

倪路: 深耕细作中国市场



天合中国区售后总监倪路

在Automechanika Shanghai 2013上,天合提出了“安全专家”的口号,这个口号的具体意思是将制动、悬挂和转向三个系列的产品组合成一个新的概念,叫“转角模块”。

天合是业内唯一一家可以提供汽车转

角进行模块的厂家,“转角模块”里的所有产品都由原厂或有OE工厂背景的有能力的厂家制造。作为全球制动系统领军企业,天合再三强调产品的高品质。由于其强大的OE的背景和技术能力,天合所有的产品都符合或高于OE的标准。

据天合中国区售后总监倪路介绍,到目前为止,天合在中国除了西藏的省份都建设了经销网络。在全国汽车保有量前50名的城市里,天合进行了100%的经销网络覆盖。他坦言,由于预测中国汽车后市场零部件的采购大潮正将到来,中国汽车的平均车龄即将到四年,而四年是一个很重要的时间节点,在这个时间点上,天合大部分“转角模块”的产品将在市场上产生大量需求。因此,天合的下一步策略将是进一步加强对已有经销网络的深耕细作,对产品进行深度的推广,包括渗透到终端客户。

倪路告诉记者,天合在中国市场的投入是很大的,因为从新车保有量来看,中国已经是世界上最大的市场。所有的汽车制造商都是在中国市场竞争,这是显而易见的。天合作为全球领先的零部件供应商,也有在中国汽车后市场扎根的坚定决心。

谈及中国汽车后市场行业智能化的发展趋势的问题时,倪路表示虽然天合在智能驾驶的技术上有所投入,但是由于智能驾驶涉及到很多的政策、法规、风险,所以只有在得到彻底保障后,天合才会将智能驾驶的理念引入到实际中来。

最后,倪路总结到目前天合的技术研发理念还是会相对集中在可靠、安全、环保、效率等方面。无论汽车后市场行业将来的发展趋势如何,所有的驾驶维修都不会离开安全这个核心概念。在安全模块方面,天合会始终扮演一个重要的角色。(文/彭蓉霞 M)

陈羿伦: 台湾卡力欧只走精品路线

在Automechanika Shanghai 2013展会上,台湾汽保设备制造商台湾卡力欧在W4馆偏居一隅,既没有光彩炫目的展台布置,也没有喧嚣火热的产品推广,几台举升机静静伫立于斯,低调、朴实。

成立于1977年的台湾卡力欧,初期仅致力台湾市场,虽然建厂已逾35年,但至今仍专注于举升机的生产与销售,即使在2000年投产了全自动生产设备,台湾卡力欧也没有扩大产量。目前,台湾卡力欧年产举升机约5000台,这对大陆庞大的汽保市场来说甚至显得有些微不足道。

“我们立足市场靠的是品质而非产量。”台湾卡力欧集团执行长特助陈羿伦说,“自投产第一台举升机起,台湾卡力欧就坚持走精品路线,我们追求的是品质,而一旦扩大生产与销售规模,就无法保证产品品质,也无法兑现‘为客户提供优质售后服务’的承诺。台湾卡力欧力求稳步发展,希望通过用精

品策略向高端维修市场渗透,通过树状销售方式,利用口碑相传去影响和赢取新客户。”

“树状销售方式是否会使市场发展速度过度放缓呢?大陆有很多人这样问我。”陈羿伦说道,“多年来,我们一直不断努力稳定品质与自动化生产水平。在台湾市场,卡力欧举升机市场占有率达80%以上。这都是通过我们在客户端建立信赖感与安全感,通过客户口碑相传达到的市场效应。”

那么,如何做到为市场提供都是精品呢?据陈羿伦介绍,台湾卡力欧从产品研发,到原材料采购,再到生产加工,均有严格的管控体系并百分之百自主施行,拒绝外包。“比如钢材采购,台湾卡力欧均直接从钢铁公司购买,从不通过经销商渠道,这样,材质质量就有了保证。在研发和生产阶段,台湾卡力欧亦由企业高层直接管控,公司通过这种扁平化的管理实现了对设计与生产环节的有效监管。”

2012年,台湾卡力欧进入大陆市场,至



台湾卡力欧展台

今主要面向高端车型的特约维修站提供设备与服务。目前,台湾卡力欧在大陆已有一家位于上海的经销商,其他地区的经销网络正在开发与建设之中。“我们对发展经销商队伍非常谨慎,毕竟经销商是协助我们做好售后服务工作的重要一环。对台湾卡力欧来说,售后服务甚至比销售更为重要。为了提供更好的售后服务,我们要求经销商定期派技术人员到台湾总厂接受培训。总之,只有做好售后服务,台湾卡力欧的产品品质才能得到保证。”陈羿伦说道。(文/马骏 M)