

华菱重卡以差异化战略异军突起 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/36/2021_2022__E5_8D_8E_E8_8F_B1_E9_87_8D_E5_c31_36850.htm 去年，受国家宏观调控政策效应的逐步奏效、因治理超限超载产生的购买力提前释放及清理小煤窑对运力需求的削弱等多重因素影响，国内重卡全行业陷入低迷，全年重卡销量下滑高达40%。同时，业界专家预测：不仅在未来的几年内，重卡市场难现2004年上半年的火爆，而且今年也不会出现大幅度增长。但是，正是在这个寒风萧瑟的冬季，实地走访安徽华菱汽车集团有限公司时，却感受到了一股别样的暖意。华菱重卡董事长兼总经理刘汉如接受采访时说：华菱重卡是一名2004年底才入市的新军，虽然恰逢全行业不景气，但却取得了良好的产销表现，并被业界称为去年重卡市场的“黑马”，表明了华菱重卡已顺利度过危险的襁褓期，正快速挺进国内重卡的主战场。谈到成功经验，刘汉如谦逊地表示：华菱重卡的横空出世，并不是要挤占谁的市场份额，而且希望能以差异化战略成为现有重卡市场的补充者。那么，如何理解华菱重卡的差异化呢？

差异化产品定位 华菱重卡从2002年筹办之初，瞄准了物流卡车向重型化、高端化发展的趋势，和当时国内大马力高端重卡市场高性价比产品相对缺乏的历史契机。于是，华菱重卡以差异化的产品定位，集中精力主攻30万元至70万元之间、300马力以上的大马力重卡。2004年10月华菱重卡正式上市，迅即凭借具有前瞻性的高品质产品，形成了良好的开局。在具体的市场开拓上，华菱重卡以差异化产品优势实现了替代进口、出口和自用三步并举的战略。首先，在技术和性

能方面，华菱重卡基本接近国际水平，但是价格却要便宜的多。例如，在同级产品比较中，华菱重卡的价格只分别相当于欧洲车和日本车的1/3和1/2。因此，华菱重卡的推出，无疑可以成为替代现行进口重卡的新选择。其次，华菱重卡在替代进口的同时，也凭借显著的性价比优势成为国产重卡出口新的生力军。去年3月，华菱重卡跨出国门。批量出口摩洛哥；8月，500辆华菱重卡出口阿尔及利亚的项目开始交车，并创下了同年我国重卡单笔出口量的最高纪录；12月，华菱重卡再次出口哈萨克斯坦。另外，华菱重卡还拥有一块比较大的“自留地”，即自用市场。业界众知，华菱重卡的兄弟单位安徽星马汽车股份有限公司，是国内最大的专用车生产基地之一，其生产的重型专用车也主要采用中高档重型专用汽车底盘，年需求量可观。据悉，去年星马汽车的需求量约占华菱重卡总销量的60%。可见，得天独厚的自用市场，在帮助星马汽车摆脱重型底盘长期依赖进口现状的同时，也为华菱重卡奠定了稳健发展的基石。差异化营销服务在华菱重卡参观期间，除了蓬勃朝气、井然有序的第一感官印象外，其作为一家新兴企业在先进设备投资上的一掷千金，也颇令人吃惊。从诸如日本川崎重工的5000吨油压机、13台焊接机器人及法国喷涂设备等昂贵装备投入上，可以看出华菱重卡“在质量上要做中国三菱”的雄心壮志。谈到决定市场成败的要素时，刘汉如强调说，质量是根，没有好的质量，企业不可能成功。同时，与家用轿车不同，商用车是运营商的赚钱机器，除了价格和质量外。未来取胜于市场的最终决定因素是服务，而华菱重卡适时推出的“110”服务理念。便是一张有别于同行的“王牌”。刘汉如补充说，商用车因故障异常

停运，对运营商而言就意味着利润的损失。同时，商用车用户不仅分布比较散，而且机动性比较大，轿车4s店模式满足不了运营商及时、就地排忧解难的需要。为此，华菱重卡自上市之初，便沿袭了星马专用车多年来成功的售后服务经验和网络，推出了“华菱110”的服务理念，其遍布全国的近60辆服务车、300人的自属服务团队随时待命，为客户提供快捷、细致、周到的新型主动上门服务。事实也证实了“华菱110”服务的最初设想服务可以创造市场、扩大需求。刘汉如表示：由于服务团队是华菱自己的队伍，其不以营利为目的，致力于为客户提供增值服务，不仅可以获得第一手的质量反馈，而且也有助于巩固市场、积淀口碑，进而产生了以服务促销售的良性效应。差异化自主之路 近来，提高自主研发/创新能力、打造自主品牌日益成为行业关注的焦点，同时，在今年1月召开的国家科技大会上，中央还将建设自主创新能力提升到国家战略的高度。那么，作为技术创新的主体，各相关企业如何摸索出一条适合自身的自主之路呢？对此，华菱重卡走出了一条成功的范例。刘汉如认为，在高度全球化竞争的中国重卡市场，依靠传统的合资、引进消化再引进等方式很难快速崛起，必须走差异化的自主之路。具体地说，华菱采取了“引进技术 自主创新 博采众长”多路并举的战略。在技术引进上，华菱与日本三菱汽车公司签订长达30年的技术协议，但不照搬图纸，而是在三菱技术的基础上，一方面结合中国重卡使用情况(如道路情况、物流业情况)进行技术改进和创新另一方面派出高端汽车人才赴欧美考察，开展比较分析、吸收各方长处，开发出更适合中国、东南亚和欧美道路使用的具有自主品牌的华菱产品。面对乍暖还寒的卡

车市场，刘汉如踌躇满志地说，首先，华菱重卡将继续做精做强现有产品；同时，今年年中，8至15吨中重卡新品将批量上市，以通过增加产品系列来扩大市场占有率；另外，今年年中，华菱重卡还将推出欧款牵引车和针对海外市场的右置方向盘系列车型……足见，健康、快速、稳健发展的华菱重卡。正在从一匹重卡“黑马”，茁壮成长为驰骋国内外卡车市场的“千里马”。100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问 www.100test.com