

# 市场低迷 工程机械代理商处境艰难期盼转型

■ 钟工

“我是一个农民,1980年出生在安徽乡下的农村。2008年,自己带着弟弟回家创业,从修理铺起家,2011年加盟某工程机械企业成为一名代理商。”安徽某知名工程机械销售有限公司经理陶乾坤在电话的那一头娓娓道来,向记者讲述了他的从业经历。

## “黄金十年”绕不开代理商

作为制造商与终端用户之间的纽带和桥梁,代理商与行业的发展息息相关,相互依存。上世纪80年代后期,国营、民营和私营等国内制造商开始采用直销与代销相结合的方式销售自己的产品。与此同时,一些外资制造商的亚太地区销售总部相继在中国建立办事处或分公司,在华销售其产品并开展售后服务,尤其是1992年后,工程机械代理商模式正式闪亮登场,并得到了迅速发展。

以2000年为分水岭的工程机械代理商销售模式登上历史舞台后,一路走来,并非一帆风顺。2004年的宏观调控,对国内市场、制造商、代理商产生了一系列的连锁反应,代理商也无法回避。

2008年全球性金融危机,使得工程机械行业高速增长的气势戛然而止,整个行业阴霾笼罩,代理商亦备受牵连。可是当4万亿元救市政策出台后,装载机等产品又继续一路高歌猛进了3年多。

二十几年风雨兼程,国内工程机械代理商一路走来,困境中不断发展,不断地走向成熟。提供增值服务、从销售供应商向服务运营商的转变、加强代理商自身品牌建设等等,工程机械代理商用不断拼搏、探索的精神,开辟一个全新的代理商时代。

陶乾坤认为,工程机械行业的“黄金十年”离不开代理商的贡献,而伴随着工程机械行业一路高歌猛进,冲锋陷阵在一线一线的代理商也尝足了甜头。尤其是在1995年以后,中国工程机械市场得到迅猛发展,代理商如雨后春笋般相继冒了出来,据不完全统计,在行业黄金期,工程机械行业中的代理商有些资产甚至一度超过了10亿元。

## 一线代理商危机重重

如今,中国工程机械代理商又面临着一次严峻的考验,这个考验依然是来自市场。2012年工程机械市场在寒冬中苦苦挣扎,代理商们是最先感受到冬天“寒”意的。中国工

在工程机械行业生态链中,有一个不常被关注的群体——代理商。他们身处市场一线,最直接最真切感受着市场带给这个行业的欢笑与泪水。未来,代理商洗牌在所难免,那些只注重短期利益、忽视品牌宣传、缺少创新精神的代理商终将被淘汰出局,但明确自身定位,走专业化之路的代理或许还有一线生机,转型进军后市场或许是一条生路。



程机械工业协会会长祁俊曾在行业报告中提及:“2012年以来的行业经济运行情况与2011年同期呈现巨大反差,大多数企业的资金情况和效益状况不佳,这是工程机械行业近十年来出现的一个困难。”

陶乾坤告诉记者,到了2013年,久盼的销售旺季迟迟没有出现,3月不旺,4月不火,“金九银十”也不复存在。2014年更是雪上加霜,冷到了冰点。站在2015年的年头俯瞰整个行业又是哀鸿一片,暮气沉沉。

代理商们急了。退出?还是坚持?一时间,陷入两难境地。

“收入下滑、应收账款过高、现金状况不乐观”等字眼频现各大工程机械企业的半年报中,犹如一把达摩克利斯利剑高悬在头顶。如今,已经与工程机械厂家几乎融为一体的代理商自然压力更大。

陶乾坤说:“目前行业最大的压力还是降库存,分期付款或者是减少首付带来的后续问题也在逐渐暴露,还有阴魂不散的二手手机问题更是让人头疼。”

陶乾坤告诉记者,以他接触到的周边代理商情况来看,部分代理商们依然战斗在一线,他们孤注一掷,迎接行业不可避免的洗牌,“对于代理商行业来说,现在的出路似乎只有一个字,那就是‘熬’”。

不作为,就是最大的作为?也有行业分析师不认可上述观点,认为在当前情况下,正是痛定思痛,革新转变之时。

业内分析人士指出,中国的代理商如何摆脱被动生存?代理商是否能通过更好的方

式独立自主发展?作为现代市场营销的精髓,代理商如何在这期间结合中国的特色市场,找出一套适合自身的经营模式,对于国内代理商而言意义重大。

## 进军后市场或是条出路

当下,在中国工程机械行业中,代理商依然属于一个相对“弱势”的群体;法律制度不完善;银行和租赁公司强势依旧,早涝保收;客户是大爷、厂家是老爷,时不时还得受点“夹板气”。

但是,在整个工程机械产业链中,代理商也有其最大的优势,那就是贴近市场与客户。设备维修、配件供应、租赁、二手手机流通和再制造,任何一环都离不开代理商。

业内人士认为,如此环环相扣,塑造代理商自己的品牌就成为被动为主动的一大契机。因此,工程机械制造商们应该趁此机会修炼内功,完善售后服务市场,进行人员的培训和准备。涉足后市场或服务类的角色或将有更大作为。

有些代理商因为起步较晚,所以相对于其他代理商,无论在公司规模、组织结构、人员素质、资金、实力还是管理水平、发展理念等方面都有一定差距。那就不妨借鉴一下国外的先进经验。

进军后市场,延展产品链正是国外工程机械代理商所做的。据调查,一台工程机械产品从经营到报废时,它的经营附加值超过这台设备产品价格的10倍以上,可见代理商

进军工程机械后市场空间巨大。

同时,工程机械产品的售后服务一直都在代理商的手中执行,主动权在自己。尽管目前市场不景气,但是维修服务就如同我们周围的医院一样,从来都没有门可罗雀的时候,过去十年飞速发展的行业留给代理商一个巨大的工程机械产品保有量,超出三包期的工程机械产品维修服务无疑是代理商走出市场困境的又一条明路。

除此之外,代理商还要有自己的品牌,这就不能只局限于代理业务,还要向与之紧密相关的物流、配送、培训服务、融资租赁等领域不断延伸自身业务。同时,代理商也可以借此完善、巩固自己的分销网络,拓展自己的市场。

还有,就是要专一,专注,不要贪图更多。中小型代理商如果还要在这个行业待下去,就必须想办法活下去。阿里巴巴掌门人马云曾经说过一句话,“今天很残酷,明天很美好,后天更美好,大多数人死在明天晚上,看不到后天早晨的太阳。”为了“能看到后天早晨的太阳”,中小代理商们如果有机会,就应该放下身段去做后市场;如果还要做代理,那么就要顺应时代的发展,响应厂家的号召,放下姿态,收敛胃口去做区域代理,精耕细作,养精蓄锐,等待机会。

另外,做小型区域代理也是不错的选择,可以多元化发展,这种多元化是指代理的品类,也就是做一些大家都不看重的东西,但必须是具有潜力的品类,不要和成熟代理商以及品牌硬碰硬,因为大家都耗不起了。

# 雷沃装载机产品 助力安哥拉 最长铁路修建

■ 惠聪

2月14日,由中方承建安哥拉最长铁路——本格拉铁路正式建成通车,这是继援建坦赞铁路之后,中国在海外修建的最长铁路。在铁路修建的过程中,雷沃装载机在填垫沼泽、加固路基、沙石土方、伐木、枕木搬运等重负荷工作中发挥了重大作用,成为铁路建设的主力军。

据了解,在安哥拉铁路建设中,从设计到施工全部采用了中国铁路的建设标准,建材、机械设备等全部在中国采购。中方承建公司相关负责人表示,在安哥拉近十年的时间里,参与铁路修建的机械设备中有80余台雷沃装载机。从使用情况来看,雷沃装载机无论在产品可靠性、作业效率还是燃油经济性,在诸多品牌中都名列前茅,在某些指标上已接近或超过了国际大牌。同时,福田雷沃重工常年派出服务人员进行跟踪服务,售后服务工作很到位,我们用着很安心。

福田雷沃重工相关负责人表示,雷沃装载机传承欧洲先进技术,力求配套资源与装载机整体设计的完美匹配,努力将整车的质量、可靠性做到最佳。同时,雷沃装载机时刻关注用户需求,根据客户需求及市场反馈的信息及时改善、提升产品性能与适应性。针对安哥拉境内沙漠多、气候干燥的特点,雷沃重工对装载机的空滤器进行了改良,有效增强了空滤效果,降低发动机早期磨损,提高了产品适应性,受到用户好评。

据悉,由雷沃装载机参与修建的本格拉铁路,未来将与安赞、坦赞铁路及周边国家铁路网接轨,实现南部非洲铁路的互联互通,形成大西洋与印度洋之间的国际铁路大通道。

# 2015 昆明安防展 将于今秋召开

■ 安通

为推动云南安防科技发展,拓展安防市场,营造更为和谐的社会公共安全环境,由深圳市安全防范行业协会、昆明市资讯产业协会主办的第五届“中国昆明泛亚国际公共安全产品博览会”定于2015年8月18日至20日在昆明国际会展中心举办。

本届展会以“安防走进千家万户”为主题,重点展示当前安防防范的最新技术、设备和理念,为国内外安防产品供需双方提供了一个资讯传播、技术交流和商贸洽谈的交易视窗,为安防企业提供一个亮剑争锋、展示风采、进军东南亚和南亚以及我国西南安防市场的最佳平台。展会旨在进一步促进云南省公共安全行业健康发展,加快和谐社会、平安云南的建设步伐,提高预防犯罪、打击犯罪整体装备水平,加速城市报警联网系统硬件和软件基础设施建设。

展会主办方表示,昆明安防展已成功举办四届,作为每两年一次的行业盛会,该展会平均每届参展企业超过220家,展位数超过400个,专业观众人流超过五万人次,历届安博会吸引了国内外上千家安防企业参展,得到中国电信、中国移动、中国联通、海康威视、中国安防、浙江大华、天地伟业、天津亚安、长虹电器、康佳电器、索尼、三星、JVC、派尔高、英飞拓等知名企业支持和各地公安、消防、司法、安监等单位的大力协助。

昆明具有较好的区位优势,再加上近年来国家大力支持云南全面建设面向东南亚、南亚桥头堡,对社会公共安全产品的需求关注度也将显著提升。

# 重庆忠州 国际汽摩机电城 正式开工建设

■ 王尚

近日,由重庆京投投资有限公司投资5.5亿元的忠州国际汽摩机电城项目正式开工建设。

该项目将建设中小企业孵化中心、商务休闲中心、汽车摩托车整车及配件交易平台、五金机电交易平台、家居建材产品交易平台,总建筑面积约25万平方米,总建筑面积24个月。

该项目建成投用后2-3年内,将入驻品牌类公司10家,经营商户100家左右,预计每年实现销售收入12-15亿元以上,年创税5000万元以上,解决就业人员约2500人。

# 振华重工成功研制国内首个集装箱移动式自动消毒设备

■ 矫建

近日,中交集团所属上海振华重工股份有限公司成功研制出国内首个集装箱移动式自动消毒设备,可在集装箱卸货的第一时间、第一地点对入境箱体表面进行预防性消毒处理,将可能存在的外来疫情潜在风险降至最低。

集装箱作为国际贸易的主要输送方式,通过箱体随带有害生物的风险日益增大。国内立法明确规定,来自疫区的集装箱要进行消毒。目前,国内口岸普遍采用两种集装箱箱表消毒方式,分别为堆区内的人工车载喷洒式与固定通道式,但在针对性、有效性、时效

性方面均不理想,动植物的疫情传播依然暗藏风险。

振华重工历时一年半,成功研制出的集装箱移动式自动消毒设备,汇集了自由移动转场、自动感应设备、自动喷雾系统、电脑监控等技术,仅需配备一辆车头,可将多套消毒设备进行自由转场。设备中的自动感应装置

能够自动检测集卡,并同步开启或关闭喷雾消毒装置;采用细雾喷淋技术,对集装箱的五个表面进行喷雾消毒,覆盖全面但药液用量少。同时,该设备对电动系统进行了优化设计,能够有效降低油耗,提升节能减排效果。

目前,该项成果已通过上海市检验检疫局审查,具有广阔的市场前景。

## 畅谈“新常态”下的创新和绿色发展

# 施耐德电气 CEO 赵国华出席中国发展高层论坛 2015 年会

■ 于丹

2015年3月22日,中国发展高层论坛2015年会在钓鱼台国宾馆举行。施耐德电气集团董事会主席兼首席执行官赵国华作为本届论坛的外方主席,与与会的嘉宾一起就大会主题“新常态下的中国经济”展开讨论,畅谈“新常态”背景下中国经济发展和产业转型,深入探讨创新和绿色发展在新一轮产业革命中的重要战略地位。

在呈现:在创新方面,本地和国际企业都在积极参与各个层级的创新,这将为中国经济中等收入陷阱、实现现代化、增添新的动力;在经济效益和环境保护方面,中国正在以前所未有的规模推进城市化和工业化,同时也更加注重对自然资源的保护,并不断提高城市的宜居性。这将催生世界最大的绿色经济,并鼓舞其他快速发展的经济体走上绿色发展的道路;在全球化合作方面,中国正在重新确定其在地区和全球贸易中的核心地位,尤其将在“一带一路”的建设中发挥历史性的作用。

赵国华在论坛开幕致辞中指出,在“新常态”的背景下,促进中国经济发展的新引擎正在呈现:在创新方面,本地和国际企业都在积极参与各个层级的创新,这将为中国经济中等收入陷阱、实现现代化、增添新的动力;在经济效益和环境保护方面,中国正在以前所未有的规模推进城市化和工业化,同时也更加注重对自然资源的保护,并不断提高城市的宜居性。这将催生世界最大的绿色经济,并鼓舞其他快速发展的经济体走上绿色发展的道路;在全球化合作方面,中国正在重新确定其在地区和全球贸易中的核心地位,尤其将在“一带一路”的建设中发挥历史性的作用。

轮产业革命提出一系列政策建议。

对中国经济持续增长并引领新一轮产业革命的前景,赵国华充满信心:“创新和绿色发展将成为中国应对‘新常态’的新战略。中国发展高层论坛已成为中国最具影响力的论坛之一,中国政府应利用这样的平台,开展与跨国公司、国际组织和中外学者的对话和交流,充分利用全球经验,推动自身实现更快更好的发展。施耐德电气愿与社会各界一起探索符合中国国情的创新和绿色发展之路,并为中国经济在新一轮产业革命中的发展贡献力量。”

中国应抓住“新常态”的机遇,探索可持

续的发展模式,向绿色能源经济全面过渡。作为全球能效管理专家,施耐德电气将积极在商业模式和技术创新上推动这场变革的发展,并为客户提供先进的能源管理和效率技术,使用户从更绿色、更具可持续性的发展中获益。

在本次论坛中,国务院发展研究中心和施耐德电气联合发布了“新一轮产业革命背景下的中国创新和绿色发展战略”的研究成果。此项研究的目的是为更加全面地了解“新常态”对中国经济的影响,明确当前的机遇和挑战,为处在“新常态”的中国如何引领新一

## 供求讯风

# 今年1至2月中国液压挖掘机需求下跌67%

■ 季荷

今年2月,中国液压挖掘机(6吨及以上,仅外国企业)需求同比重挫80%(1月下跌37%),小挖需求下挫74%(1月时增长6%)。简单对比较为困难,因为今年春节是2月19日,去年是1月31日,但1月-2月合计需求下跌67%。2月需求环比下跌30%,跌幅远超2007年时的1.6%,更不及2010年的增长9.1%(这两年春节时间与今年相似)。



(1月下跌28%),含小挖在内亦跌87%(1月含小挖下跌28%)。日立建机的销量也下跌了

85%(1月跌32%)、含小挖下挫83%(1月跌27%)。这两家公司的销量跌幅与整体需求的跌幅相似。小松已交付的设备开工时间减少了20%(1月增加19%),日立建机则减少14%(1月增加22%),但1月-2月合计数据显示二者的开工时间分别增加4%和9%。笔者将密切关注从3月往后的可持续性。笔者认为这两家公司2014财年在中国的销售可能不及之前目标。

## 中国本土企业: 2月增长势头强于外企

2月中国本土企业液压挖掘机销量下跌70%(1月下滑5%)、含小挖在内下跌64%(1月

下滑1%)。增长势头仍强于外资企业,但本土企业的市场份额基本未变,在43.3%(1月为43.6%);小挖市场份额为48.1%(1月为48.9%)。

## 瑞银观点: 2015年需求或触底, 预计势头疲弱

中国政府在继续放松货币,因此瑞银认为有可能中国的液压挖掘机需求(外资企业)从2015年秋季开始同比增长。但是,鉴于截至2月的较差结果,瑞银将2014财年销量预测从3.25万台下调至3万台、2015财年预测从3.6万台下调至3.1万台。

## 与需求一样,小松和日立建机的2月销量重挫近90%

2月,小松液压挖掘机销量同比下跌87%