



曼胡默尔中国区汽车售后市场业务副总裁Christian Karner

曼胡默尔集团是全球领先的过滤解决方案专家，总部位于德国路德维希堡，为汽车、工业、室内空气净化和水资源持续利用等领域开发解决方案。

目前，曼胡默尔集团在全世界80多个地区拥有2万多名员工，2018年的销售额达到约40亿欧元。曼胡默尔集团的产品包括空气过滤系统、进气歧管系统、液体过滤系统、塑料件、滤材、空调滤清器、工业滤清器和膜滤清器等。

Christian Karner作为汽车售后市场透明数字化业务的专业从业人员，在曼胡默尔中国任汽车售后市场业务副总裁一职，主要负责售后市场的滤清器业务及主机配套的空调滤业务。Christian Karner所拥有的丰富的售后市场营销经验造就了他对前

沿市场资讯的敏锐洞察力，以及对市场发展新趋势和技术运作的深入理解。近期，本刊记者采访了Christian Karner，从而更深入地了解曼胡默尔集团在中国汽车售后市场的发展之路，以及未来的战略规划。

记者：曼胡默尔集团目前在中国汽车售后市场的业务拓展方面主要有哪些侧重点？

Christian
Karner：

曼胡默尔集团始终以前瞻的眼光看待中国汽车售后市场的发展，自1996年进入中国，我们持续地专注于售后市场，始终以高质量的产品和完备的服务体系赢得客户的信赖。

2016年5月，曼胡默尔集团完成对WIX与FILTRON品牌滤清器生产商——阿菲尼亚集团的全球过滤业务的收购。这使曼胡默尔集团在中国市场能够给广大的中国消费者提供两大滤清器品牌——曼牌滤清器（MANN-FILTER）与维克斯滤清器（WIX FILTERS），为机油滤清器、燃油滤清器、液压油滤清器和空调滤清器在售后市场提供更广泛的产品。

在完成这次历史性收购的三年间，曼牌滤清器在中国售后市场持续实现了稳定增长，维克斯滤清器更是在2019年实现了50%以上的销售业绩涨幅。这些成就都立足于曼胡默尔集团对双品牌策略的深耕细作。

从产品品质上，依托曼胡默尔集团强大的研发能力和丰富的主机配套经验，我们力求在售后市场为消费者带来可靠的产品质量和具有性价比的购买选择。从渠道和服务上，我们力求采取创新的销售模式和更为灵活的安装选择，为更多的消费者带来基于O2O服务平台的一站式服务选择。

在业务强劲增长的同时，曼胡默尔中国不断拓展生产布局，目前设有六大生产基地，分别位于上海、长春、济南、柳州、重庆和龙口。设立在中国的工厂能够更为灵活和快捷地为中国主机客户和独立售后市场的客户提供优质的产品和服务，并且从另外一个侧面反映了曼胡默尔集团对于拓展中国市场的信心和决心。



记者：这些年，业内能够深刻感受到“数字化”、“互联化”对汽车售后市场的影响，一些好的经营管理模式被灵活运用，曼胡默尔集团在电商及数字化运营方面有何建树？

Christian Karner：

2019年，我们全面更换了曼牌滤清器的防伪标签，通过数字化的标签，维修工和终端客户可以扫描二维码来获得正品验证的结果，同时，也可以参加互动活动，包括得到通过微信小程序搭建出的培训功能，这样有更多的机会得到厂商的支持，它不仅是一个会员俱乐部，也会是一个培训中心，一个获得忠实用户的互动机会。

另外，电商的发展也是大势所趋，比如京东、天猫。中国在电商领域处于领先地位，我们很幸运地可以和这些优秀的公司一起成长。人们在网上搜索汽车易损件商品时，现在他们寻求的更多是原厂高品质零部件。因为我们在京东和天猫上有很好的布局，所以毫无疑问，这样的趋势对我们的发展很有利。

电商渠道通常更加具有自助性，比如空调滤清器，人们可以自行更换，或者请朋友或机修工帮忙，但是我相信，这两种渠道是在为不同的需求服务。中国市场的发展势头十分强劲，所以我觉得两种渠道没有什么冲突。

曼胡默尔早在2012年就开始布局电商，是中国过滤行业中首家在线销售的品牌。其售后产品已在天猫、京东等国内主要电子商务平台运营六年多。

由于中国电子商务平台的快速发展，曼胡默尔在中国的电商业务的发展速度比在其它任何国家都快，年增长率在60%~70%左右。电商平台销售额逐年上升，已经成为不可替代的新的销售增长点。

记者：

目前中国汽车售后市场参与者众多，除了像曼胡默尔集团这样的零部件企业，还有整车企业及资本的加入，您对此一现象保持怎样的观点？

Christian

Karner：

伴随着手机和移动支付的普及和成熟，中国庞大的人口和移动社交网络将成为汽车后市场的强大推力。我们观察到，终端客户在线上更换轮胎或机油越来越成为决策的一部分，比如可以先通过点击从三个不同的价格和品牌中进行选择，然后再次点击，即可在最近的快修店预约。通过这种方式，我们也认识到，大型互联网公司可以很容易地改变现有的汽车售后市场。

随着中国经济的持续发展

，我已经看到了一些改变，比如四五线城市逐步提升为三四线城市，一些小型城市的人口成倍增长，经济实力也相应提高。随着收入的提升，人们需要更好的解决方案，对高质量汽车产品的需求逐渐增加。这是我们发挥优势的机会。

另一个趋势是现在市场上车型众多，15年前，如果你可以供应桑塔纳的零部件，那基本可以满足大众的需求。但是现在越来越多的进口车进入中国市场，此外，还有许多本土品牌（比如长城、吉利、长安）和一些子品牌（比如WEY），所以整个车型种类范围越来越广，这样的挑战影响着整个价值链。我们的团队将我们在乘用车市场的覆盖率提升到了93%，这是一个持续不断的挑战，所以，我们每年都会推出新的产品，2018年一年里就有250个新的零件号上市。

三分钟回顾一周汽车大事 | 进口汽车零部件试点实施“先声明后验证”便利化措施；工信部公示2018年新能源车补贴初审结果

国产Model 3交付在即？按现行补贴单车可获2.475万

“布雷博专家”来了，以后市场专业经验打造制动系统

全面押注电气化，通用汽车与LG化学建合资电池厂