

在2006年中国汽车消费出现第一轮爆发式增长以来,当前及未来几年被认为是国内汽车后市场的黄金时期。面对如此绝佳的发展机遇,第二次参展Automechanika SHANGHAI的美国辉门公司有何市场策略?本刊记者在展会现场采访了辉门(中国)有限公司中国售后市场总监陈炜春先生。

## 陈炜春: 辉门将力争品牌建设与销售增长稳步同行 文/本刊记者 马骏

记者: 2011年中国汽车后市场发展迅速,能否透露一下辉门近一年来的市场斩获以及未来的市场发展重点?

陈炜春: 辉门在2011年实现销售稳步增长,这得益于中国汽车后市场的整体环境向好,也得益于辉门长期的品牌建设,特别是辉门养护品的两大品牌菲罗多(FERODO)和冠军(CHAMPION)这两个品牌的建设。实际上,这两个品牌的建设不仅仅在流通领域,在终端领域如维修厂甚至车主都非常了解。在品牌建设方面,我们也会不断加强力度,使辉门的品牌建设和销售增长稳步同行。

记者: 中国后市场持续向好,辉门是否会因此加大新产品开发的力度?

陈炜春: 从我的了解来看,辉门的产品已经非常广泛了。我们未来的目标是把已有的产品、把有优势的产品做强做大,否则就会得不偿失。辉门将会围绕核心的产品、核心的技术、核心的业务,把现有的产品做强做大。

记者: 在本次展会上,我们可以看到与辉门产品线分布相似的企业非常多。在竞争如此激烈的市场下,辉门的策略是什么?

陈炜春: 我觉得竞争对手越多、越好,对辉门来说不是坏事,它能给我们压力,不然我们没有动力去发展。辉门是个百年品牌,旗下有20多种产品品牌,在每个产品领域都享有盛誉;2010年,辉门亚太技术和研发中心在上海金桥建成并投入使用,加强了本地化的技术优势,同时辉门产品主机配套能力和范围广,举例来说,制动产品菲罗多制动片为全球超过250种车型提供配套。品牌、技术和配套优势是我们后市场发展的基石,2012年辉门的发展策略就是将这些核心优势体现到产品和服务中。

记者: 很多业内人士都认为,车主对零部件的消费行为是依赖型的,而对于养护用品的消费却

是自主型的,在网购日益普及的情况下常常会去一些B to C网站购买。你是否注意到这一现象,并在未来考虑在销售渠道上做出针对性的划分?

陈炜春: 非常好的问题,实际上这也是辉门在考虑的。当前国内汽配市场是非常分散的,全国有几十万家的小的零售店,全国各地各个大城市都有汽配城,而且这些汽配城是越搞越大,越做越多。那意味着什么?它将对后市场的销售渠道进行整合,会把这个渠道中一些分散的资源整合到一起。我相信未来两三年会发生很大的变化,一些小的维修厂甚至稍大的批发商都会被淘汰,零售店会慢慢整合成连锁性质的。到那个时候,整个售后市场的品牌效应也会凸显出来。

至于B to C,我非常同意你的观点,越来越多车主会通过网络选择汽车用品和养护品。这就需要我们把品牌做到终端。把品牌做到终端的方式有很多,但我觉得做大型的电视广告等方式不合适,那什么合适呢?通过一些DIFM(do it for me)网络,类似快修店、快修连锁店这样的网络去带动产品效应,这就需要我们做好授权工作。

记者: 我有一个疑问,就是辉门品牌众多,那品牌管理和宣传会不会出问题?对于消费者的认知是否也存在难度?

陈炜春: 不瞒你说,我来辉门以后一直在考虑这个问题。我也很明确地与同事沟通,希望未来的品牌策略就是归纳。如果把辉门比作一把伞盖,那么伞盖下面的分支就是各产品品牌,以后我们要突出的只是辉门。具体产品品牌是辉门品牌下面的一个子品牌,以后所有的产品包装、外箱、外壳全部都是辉门的。但是到产品里面,具体产品上面有一个子品牌,这是我们的一个标准。

记者: 我注意到你昨天陪同骆家辉大使参观了辉门展台,能透露一下跟他都做了哪些交流么?



陈炜春(左1)陪同骆家辉参观辉门展台

陈炜春: 谈到昨天跟骆家辉大使的交流,我最深的印象就是骆大使非常平民化,是一位非常平民化的大使官。在辉门展台,骆大使告诉我,他非常喜欢自己动手修车,也自己换一些小配件,但是他不换机滤,因为没法将汽车提升起来。他还说有一次换零件的时候把结婚戒指磕了一下,同时还把手上的戒指给我们看。我和辉门的同事向骆大使介绍了辉门在国内的投资情况以及产品和市场销售情况,当他听我们介绍到冠军品牌时,他说:“原来冠军是你们的呀,我在美国都是换冠军的火花塞”。当我们介绍到瓦格纳制动片,他说:“瓦格纳制动片我也知道,我都用你们的”。总之,我觉得骆大使非常喜爱汽车,也喜欢自己动手呵护汽车。

记者: 展会临近尾声,请你谈谈本次参展的印象吧。

陈炜春: 在参观Automechanika SHANGHAI之前,我参观过法兰克福展,那是业界最为权威的展会,很多国际品牌都参加,几乎涵盖了后市场上所有的企业,包括汽车维修、美容、装璜、汽保、改装等。我觉得有一点比较突出的就是,辉门在去年进入这个展会以后,带来的效应是非常明显的。我想,会有越来越多的企业参与Automechanika SHANGHAI,辉门也会继续参与这个展会,因为这是宣传品牌形象的重要工作。M