、知识保护和创新能力方面有了长足的进步, 这是中国汽保人值得骄傲的地方。”(文/胡凯溶)

徐向民: 提供性价比足够高的产品

深圳市元征科技股份有限公司在Automechanika Shanghai 2013推出很多新产品, 比如X-431 PRO等, 常务副总监(海外市场)徐向民介绍到, “X-431 PRO采用安卓操作系统, 可以和手机、平板电脑搭配使用, 以往诊断设备的软硬件通常捆绑销售, 需要一次性购买上百种软件, 现在客户可以根据自己的需要选择相关车型的软件, 不需要一次性投入过高的成本, X-431 PRO目前在全球市场进行推广, 已经取得不错的销售业绩。”

不需要投入过高的成本, 不仅满足价格敏感型客户的需求, 对于预算充足的公司来讲, 也可以在满足需求的前提下使其尽快收回成本。“大品牌价格高, 但这不是绝对的。”徐向民说道, “与国外同行相比, 元征还比较年轻, 但是品牌的知名度、数据覆盖深度都是足够的, 在产品质量上, 我们向国

际知名品牌看齐, 但是价格我们并不打算这么做——元征立足于中国国情, 在产品价格上要让中国企业承受得起。”

徐向民强调, 元征控制产品价格但不压缩技术含量, “我们在中国开发250多个软件, 可以测量数千个车型, 覆盖的深度和广度甚至连一些老牌欧美企业做不到。而且我们通过创新的精神, 解决技术通讯的难题, 将平板电脑、手机作为解码器, 是其他品牌没有的。我们向消费者提供性价比足够高的产品, 可以满足客户日常所需, 并且使其较快收回投资成本, 这不仅仅是中国市场需要的产品。我们的目标是接近最好水平, 但是价格都能承受得起。”

“国外品牌的检测设备针对国产车型的诊断相对弱一些, 而元征正好利用了这个优势, 为奇瑞、哈飞、吉利、长安、长城等自主品牌提供原厂设备。但是我们的研发是基



元征科技常务副总监(海外市场)徐向民

于全球市场的, 在不同市场都投入工程师研发当地的车型。对于国际的展会, 我们都是以LAUNCH的名义参展, 向大众灌输中国品牌的形象, 虽然现在中国制造在国际市场比较吃亏, 但是元征正在迎头赶上。”徐向民的眼神非常坚定。(文/胡凯溶)