

挺进2020

落实干部大会精神

博世华域贴近市场研发产品，提升企业竞争力

特殊“推销员”闯出市场开拓新路子

本报记者 邹勇 本报通讯员 周云兵

博世华域产品研发部副总监唐少波每天的日程都排得满满的。除了日常的产品研发工作，他和产品研发团队的同事每周都要去跑客户，推广公司产品，听取客户反馈，解决开发难题。

目前，产品研发团队成员已经跑遍了国内的主流车企。为了更好地展示产品，大家会经常带着一个类似电脑硬盘大小的控制器，这是一台公司最新开发的电动转向系统控制器，产品研发团队抓住各种机会向客户介绍产品、沟通信息。

在市场寒冬中，博世华域积极转变思路、紧抓市场机遇，制订有针对性的市场及产品策略。产品研发团队主动出击，奋战在市场一线，助力公司收获越来越多的订单。



研发团队加强产品评估和可靠性测试，增强客户信心

贴近市场，开发高性价比产品

博世华域从德国引入电动助力转向技术要早于很多供应商。可以说，博世华域率先抓住了汽车产业电动化转型的契机。但如何开发真正满足市场需求的产品，实现客户和公司的双赢，始终是摆在博世华域面前的一大难题。

在中德股东双方的支持下，这个难题促成了新一代管柱式电动转向系统（以下简称“CSEC”）项目的设立和开展。目前，CSEC项目是博世华域的头号工程，也是最重要的研发项目。在CSEC项目启动之初，产品研发团队颇为纠结，要开发出高性价比的新产品，设计开发、工艺规划、供应商、质量控制、物流等环节缺一不可。除了要降低成本，新产品的性能、工艺和质量都要经得起考验。这就意味着，公司的整个业务链都要

重构，项目开发面临很大的挑战。

整个项目团队成员迎难而上、争分夺秒。在项目总监徐建国的带领下，不管是系统和机械开发还是软硬件开发，他们都加班加点，力保每一个项目节点按期达成。

目前，CSEC产品已按照德国博世转向的开发流程完成了Level 2系统认可，可以装车并在试车场进行整车道路试验，而且首批用于客户道路试验的样件也已交付。公司为CSEC项目投入了大量研发资源：成立了近50人的CSEC专职开发团队；配置了所需的各种开发工具、测试仪器和设备；台架测试和整车测试投入了充分的资源，优先用于CSEC的调试和验证；其中，整车就购买了6辆，用于各种测试和验证。所有的这一切都是为了加快产品开发节奏，

提升产品性能，更好地满足市场需求。

CSEC为进一步提升产品性能，做了专门的结构创新和优化，目前已申请30项专利并获受理。随着CSEC项目的稳步推进，CSEC样件性能也在不断提升，德国博世转向对CSEC项目的进展给予

充分肯定。2013年，博世华域首次走出国门，去德国狼堡的大众总部展示公司引进的EPSc产品技术方案。唐少波表示：“研发团队有一个愿望：博世华域要争取再去大众总部展示新一代CSEC产品。我们对CSEC产品的市场前景充满信心。”

主动出击，化解客户“疙瘩”

博世华域的正向研发从2018年正式起步，公司的侧重点在于怎样把产品做好。但研发团队迅速调整思路：仅仅把产品做好还不够，还要和销售部门一起把产品推销好，为公司获取更多的市场机会。

技术开发人员直接面对客户的优势在于：一是熟悉产品的技术特点，有利于说服客户；二是能及时倾听客户反馈，了解客

户的真正需求。敢于创新的产品研发团队骨干当起了“推销员”，其和公司销售团队紧密配合，奋战在市场一线。

要当一名好的“推销员”其实并不容易。“来自客户的挑战是：成本要低，性能要好，质量要可靠。”唐少波说，“CSEC产品在成本上有优势，产品性能的改善也得到客户认可，但电动转向属于底

盘上的安全件，技术可靠性尤为重要。”如何才能减少客户对新一代产品可靠性的顾虑，并化解客户心头的“疙瘩”呢？

为此，在对客户项目进行分析后，研发团队建议率先在已批量生产的产品上切换成CSEC产品。博世华域在推出新产品的同时，原有产品会继续供应，不会对客户的生产计划造成影响。如果客户对新产品满意，可以马上切换到新产品。控制了风险，客户就会接受并愿意尝试新产品。

为了进一步增强客户信心，博世华域研发团队采用各种方法，加强产品评估和可靠性测试。产品测试团队对现有零部件及总成的台架试验进行了优化，并增强了

验证周期；公司专门采购了多辆客户商品车，并安排在试车场做整车级别的耐久测试，从而进一步验证CSEC产品在整车上的表现。这也是公司作为转向系统供应商，首次在试车场进行整车级别的耐久道路试验，在公司历史上还从来没有过。

公司还把CSEC产品装配到客户商品车上，并组织客户在专业试车场进行试驾，让客户亲身体验产品在中高速状态下的转向性能；同时，也能更早获取客户对产品的建议并加以改进。

经过协调和沟通，客户的信心不断增强，目前已有多家自主品牌客户正式启动与博世华域的CSEC产品开发项目，2020年内将有多个产品进入批产。

紧抓机遇，扩大产品市占率

不久前，研发团队去合资品牌客户那边进行技术沟通，并抓住机会介绍了CSEC产品。结果出乎意料，合资品牌客户对CSEC产品很感兴趣，但表示还要进一步沟通产品细节和下一步合作事宜。

在博世华域看来，在正向开发产品的市场开拓方面，自主品牌客户是第一步，接下来是合资品牌客户；不仅要获取国内市场，

也要开拓国际市场。根据不同客户的特点，博世华域在现有的软硬件工具平台上对产品进行不断优化，进一步完善产品路线图。

从上海到全国，从全国到全球，博世华域正向开发的路越走越宽。公司产品研发团队主动“走出去”，倾听客户声音，贴近市场做研发，努力扩大产品的市场占有率，全力为企业创造效益，在寒冬中愈战愈勇。



CSEC项目已申请30项专利并获受理



公司研发大楼