
柴油发电机组在云南的营销策略分析

李华

(云南海每机电设备有限公司, 云南 昆明 650000)

【摘要】: 柴油发电机组作为一种不可缺少的应急备用电源, 本文从公司经营实践中, 通过对该工业产品在云南区域市场的销售现状进行分析, 从市场营销的角度, 研究分析了柴油发电机组行业里公司经营销售的策略和方法, 对柴油发电机组这一细分产品在细分市场中给出了可操作的经营方法和创业指导。

【关键词】: 柴油发电机组 销售 市场营销

【中图分类号】:F27 **【文献标识码】:**A

什么是柴油发电机组?

柴油发电机组是以柴油为主燃料的一种发电设备, 以柴油发动机为原动力带动发电机发电, 把动能转换成电能和热能的机械设备。整套柴油发电机组主要分为三个部分:

(1) 柴油发动机; (2) 发电机 (即电球); (3) 控制器。

柴油发电机组是一种起动迅速、操作维修方便、投资少、对环境的适应性能较强的发电装置。

如果你要进入柴油发电机组行业, 以此产品来创业, 创立公司, 积累资金, 那么你就要先了解市场在哪里? 客户在哪里? 怎样才能找到客户跟他们洽谈? 并且促成成交。

柴油发电机组这类产品有什么品牌? 目前在这个行业里面的公司都处于什么形态呢? 下面我们来具体分析。

1 柴油发电机组的用途及客户分类

柴油发电机组的用途, 目前最主要的分类方式是主用和备用。

(1) 主用的发电机组是连续工作时间长, 一天用到晚, 负荷比较大, 要求发电机组的质量稳定可靠, 持久耐用。

(2) 备用发电机组是作为应急备用电源, 在电网系统停电的时候才启用发电机组, 发电用以应急照明、通风、电梯或者停电时进行补充性生产。

客户有以下几种类型: 第一, 工程类客户, 有修高速公路、建筑施工、房建、修建高铁、飞机场、地铁等; 第二, 生产型客户, 制造业工厂、探矿、采矿、野外作业; 第三, 房地产行业, 主要是住宅小区、写字楼、办公楼的开发; 第四, 行政事业单位, 政府单位如政府办公楼、医院、卫生服务中心、学校等; 第五, 比较典型的客户类型: 行业系统大客户, 电力行业的发

电站，电网公司，金融企业、银行网点，通信行业的通信基站，高速公路方面的收费站和隧道，加油站，农业方面的养猪场等养殖场，冷库等。了解了客户的类型之后，就对我们开发市场寻找客户有了明确的定位和目标。

2 云南发电机组目前的市场情况

云南发电机组目前的市场容量每年保守估计在四亿元人民币左右，其中金额最大的单项采购机构是电网公司全省系统，最大的行业采购是房地产行业，最大的市场容量城市是昆明。医院、学校、政府办公楼等都会进行公开的招标采购。房地产行业的公司如果是国有企业就要在当地政府公共资源交易中心进行公开招标采购，如果不是国有房地产企业，通常不会在政府采购媒体上发布公开招标采购，一般要求有超过三家以上的供应商进行投标、比价，然后对比采购。

云南市场上发电机组的供应商有以下几种类别：门店零售商、批发商、业务型经销商。以上后两种供应商集中在昆明，批发商必须有仓库，储备大量库存，常规品牌型号每种现货备有几台，满足同行每天发货和调货。业务经销商在写字楼或小区设办公室成立公司或厂家办事处，业务经销商的销售模式以跑业务和投标为主。门店零售商和业务型经销商有一部分设有仓库，满足为客户定制组装生产的需要。业务型经销商有些没有仓库，仅有办公场所，此种经销公司以期货交易为主，交货期延后几天至几个月，合同签订后再订货，延后交货。业务型经销商即时性现货交易很少，如果有现货交易，可以从同行的库存里调货。

地州市县级城市以门店零售形式居多，县级和乡镇的门店零售商都是多种产品经营，发电机、水泵、电缆、农机、五金等。

市场上目前主要销售的品牌有：康明斯、玉柴、上柴、道依茨、潍柴、潍坊系列，这 6 类品牌的产品销售人员主要推荐，销量大，市场份额高。

玉柴作为中等品牌，在云南区域销量和销售额领先，玉柴的品牌认可度、口碑、售后服务等方面优于其他品牌，五年前排名第一的是康明斯，玉柴在销售人员和经销商的持续推荐下，近几年来已全面赶超。

其他高端品牌产品有威尔逊、卡特、帕金斯、MTU(奔驰)、沃尔沃，三菱等，中等品牌有大宇、通柴、济柴、斗山、无动等，这些品牌销量较小，推荐的销售商很少。

建筑施工、工地修路等临时用的工况，环境比较随意，一般的私人会采购潍坊系列，市场上目前价位最低的是潍坊等一系列民营工厂生产的柴油发动机配套的发电机组，有价格优势，总价不高，销量总量台数比较多。潍坊系列品牌厂家有：潍坊华源动力、裕兴、雷腾、华旭、恒通、华全、华坤、华驰柴油机二十多家。潍坊柴油发动机制造厂家中潍柴动力、潍柴斯太尔、华丰动力是大厂知名品牌，质量稳定，价格中等。

其中高端品牌销量最大的是康明斯，康明斯以公家单位采购较多，以及大型房地产公司指定要康明斯等一线国际品牌。威尔逊原装进口，价格高，质量顶尖，电网公司会指定采购。卡特发电机组由云南易初明通工程机械维修有限公司独家代理，价格高，属于小众产品；沃尔沃质量一流，名声显赫，主用客户优选，价格高，维修昂贵。中档品牌里玉柴销量最大，玉柴在云南市场上目前是很多客户的首选，因其质量稳定、低油耗，在广大客户的使用中得到了认可。上柴质量也非常不错，在一天用到晚的工地上很多优先考虑上柴。玉柴、上柴的产品价格相近，互相竞争，都是目前云南市场上销售的一线产品，销量大，客户群在各行业中分布广泛。

上海凯普、申动、康沃、乾能、上研等生产或注册在上海的民营发动机制造厂，做备用发电机组可以，主用不建议使用，此类价格实惠的大型发电机组在云南市场近五年也很畅销。

售后服务方面零配件和维修成本比较低的是玉柴、上柴、潍坊系列，康明斯的配件也容易买到，但维修费用略高，沃尔沃

和帕金斯质量顶尖，但因其维修费用较高，销量因此受影响。这些品牌在昆明均设有省级售后服务商，玉柴的售后服务网络已经下沉到县级区域，售后服务网络在所有品牌中领先，因此促成了玉柴目前在云南的畅销，玉柴也成为在云南市场上最好推荐的品牌。

在云南市场上，目前开门店的零售商和以投标和跑业务为主的公司基本都是全品牌的供应商，常规的发电机组品牌，他们都可以进到货，因而价格竞争极其激烈。

以批发为主的批发商，在代理经销的品牌上有自己的重点，一般一个批发商主要经营代理某一品牌，但批发代理商之间相互调货，因此，客户在给各个经销商采购的时候，各种著名品牌的柴油发电机组价格差异不太大。

3 市场营销的对策

3.1 销售策略

3.1.1 直销和行销

组建营销队伍，以项目为线索，销售人员主动出击，跑业务、找项目、找采购负责人，获取设计的产品规格及采购要求。

3.1.2 门店销售

门店和商铺摆放现货、样机，行业集中，客户流量大的地方会产生销售，但是房租高，人工成本高，如果光靠门店销售，利润极其薄，盈利困难。门店做一个窗口，可以不断积累客户资源，配合对外业务拓展，同时实体经营店对外是一种宣传和展示，能够促进对外跑业务的效果。

缺陷是门店里面要有一个至二个常驻零售人员，员工的工资成本比较高，商铺租金也昂贵，对比纯业务性经销商，这两项成本明显多出几十万。

但如果你做品牌企业或者知名企业还必须要品牌展示店，公司要做大，要做得长远那么一定要有一个门店，而且门店的装修要漂亮，上档次，门店是客户来找公司的一个最直观的渠道，可以让客户轻易地找到公司来咨询产品、售后服务，也可以吸引陌生客户轻松的上门看样品、谈采购，陌生客户从第一次来逐步变成老客户，客户数量随时间的积累持续增加，量变达到质变，门店终究会变成一个金窝。做实体产品、做实业，实体经营场所是一定需要的。

3.1.3 互联网营销

柴油发电机组的互联网营销通常现在局限在做网络推广，搜索推广，微信公众号、抖音等。销售人员的个人微信账号也是一个重要的营销工具，微信营销面对的是众多的客户个体。百度推广、百度爱采购、360 搜索推广、搜狗搜索推广、58 同城，淘宝网店等，能够获取的客户信息量非常大。

目前，百度搜索推广，费用最高。在网络推广上，如果你没有较扎实的销售队伍，即使获得了很多客户信息和来咨询的客户订单，也不一定能够拿得下。特别是百度推广，每天可以产生大量的客户咨询信息，为了应对这些客户信息，必须建立一个销售团队，甚至在电脑平台上有长期专业的客服。客户订单量激增，供货的资金量就增大，民营中小企业发展很多时候受资金的制约，创业者和刚起步的小公司更是受制于资金短缺，供货能力也是一个公司的实力要求，这样维护下来公司要有较高的经营成本，必须有规模、有资金实力的公司才能够采用这种方式维持下去。如果资金、人员等能够支撑，互联网推广可以加速一

个企业几何倍数的增长。

3.1.4 行业定向客户的开发与维护

针对创业型公司或者小型创业者，可以找一些重点客户进行密集性跟踪，紧密合作，获得稳定的订单，从而进行资本积累。行业客户是一个很好的选择，但行业客户大多是央企和大型集团，对公司的供货能力，售后服务技术能力，资金后续的支撑以及公司经营水平和年限都有较高的要求。行业客户有电网公司系统、中石油、中石化的加油站，所有银行等金融企业的业务网点和办公楼，云南交投等旗下的高速公路收费站及隧道，通信行业云南移动、云南联通、中国电信等旗下的通信基站，中国铁塔公司，广电网络公司，房地产行业的大型企业。大型房地产公司同时开发众多住宅小区、商业地产项目，这些项目都设计需要柴油发电机组。房地产企业大小家数很多，在全省所有的城市都有正在开发的住宅和商业项目，跟踪房地产项目是最容易进入的一类行业客户。

3.1.5 发展中间商

中间商可开发的数量巨大，地州门店零售商可以发展成省级专业代理商的中间商，拥有共同客户群的相关产品的经营者也可以发展为中间商。

电力工程施工企业，生产、销售电线电缆、高低压配电柜的工厂或销售商，与他们密切合作，客户共享，会产生巨大销量。

3.1.6 做批发

每个县城找一家机械机电卖场门店，批发给这些零售商，这样可以建立下线经销商，这种客户是长期型客户，维护简洁，合作关系长久，会源源不断地产生订单。弱点是利润薄，生产、管理工作量大，盈利靠走量。批发要求必须有仓库，要有一定的库存，各种规格型号要备齐，能满足每天发货的需求，快周转，冲销量，受资金制约，为了提高某一品牌的销量，主打一个单一品牌，兼顾做多品牌，为了维护好客户，也必须兼顾做客户需要的其他品牌。

做批发环节的缺陷是下线经销商和零售商赊欠较多，账期一般在 1 至 3 个月。新开发的客户在发货一段时间后变成了熟悉的客户，碍于人情面子，老客户打电话让公司发货，不可能咬死了要付全款才发货，只能是先发货，再收款，或者让客户付一部分货款，发货后在一定时间内催收款。正因这样，批发经营占用资金大，要求的库存又齐全又多，利润率又不能太高，因此，很多资金少的创业型公司一般不愿意做批发业务。资金小的公司，如果要经营批发业务，资金有限，就不能大量赊欠出货，在客户量获取方面就处于劣势。但也有一个好的方法，筛选出一些诚信度较好的客户，集中精力维护几十个下级经销商，把资金和精力用在忠诚度高的客户上面，生意同样可以做得津津有味。

3.1.7 投标

通过公开发布的招标信息，进行投标。很多单位和规范的公司采购必须进行招标，或者进行询价采购，一般采购方都会向三家以上的销售商或者厂家进行询价。招投标的项目开标评标时必须有三家以上的合格有效投标，才能评选出中标候选人。

很多单位特别是政府、事业单位、国有企业采购会在省政府采购招标网站上公开发布，留意公开的招投标采购信息就可以获得项目信息，然后组织销售人员报名，购买招标文件，编制标书进行投标。

目前一些公司就主要以投标来获取订单。

3.2 营销策划

3.2.1 营销战略制订

你的公司是要进行著名品牌的独家代理，还是做有价格竞争力的产品代理？你想全覆盖所有类型的客户，还是想专注做某一个行业的客户？如果你是独家代理，比如康明斯品牌的产品，定位的客户是中高档客户群，你不必要考虑所有的客户都进行覆盖，临时用电的客户并不会出高价采购高端产品。

比如你是做沃尔沃品牌的省级总代理，推销沃尔沃产品，那么你就必须定位在高端市场，以国有企业、行政事业单位为主要开发对象，虽然销售的总台数没有低端市场大，但销售的总金额并不会低，而且可以保持较高的利润。假设你是主要代理潍坊系列的某一个民营工厂的柴油发动机，你需要冲击很大的销量，就必须开发服务好工程建设、修路、临时施工用电等低端客户群体。

第二个方面是，近三年内或者近一年内是以赚钱为目的，还是以品牌推广和宣传为目的？如果厂家给你很大的资金支撑、产品支持和营销费用的支撑，那么第一到三年，首要目的是进行品牌宣传、销售量的增长。如果你没有强大的资金和公司团队来做大品牌的省级代理，那么目前你最好主要是以盈利为目的，前三到五年就要做多品牌的销售，满足不同档次的客户需求。

从大型生产制造工厂的角度上来说，所有的工厂都希望自己的销量增长，市场占有率上升，品牌知名度上升，客户群体不断扩大。想获得好的结果，短期看主要依靠厂家给予的政策和代理商的协同效应，如果厂家要取得销售量的稳定增长、长期维持住市场份额，厂家必须在昆明设立办事处，并配有营销人员，设立售后服务站。

长期看，市场结果根本性的根源还是制造企业本身和其产品。

3.2.2 产品市场推广

柴油发电机组属于一个特定行业的产品，面向特定需求的客户，在做市场推广的时候，也只能精准打击，不能对所有人员进行广告营销。市场推广，只能在发电机组本行业内的代理商、经销商、零售商、业务人员，和行业客户及特定客户群当中进行营销推广。

3.2.3 营销团队建设

营销人员可以自己吸纳培养，该产品有直销、零售、批发的区别，对推销人员要相对稳定，才有可能对客户资源不断进行积累并持续的跟踪服务。

3.2.4 促销政策制定

该产品属于工业型的机械类特定产品，在产品销售时可以赠送机油、机油滤芯，柴油滤芯、空气滤芯等使用过程当中的消耗件，质保针对备用客户也可以进行延长。作为一个给客户加深印象的差异化促销手段，可以赠送各地的特产、食品、饮品、生活日用品等。

3.2.5 专卖体系等特殊销售模式打造

专卖店销售体系目前在云南市场上是空白，中高档品牌，可以探索品牌专营店，这种销售模式，因开店的经销商必须以盈

利为目的，所以独家品牌销售对柴油发电机组来说比较困难。目前绝大多数的门店不止销售一种品牌的发电机组，基本上常规的品牌，都进得到货。客户要买康明斯，你不能说没有，不然客户就走了。

3.2.6 终端销售业绩提升

终端销售主要靠推销，将产品卖给行业以外的用户。终端销售主要取决于营销人员，深层次的原因取决于所推销的产品的综合竞争力。

3.2.7 样板市场打造

在某几个大的项目上做出样板工程，进行案例展示，这也是在投标的时候必须要用到的业绩。对行业客户来说，可以重点进行推广和维护。

找一个区域、一个行业客户进行重点突破，可以塑造样板市场。

3.2.8 分销体系建立

分销体系，主要是针对批发商和工厂。批发商的分销体系，可以面向全省辐射到各个县级城市，大型工厂首先要在昆明找一到两家主要的经销商，然后推动和配合经销商在全省的县域城市开发代理销售的门店，其他电力行业、施工行业的工程公司也可以作为一个分销渠道。

3.2.9 渠道建设

渠道有省级代理商、经销商、分销商和门店零售商以及固定的行业客户。重点是大客户的维护，优质客户的开发和维护。

3.2.10 直营体系建设

直营体系主要是大型工厂和大的专业销售商要考虑，开发建立直营体系的优点是自己拥有掌控权，对市场 and 客户资源直接掌控，可以收集到客户反馈来的各种品牌及产品的差异信息。目前大型工厂通常设立省级分公司，招聘区域经理划片区覆盖市场。

3.2.11 价格体系建设

对省级经销商来说，从高端到低端的产品，他们都供应的原因就是针对不同的客户需求供应价格不同的产品，而对一个品牌的产品来说，它的定价就要参考市面上各个品牌竞争的价格差异。比如上柴股份和玉柴，它们的价格定价就非常接近。潍坊系列的各种民营工厂的柴油发电机组的价格也很接近。客户资源不多，刚刚上市的非知名产品都会优先采用低价竞争打开市场。

3.2.12 新产品上市策划

如果你是一个新的品牌，要进入这个市场，那你就需要了解各个品牌之间的价格层次，你主要能够把这些产品推销给那些客户？国有企业、行政事业单位还是中低档次的消费者？产品推荐会、沟通会是通常用的方式。五金机电行业的广告期刊上投放广告。新产品上市首先推荐的对象是发电机组行业内的各级各类销售商。

3.2.13 产品规划

对销售商而言，畅销的品牌和产品型号要多备库存，利润率高的产品要极力推荐。冷门的品牌和产品尽量不要备库存，主打的品牌和型号要摆样品。跟客户谈判的产品，高中低档的品牌都要有，知名品牌可以向客户推荐，但不能一味地强加给客户。新产品需要向客户多推荐介绍，也要结合公司目前所追求的主要目标是销售规模还是利润。

3.2.14 市场定位

主要是想做高端市场、中端市场、还是低端市场？你要做行业的领先者，还是做一个竞争型追随者？你主要是想取得市场规模和销量，还是要以利润率为导向？不可能做完所有的生意，要给自己一个市场定位。

公司现在的目标是什么？你的目标客户是哪一类？就可以倾向于给自己做定位。

主要是想服务主用客户还是做备用客户？可以开发某一类行业客户，甚至只专注做某一个行业里的一个大型客户。

产品的市场营销是全方位、多角度的，促成和影响的因素很多。就柴油发电机组而言，品牌的宣传推广，形象店、展示店展示产品，专业客户的持续维护，在街道、机电市场、建筑机械市场、高速公路、项目工地现场等进行户外广告的投放，行业杂志、五金机电期刊等的广告投放，互联网推广，有如此之多的营销推广手段可以使用。

为了促成生意的成交，大多数销售商都努力做全品牌供应商，所以主要的竞争在于公司的规模和服务，其次在于客户关系的维护。对著名品牌，如果资金和营销队伍有足够的实力，可以签订云南省独家代理，这样会获得一个品牌推广的优势，有供货资源的优先权。发电机组属于特定行业设备，不适宜在电视和网络上进行大规模广告投放。知名品牌的厂家的柴油发动机，要进入市场，最好的方法就是设立办事处拥有自己的销售队伍，然后在昆明签订省级代理两家以上，配合代理商进行推广。柴油发电机组行业有些大型工厂有自己的直销人员，直接拜访所有类型的客户。

4 柴油发电机组云南市场的发展和展望

云南作为高原地区，山地和丘陵比较多，高速公路的修建、高铁的规划新建尚未完成，还有很大的基础建设空间，云南机场集团在各大地区加大对小型民用机场的投资开发建设，铁公基项目规模大，周期长，将持续带动工程设备的使用需求，柴油发电机组的需求量将维持在较高的水平。低端潍坊系列的销量在中国来说云南省可以排名到前三名，高端发电机组云南的销量在全国算中上，中高档发电机组的销量没有上海和广东沿海的量。其中广东工厂多制造业发达，中高端发电机组的需求量很大，同时有出口。上海发电机组厂家以及江苏一些大型的发电机组厂家，产品以出口为主，云南也是很多厂家的必争之地。

云南目前没有正规的获得生产许可证的发电机组制造专业工厂。在昆明自己进行组装成套的中小型工厂还是很多，至少约有三十家，这些小型工厂主要基于家庭及家属创业发展，租仓库在仓库里面进行组装起家。这也是发电机组行业云南本土制造业的初期发展阶段，如果规范之后，可以形成一个工业制造产业群，未来可以发展成为正规的组装制造业工厂。

目前，做柴油发电机组的从业人员在昆明约四百人，价格竞争较激烈，行业利润率低。因此这个行业目前没有国有企业在经营。而民间制造业的发展主要受制于土地和资金的因素。

柴油发电机组是一种在绝大多数项目中必须配置的备用电源，对设计要求安装应急备用电源的项目，柴油发电机组是刚性需求，因而柴油发电机组的需求长期来看不会消失，该产品技术性强，行业进入有一定的技术壁垒，对有机会进入该行业的创业者来说是一个良好的选择。

未来十年内，现今的中小型加工组装厂和民营公司如果愿意做大做品牌，同时也具备做大做强的经营能力的话，将会出现约三至五家大型发电机组专业制造企业。云南比邻缅甸、越南、老挝等多个东南亚国家，出口增长潜力非常大。总体来看，云南柴油发电机组行业的发展潜力巨大。

参考文献:

[1]杨贵恒，张海呈，张寿珍，等. 柴油发电机组实用技术技能[M]. 北京：化学工业出版社，2013.

[2]吴健安，钟育赣，胡其辉，等. 市场营销学[M]. 北京：清华大学出版社，2017.