

海外市场

ATD的“小策略改变大世界”

苏 博

(上海轮胎橡胶(集团)股份有限公司, 上海 200245)

摘要: 介绍美国轮胎批发商的现状和对外扩展策略, 以及该公司利用先进高新技术和先进的车辆模拟技术建立独家网站, 以吸引顾客眼球。

关键词: 美国轮胎批发商; 批发商; 经销网络;

美国轮胎批发商 (American Tire Distributors, 以下简称 ATD) 是美国国内替换轮胎市场中最大的独立的供应商, 旗下共拥有 74 家批发中心, 分布在美國的 36 个州。一直以来, 该公司与轮胎和轮胎的零售经销商们合作, 并提供一系列的相关服务。目前, 在整个经销网络范围内, ATD 已成为一个强大的团队, 共有员工 2100 人, 包括其在 Charlotte 地区批发中心的 200 人。

ATD 公司经销业务涉及到车轮、轮胎和其它设备, 轮胎占销售总额的一半以上。经销的轮胎产品包括乘用车轮胎、轻型载重汽车轮胎、中型载重汽车轮胎、ATV 轮胎、沙滩车轮胎、高尔夫球车轮胎、工具车轮胎、农用轮胎、SUV 轮胎、越野轮胎、特种轮胎、高性能轮胎和草地车轮胎。轮胎品牌包括米其林、普利司通、固特异、大陆、BF 百路驰、费尔斯通、邓禄普、通用、倍耐力、韩泰、锦湖等 20 多个。车轮品牌包括 CX Cruiser Panther MAAS Zora Wheel 等。

1 扩张之箭瞄准中小批发商

1.1 美国 ATD 公司成功收购 Martinc 轮胎公司批发业务

2007 年 7 月 5 日, 美国轮胎批发商宣布已成功收购佛罗里达 Martinc 轮胎公司的零售业务。双方就收购事宜签署了相关合同, 其中包括 Martinc 轮胎公司在 Miami Pompano Ft Myers Tampa 和 Daytona 地区的 5 家批发中心归 ATD 所有, 但并不包括 Martinc 轮胎公司旗下的 27 家零售商店和 2 家商用轮胎中心。

ATD 表示已顺利实施扩展计划, 这对公司的

战略发展至关重要, 扩大了该公司在美国地区的经销网络, 并提高了公司的业绩。佛罗里达是美国地区一个重要的市场, 这将加强该公司对经销商的支持。Martinc 轮胎公司的批发业务对进一步扩大佛罗里达市场起到积极地促进作用。

1.2 美国 ATD 公司扩大科罗拉多州经销网络

2007 年 5 月, ATD 宣布获得 Jim Paris Tire City of Montebello Inc 公司 (简称 “Jim Paris Tire”), 这意味着扩大整个科罗拉多州的经销网络, 使其更好地为顾客进行服务。

Jim Paris Tire 管理着两家批发中心和两家零售中心。此次收购不涉及零售商店。两家批发中心分别位于科罗拉多州的丹佛和 Grand Junction 市, 现阶段, 所服务的顾客数量可达到 1500 人。

Jim Paris Tire 已建立了强大的经销网络, 独特的管理模式, 高效的运营模式, 并向顾客提供良好的服务, Jim Paris Tire 的加入对 ATD 来说意义深远。

Jim Paris Tire 创建于 20 世纪 60 年代, 创建人是 James M. Paris 先生, 位于科罗拉多州的 Longmont 地区。该公司主要以零售为主, 逐渐转型并朝向零售批发业务。

1.3 ATD 公司扩大美国中西部经销网络

2006 年 7 月 28 日, ATD 成功收购了 Samaritan 轮胎零售公司 (Samaritan Tire), 扩大了 ATD 公司在从 Minnesota 地区到西部的 Wisconsin 地区的服务范围, 开拓美国中西部市场。

Samaritan 轮胎零售公司是著名的轮胎批发商, 在美国中西部拥有多家批发中心, 主要位于南达科他州的苏福尔斯、爱荷华州的德莫因和内布

拉加斯州的林肯地区。该公司还在明尼苏达州明尼阿波利斯市增设了一家批发中心,已正式运营,向明尼苏达州东部和威斯康辛州西部的 1075 名顾客提供服务。

Samaritan 轮胎零售公司表示,一直以来轮胎工业快速发展,该公司很荣幸成为 AID 公司的成员,这将继续扩大公司业务,确保公司在未来 5 年的快速发展。

2 AID网罗人心

2006年 9月 28日,AID公司宣布开设了一家新的网站(www.WheelEnvizip.com)。美国顾客可通过登陆网站的方式获得更多的信息。登陆网站后,选择所使用的车辆和所喜欢的一套新的车轮,点击播放一些动态的画面就会映入眼帘。借助先进的高新技术和先进的车辆模拟技术深深地吸引顾客的眼球,而且顾客可在网上近百种具有不同风格的车轮产品中挑选最喜爱的安装在车辆上。顾客可在 360度全方位观察车轮与车辆的情况,还可涂上所喜爱的颜色,并保存图片。甚至可以将图片以 Email 的方式发送到朋友的手中,以征求其宝贵意见。

AID公司表示,该网站的独特设计吸引了众多顾客,他们可在家中观看到与他们车辆匹配的车轮情况,整套设计非常人性化,完全从顾客的角度从事设计。EnviziQ 是一种非常宝贵的辅助工具,它可帮助扩大经销网络。每天都有大量的顾客登陆网站以获得信息,随时与公司进行交流。

3 策略决定成败

企业为了赢得市场,采取了各种各样的营销策略,包括价格策略、品牌策略、服务策略和采用不同的销售渠道。而每种策略在实施的过程中又可以采取多种不同的形式。如价格策略就可以有降价、折扣、合理搭售等不同形式。销售渠道可以分为分销、直销、一级分销、多级分销等形式,又如企业可通过收购方式以获得更为强大的经销网络。而产业扩张模式又可分为产品扩张、地理扩张、通路扩张、价值链扩张、顾客扩张和新事业扩张等多种。

在日益白热化的市场竞争中,轮胎经销业务如此。如果一个企业没有长远的发展目标,着力

眼前,它最终必将失去市场,无法生存。扩张模式对供应链策略具有一定影响,而全方位扩张模式类型适合于完整型供应链策略。

AID公司对外通过收购兼并等举动不断扩张以强大经销网络。同时建立独特的高新网站服务,更是让公司品牌形象深得人心。正是由于该公司采取全方位扩张模式类型,该公司才不断壮大,提高经营绩效。随着该公司战略规划一步一步地实施,它将日益完善其在美国国内的“整体战略布局”,并布下巨大的“天罗地网”。而公司的这种“小”策略正带领着全体员工朝向公司的愿景不断前进。

美国橡胶制品贸易逆差增长 11%

美国华盛顿消息,2007年 2月份美国橡胶制品贸易逆差达到 5.43 亿美元,比 2006年同期增长 11.4%。

美国商务部数据显示:2月份美国橡胶产品出口贸易额增长 11.3%,达到 5.25 亿美元,同时,进口贸易额增长 8.6%,达到 10.7 亿美元。

2007年头两个月,美国橡胶制品贸易逆差增长 11%,达到 12.2 亿美元,出口额增长了 4.8%,达到 10.3 亿美元;进口额增长 8.1%,达到 22.5 亿美元。

2月份,轮胎及其相关产品中,贸易逆差增长了 9.7%,达到 3.996 亿美元。出口额增长 3.4%,达到 2.686 亿美元;进口额增长了 7.1%,达到 6.682 亿美元。

从年初截至到现在,轮胎贸易逆差攀升 11.5%,达到 9.082 亿美元。

2007年 2月份,轿车轮胎贸易逆差迅猛增长 21.6%,达到 1.982 亿美元,1~2月共增长 23.4%,达到 4.399 亿美元。货车/客车轮胎贸易逆差下降 6.4%,为 1.313 亿美元,2007年前 2个月共下降 3%,达到 3.07 亿美元。

在供应方面,2月份,美国橡胶相关制品贸易顺差增加 68.9%,达到 1.345 亿美元。出口贸易额增长 10.4%,为 4.209 亿美元;而进口贸易下降 5%,为 2.864 亿美元。截至到目前,贸易顺差已经翻了一番,达到 2.229 亿美元。李 宁