

编者按：新型驾培模拟器成为提升驾培品质的利器，然而价格高、维修保养复杂等因素阻碍了新型驾培模拟器的推广速度。北京宣爱智能模拟技术股份有限公司借助金融手段，推出租用、共同经营等多种新的市场模式，让驾校几乎可以“0”成本购置模拟器，极大降低了模拟器的推广成本。本报记者对话宣爱智能董事长于晓辉，探究金融力量为驾培模拟市场带来的巨大变化。

用金融力量推广驾培模拟

——专访宣爱智能董事长于晓辉

本报记者 王涛 丰家卫

资金和售后导致推广难

记者：驾培模拟器在国内已经有十多年的推广期，但是应用规模一直有限，您认为市场推广不畅的原因是什么？

于晓辉：驾培模拟器推广应用不畅，背后的原因比较复杂，不过在传统的市场模式下，购置资金高、维修保养困难是阻碍驾校应用驾培模拟器的关键之一。

为了保证设备质量和培训效果，现在的新型驾培模拟器都价格不菲，一般要好几万元一台。去年北京东方时尚驾校购置了300台宣爱的新型模拟器，光购置款就花了两千多万元。像东方时尚这样有实力的驾校毕竟不多，很多规模小的驾校其实看到了模拟器的好处，但是确实难以负担高额的一次性购置款。

另一方面，驾培模拟器技术含量越来越高，而且使用频率高，还要面临很多新手学员的误操作，对维护和保养的需求是非常高的。传统的驾培模拟器销售往往都是一锤子买卖，驾校购买设备时容易，需要设备厂家频繁维护时就很难。在实际应用的过程中，东方时尚驾校和重庆美你驾校都反映，设备在使用过程中，频繁的误操作所导致的故障率较高，维修再跟不上，进一步阻碍了驾培模拟器在驾校的推广。

记者：资金问题比较好理解，没想到维护、保养也成为阻碍模拟器推广的大难题，您能进一步解释一下么？

于晓辉：驾培模拟器设备每天都在高频次地使用，使用者不仅是学车的新手而且还是模拟器的新手，因此大量的误操作、损坏和故障就经常发生，如果靠一般的售后保障，在时间上没法保证模拟器的完好使用率，成本也太高。而且，现在的驾培模拟器技术含量越来越高，普通的技术人员往往难以快速诊断、维修。驾培模拟器的产品和应用特征，决定了维修、保障必须要放到非常重要的位置，如果这些得不到完善解决，就会成为和资金一样阻碍模拟器应用的大难关。

在实际应用中，宣爱智能会派专门的售后服务人员常驻驾校。比如石家庄大正驾校购买了45台宣爱智能模拟器，宣爱公司就派了2个人常驻石家庄大正驾校，在驾校上班，并接受所在驾校的考核。

派专门的售后人员常驻驾校，驾校很欢迎这种方式。这样做的好处在于，一是在模拟训练的过程当中，设备一旦出现任何问题，可以在第一时间得到解决，能修的及时修，不能修的马上换货，保证设备的完好使用率；二是对一些模拟器使用过程中经常容易出现的问题，售后人员能够及时向公司反馈，通过及时掌握客户可能出现的问题，公司的研发部门可以及时作出设计上的完善。三是及时反馈教学效果，根据教学效果适时调整教学内容。通过这种

售后服务方式，宣爱智能不仅保证了驾培模拟器完好使用率，也保证了驾培模拟真正取得实效。

借力金融，创新市场模式

记者：传统的市场模式下，驾培模拟器推广受阻，宣爱智能采取了哪些新的市场推广模式？

于晓辉：基于驾校想应用但又存在资金压力的现实，宣爱智能和金融机构合作，降低驾培模拟器的采购和使用成本，使模拟器快速进入驾校。

作为国内驾培模拟行业首家上市公司，宣爱智能在金融市场有良好的口碑。今年7月，宣爱智能和中关村租赁达成战略合作协议，中关村租赁给予宣爱智能融资租赁业务授信额度1亿元，采取合作经营、先租后买、分期付款等三种市场模式，大力提升驾培模拟器的应用规模。

第一种模式是合作经营。简单地说就是由驾校出场地，负责经营、宣爱智能出设备，负责免费维护，包括为其量身定做教学设计。具体的做法是，以驾校承诺的年培训学员人数为依据，宣爱智能为其配置相应数量的驾培模拟器（参照教学大纲每人模拟训练7学时的规定，按每座舱年培训能力300人计算，32台/万人），驾校按月、按学员数量向宣爱智能支付相应的费用。这样一来，驾校只根据学员的培训量来分月支付设备使用费用，完全不需要为初期的巨额购置资金而烦恼，也不需要操心频繁而复杂的设备维护和保养。这种模式最受驾校欢迎，山西黄河驾校负责人就反映说，有了合作经营这种方式，驾校购买使用就没有什么压力了。

先租后买是指在前期合作经营的基础上，如果经过一段时间后驾校希望独立运营，可以由合作转变为销售。驾校经双方商议的价格购买模拟器，之后的设备维护宣爱智能按一定的标准，每年收取客服费。

分期付款就是将模拟器按正常模式销售给驾校，但是驾校可以分期付款，宣爱智能按照一定标准收取年客服费。

记者：这三种市场模式是全新的尝试，宣爱智能是从什么角度来设计这些新的市场模式的？

于晓辉：这些新的市场推广模式主要是出于三个方面的考虑。一是驾校的前期投资资金压力大的问题。很多驾校很认可宣爱智能的设备，但是苦于资金压力，无法购买使用；二是特殊设备使用过程中维护和保养问题，驾培模拟器在使用的过程中的维护和保养对技术要求高，响应时间要求快，必须用技术人员常驻驾校的保障模式，才能保证设备的有效使用率；三是要解除驾校对模拟器培训效果的后顾之忧。近几年驾培模拟器市场良莠不齐，鱼龙混杂，驾校对驾培模拟器的效果有疑虑。宣爱智能不仅是卖产品的一锤子买卖，而是和驾校一起合作经营，为驾校量身定制设备和教学系统，充分保证了驾培模拟器的培训效果，也给驾校带去了信心。

金融力量或将重构市场格局

记者：通过这三种市场推广模式，实际上把驾校的资金压力转移到企业身上了，那么宣爱公司是怎么来应对这个资金压力的？

于晓辉：能够通过金融租赁的方式进行设备推广，是基于宣爱公司的实力。宣爱公司已经在新三板上市，在金融市场有相当的公信力和号召力。同时，作为驾培模拟领域唯一一家上市公司，它有足够的资金实力支持这种创新的模式。未来5年，宣爱智能还将大规模运用金融资金推广驾培模拟器。金融力量的介入，必将大力推动驾培模拟器的推广速度。

记者：不少驾校通过金融租赁尝到甜头了，您认为金融租赁进入驾培模拟行业将会对这个行业带来怎样的变化？

于晓辉：金融力量介入驾培模拟行业，可以说是中国驾校快速实现模拟化教学的必由之路。对于一些前期投资大的设备，比如医院的核磁共振设备，一些重型机械等，大部分都是通过租赁的方式进入市场，驾培模拟器也是如此。实践中我们也得到很多驾校的反馈，他们很容易接受这种模式。

通过金融租赁的方式使新型驾培模拟器进入市场，也是由这个行业的特征决定的。各驾校在创业之初，涉及到土地、教练车、厂房、场地等诸多投资项目，资金压力很大，而驾校的收益又需要经历漫长的过程。对于这种需要大量的资金投入，且需要长线获得收益行业，金融租赁是最可行的办法。驾校通过金融租赁的方式获得模拟器，资金压力不大，效果又好，何乐而不为呢。

与此同时，我们也深深感受到，金融力量将会重构当前模拟器设备市场的格局。金融市场有严格的选择标准，它只会投资有实力和有前景的公司和品牌，这些公司在金融力量的支持下快速壮大，快速拉开与其他企业的距离。可以说，金融力量将推动驾培模拟行业的整体发展，对行业的健康发展有深刻的影响。