

2011年12月7-10日, 亚洲规模最大的汽车零部件、维修检测诊断设备和汽车用品展览会 Automechanika SHANGHAI 2011在上海新国际博览中心拉开帷幕。Automechanika SHANGHAI 为Automechanika品牌展会在中国的延伸。自1971年首创以来, Automechanika品牌展会已经走过了40个年头。如今, Automechanika SHANGHAI已经是第七次在上海举行, 据主办方介绍, 本次参展商数量及展出面积再破纪录, 共有36个国家和地区的超过3600家参展商参展, 近6万名来自全球各地的观众共同见证了本届展会的盛况。

全球汽车后市场相关行业人士的目光, 因此聚焦于Automechanika SHANGHAI 2011, 聚焦于庞大的中国汽车后市场。

automechanika SHANGHAI 2011 全球目光聚焦中国后市场

文/本刊记者 马骏



焦点一: 知名品牌的首秀

随着Automechanika SHANGHAI 品牌影响力的不断扩大, 本届展会除了众多知名企业一如既往地踊跃参展外, 还引来了许多知名品牌的首秀。这些品牌涵盖了零部件、汽保、汽车用品等方面。

由印度汽车零部件制造商协会ACMA和印度工业联合会CII共同组织的印度展团, 以及由日本贸易振兴机构JETRO组织的日本展团均为首次组团参展。

首次亮相的零部件与组件企业有阿菲尼亚、阿文美驰、北汽海纳川、长安汽车、兵器工业、美国德纳、康迪泰克、东风康明斯、大陆汽车、菲比、福莱斯乐、凌云、马勒、曼胡默尔、NTN、松下电工、飞利浦、天合、万向、玉柴、采埃孚、博格华纳、长城汽车、岱高、德尔福、舍弗勒、雷沃动力、信义、金麒麟、正裕工业、骆氏企业等; 汽保设备企业

有固瑞克、博世、通润、马哈、普硕气动、阿波罗、金奔腾、斯必克、史丹利、久良诺、凯驰、中大、科吉、猛虎、汉尼诗及伟奇克兰等; 而本届展会新设的汽车用品版块, 则吸引了嘉实多、依工、山水音响、布雷博、标榜、车仆、德国力魔、EGR等知名品牌。

作为国际知名展会的品牌之一, Automechanika SHANGHAI在过往举办的6届展会上, 观众数量节节攀升, 本届展会一如既往地延续了这一趋势。对此, 中国汽车流通协会有形汽车市场分会常务副理事长苏晖认为, Automechanika SHANGHAI人气持续旺盛, 除了展会本身作为行业服务平台在业界具有巨大的影响力之外, 还在很大程度上受益于中国汽车销售市场以及汽车后市场的强劲增长。苏晖说:

“2011年中国汽车产销量可能冲破1800万辆, 尽管增幅不高, 但基数巨大, 有望连续

三年位居全球产销量第一。环视国内, 2011年与汽车后市场相关的展会层出不穷, 市场反响都比较热烈, 这充分说明中国汽车后市场越来越受到重视, 其影响力也越来越大。而Automechanika SHANGHAI更是因其国际化背景深受海内外展商的特别关注, 说明中国汽车后市场潜力非常巨大。”

法兰克福展览亚洲控股有限公司董事总经理鲍思丰(Stephan Buurma)表示:

“Automechanika SHANGHAI市场反应持续良好, 除了展商一如既往地踊跃报名外, 此次新增的‘再制造’、‘新能源’等主题也吸引了众多优质的合作方, 如汽车零部件再制造商协会APRA、德国亚琛大学汽车研究院等; 同时, 全球范围内的学界权威、知名企业的高管等也分别亮相各高质量的现场活动, 这都标志着Automechanika SHANGHAI的行业影响力日益扩大。”



法兰克福展览亚洲控股有限公司
董事总经理 鲍思丰



中国机械工业集团有限公司
副总裁 王松林



中国汽车流通协会有形汽车
市场分会常务副理事长 苏晖

焦点二：“新能源”与“再制造”

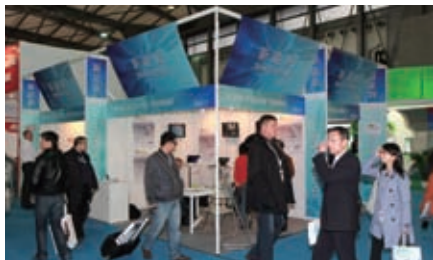
在国家“十二五”规划中，节能减排被提到了重要的议事日程。作为在业界具有广泛影响力的盛会，Automechanika SHANGHAI 2011 首次设立了新能源与零部件再制造专区，旨在推动相关新产业在中国的加速发展。

新能源专区和零部件再制造专区在举办之初便受到多方支持，包括汽车零部件再制造商会APRA、中国物资再生协会CRRA以及同济大学汽车学院、奥地利可持续动力协会和菲律宾电动车协会等。同时，Automechanika SHANGHAI 2011还在展会现场设立了中国汽车产业发展成就区，集中展示了中国汽车工业近50年来的发展轨迹以及丰硕成果。

聚焦新能源专区和零部件再制造专区，其开设的初衷是什么呢？鲍思丰告诉记者：“众所周知，节能减排与发展新能源汽车



零部件再制造专区



新能源专区

是近年来中国政府大力扶持的产业项目。对于新能源汽车的发展之路，目前世界各国都在积极探索。我们拥有Automechanika SHANGHAI这样一个很好的业内服务平台，期望能够聚集政、商、学各界的知名人士，在中国新能源汽车及配套产业发展论坛上各抒己见。同样，零部件再制造作为一种高效的节能方式，近年来在全球市场得到了非常迅速的发展。在欧洲，每年再制造的汽车零部件超过2000万件，而中国在这一领域的起步相对较晚，我们此次有幸能与美国汽车零部件再制造商会和中国物资再生协会再制造专业委员会合作，在展会现场开设零部件再制造专区，希望通过论坛和展会，能够引起业界对再制造产业的广泛关注与热情参与。”

焦点三：盛装亮相的展台

借助Automechanika SHANGHAI 2011这一上佳的产品展示、贸易洽谈的平台，3600多家参展商均在现场展现了其先进的产品、技术及解决方案。在展会现场，我们看到众多国际知名品牌盛装亮相。

博世在本届展会上首次展示了旗下汽车售后市场业务的整体解决方案。通过这一专业采购平台，博世向汽车企业与终端消费者展示了集“配件+诊断+服务”于一体的售后市场业务理念，其全系列零配件、专业检测设备以及专业服务网络能够同时满足独立汽车售后市场和主机售后市场的广泛需求。博世是此次参展规模最大的参展商，室内外展出总面积达554平方米，分为“博世汽车售后业务整体解决方案展示”、“仿真维修站体验”、“百斯巴特-大众高精度诊断设备”和“台湾扬弘集团零部件”四大区域。

售后市场业务的整体参展使博世在展会上备受关注，博世中国汽车售后市场副总裁郑兆和先生表示：“中国汽车保有量目前跃居全球第二，汽车售后市场也借此契机得到快速发展。早在1926年，博世在华首家汽车维修站就落户上海，博世汽车售后市场业务就此根植中国本土。基于持续创新和长期的业务积累，博世汽车售后市场业务致力于为汽车制造商、贸易伙伴、维修站以及汽车驾驶者提供整体解决方案。”

舍弗勒重点展示了两大整套更换维修解决方案LUK双质量飞轮离合器套装和INA正式套装。其展区的另一大焦点是FAG创新研发的断面花间轮毂轴承，特点是结构更简单、扭矩储备更充裕而且安装更为简便，是当前世界轮毂轴承技术领域最新技术。舍弗勒贸易(上海)有限公司汽车售后中国区总监顾钧表示：“我们希望借Automechanika SHANGHAI平台，大力展示舍弗勒售后领域最新的汽车零部件产品和维修服务理念，进一步推动中国汽车后市场的发展，加快中国汽车后市场与国际接轨的步伐。”

Brembo公司重点展示了其新系列制动片产品——新紫外线喷涂制动片。紫外喷涂给予制动盘明显优于传统喷涂的保护，以及更具有吸引力的外观，体现了Brembo公司对于环境保护的重视。Brembo中国售后市场亚太区经理果巍女士表示，“Brembo公司本次是第二次参展，我们带来了最新的技术和产品。我们参展的目的是提高Brembo品牌在中国市场的形象和影响力，为客户提供更多的选择。”

飞利浦汽车照明事业部首次参展，就带来了新型移动车载空气净化器四款创新产品。飞利浦汽车照明事业部展台工作人员告诉记者，飞利浦参展旨在向外界传达一个讯息：那就是飞利浦除了可以提供良好的汽车光源外，其大力研发的车载移动产品同样可以为驾驶员提供安全、舒适、健康的驾驶环境。

采埃孚是一家专业的汽车传动与底盘技术供应商，一直致力于创新科技的研发、优质产品的制造以及领先技术的应用。此



舍弗勒展台

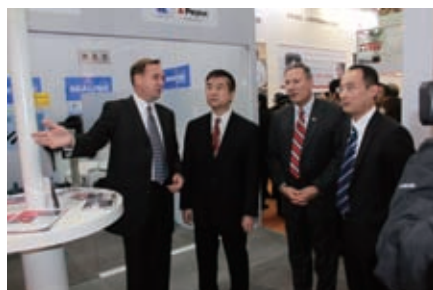
次展会上, 采埃孚重点展出了行驶经济的ZF自动变速器, 其特点是经济性好、操控便捷、安全可靠, 适用于箱式货车到重型卡车等各种用途的商用车辆。据采埃孚展台人员介绍, 近年来, 采埃孚在中国开拓了许多新的领域, 如为新一代城市公交车提供转向系统、自动变速器和空气悬挂系统等, 让中国的公交车无论从技术上还是舒适性上都得到了很大提升。目前, 采埃孚已经在国内建立了完善的销售及服务网络, 拥有强大的技术支持队伍和全方位的服务能力。“我们为用户提供最佳的解决方案, 如何让产品的价值最大化, 这才是最重要的。汽车技术的发展日新月异, 价格并不是衡量产品好坏的唯一标准。”这位人士告诉记者。

康迪泰克在本届展会上呈现的核心理念是实现一流技术与全面服务的有效结合。作为众多经销商与厂商的合作伙伴, 康迪泰克在传动带领域拥有111年生产经验, 在空气弹簧生产领域拥有55年生产经验, 致力于通过个性化的解决方案为客户日常工作提供支持, 范围涵盖尖端技术产品、专家建议以及丰富的网络信息。康迪泰克在展会上还展示了工厂用安装辅助设备TOOL BOX Asian Cars, 该产品特别适用于亚洲汽车, 可确保同步带更换达到专业水平, 并可帮助机修工避免出错。

焦点四: “大使来了”

12月8日上午, W1馆入口处, 随着一位观众“大使来了”的轻声嘀咕, 观众的目光瞬间聚集到附近几家美国公司的展台上。原来, 美国驻华大使骆家辉来现场参观Automechanika SHANGHAI 2011了。

骆大使先后参观了TRW、马勒、辉门、德尔福等几家美国公司展台。在辉门公司展台,



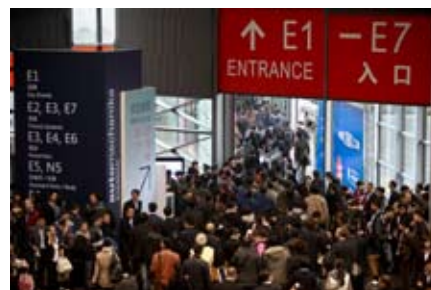
骆家辉(左2)在展会现场

辉门公司亚太市场营销副总裁彭仁达(Dale Pilger)、辉门中国售后市场总监陈炜春陪同骆家辉参观。彭仁达向骆家辉介绍了辉门在中国市场的业务情况、此次参展产品的亮点以及辉门公司目前面向中国市场的旗下各品牌的产品线, 骆家辉询问了辉门在全球的售后市场业务情况, 并对辉门在全球售后市场所占有的巨大市场份额感到惊喜。当得知辉门公司为中国提供的售后市场产品几乎囊括了后市场上所有的产品时, 骆家辉饶有兴致地与彭仁达、陈炜春等讨论了中国汽车后市场日渐成熟的市场形态, 并对辉门公司致力于协助和支持中国市场的终端消费者, 并向消费者提供市场教育等举措表示赞赏与认可。

大使亲临展会现场, 彰显了Automechanika SHANGHAI的业界影响力。作为展会的主办方之一, 中国机械工业集团有限公司副总裁王松林表示, Automechanika SHANGHAI是联系全球汽车零部件参展商、采购商的地方, 也是汽车行业技术人员相互学习、交流的场所。丰富多彩的展会内容向观众展示了中国汽车工业正在发生的变化, 让大家感受到国际汽车工业服务市场领域的脉动。王松林说: “Automechanika SHANGHAI 举办七届便达到全球一流展会的水平, 反映了中国汽车生产和消费已经步入世界前列。总之, Automechanika SHANGHAI是中德双方在汽车展会领域合作的成功范例, 我们期待更多来自海内外的朋友能借助这个平台分享经验、增进友谊, 获得进一步发展的动力。”

焦点五: 如何保持展会吸引力

最新官方数据显示, 截至2011年11月底, 我国汽车保有量突破1亿辆大关, 许多城市已经进入汽车社会。因此, 业内人士普遍



人潮涌动的展厅入口

认为, 未来3-5年将是中国汽车后市场的黄金时代。然而, 机遇往往与挑战是共生的。面对即将到来的2012年中国后市场, 苏晖便保持着一份清醒的乐观。在他眼中, 中国汽车后市场2012年的挑战将大于机遇。苏晖说: “2012年将是中国汽车后市场集中爆发的一年, 因为汽车三包政策在2012年上半年出台的可能性很大。而汽车三包政策的实施, 意味着中国汽车后市场一定会发生重大的调整和变化, 迫使汽车后市场产生结构性的调整与变化, 迫使制造商和经销商必须向后市场转移。”

一旦汽车后市场出现结构性调整, 博弈其中的汽配商、汽保商、汽车用品生产商乃至经销商们, 势必会对自身的市场营销策略做出相应调整, 他们对后市场上相关展会的需求也会发生变化。那么, 作为根植于汽车后市场的Automechanika SHANGHAI展会, 又有怎样的措施去强化品牌吸引力呢?

鲍思丰认为, 从历届Automechanika SHANGHAI成功举办的经验来看, 该展会除了得益于中国汽车及售后市场的强劲增长外, 还在很大程度上依赖于Automechanika SHANGHAI自身作为行业服务平台的规模与业界影响力。“Automechanika的母展是全球公认的成熟、完整、高质量展示平台, 而Automechanika SHANGHAI自从进入中国市场以来, 一直秉承着Automechanika母展的服务理念, 力求为行业提供完整、深入、优质的服务。因此, 在未来的几年内, 我们会根据市场的需求, 逐步达到展品结构平衡、展商与观众平衡、相关活动与展会平衡以及展会与行业匹配平衡。所有这些举措, 都是确保今后Automechanika SHANGHAI展会能够持续吸引参展商与观众的关键因素。”鲍思丰告诉记者。M