

专题圆桌会

编者按:汽车后市场被誉为汽车行业的“黄金产业”,国内外资金纷纷介入,中国汽车后市场呈爆发式增长,但同时也导致行业竞争无序,商家实力参差不齐。

另外,在政令标准方面,与欧美等发达国家相比,中国对汽车

后市场,尤其是汽配件的质量、规格、性能、结构等方面的技术指标还未制定统一的规定和执行标准,也缺乏有效的第三方质量检测机构对汽车零部件质量进行认证。

对上述诸多问题,《中国贸易报》邀请国内外专家出谋划策,指

点迷津。这些专家包括:美国合格零件协会(以下简称:CAPA)总裁Jack Gillis,Intertek天祥集团全球汽车部总裁Tim Hubbard以及中国区汽车部总经理陆建,中国汽车维修行业协会汽车维修配件工作委员会秘书长魏同伟,汽车行业资深媒体人杨晓方。

治理汽配件市场 不惧失败再探新路

■ 主持人 本报记者 陶海青

兜兜转转又回到原点

新闻背景:

近10年来,中国汽车工业高速发展,汽车后市场也呈井喷式爆发。中国汽车汽配用品行业联合会统计数据显示,2014年,我国汽车维修业的产值达到5000亿元,并以每年10%以上的速度递增。专家预测,到2020年,我国维修业产值有望超过1万亿元。但我国维修企业虽有44万家左右,具有二类资质以上的却不到1/3,导致汽车后市场发展混乱,可以说是泥沙俱下,鱼龙混杂。

据央视“3.15”报道,仅对东风日产、上海大众以及奔驰的4S店售后维修进行体验调查,遭遇“小病大修”的占比高达73%。显然,对汽车“小病大修”已很普遍。由此,汽配件市场乱象再次引起关注,并被推向风口浪尖。

主持人:从目前的现状看,反垄断取得了一定成效,但依然没有解决汽配件的生产源头和渠道猫腻的陈年旧事。围绕质量、价格、质保等,依然争议不断,就是行业高手,有时也无可奈何。听

说魏秘书长早在1997年就向政府提出治理汽车后市场的混乱现状,并引进美国的管理经验,但最终失败了。请问失败的原因是什么?中美汽车后市场零部件行业有何不同?

魏同伟:多年来,中国汽车维修配件市场混乱分散,真假配件混杂现象严重,已成顽疾,规范维修配件市场难度很大,售后市场的混乱很大程度上源于管理的混乱和认证标准的缺乏。1997年提出的治理方案和管理理念太超前了,对当时的中国同仁来说,太过陌生,不符合中国国情,所以失败了。

杨晓方:国内汽车市场上,整车厂垄断着原厂件、汽车配件的流通渠道,倒逼消费者只能到4S店进行维修和服务,独立的售后网点很难与4S店竞争。作为在汽车业工作了40多年的老人,对当年魏同伟的做法仍然记忆犹新。当年他们确实获得了政府支持,但生不逢时,失败是有理由的。我所担心的是,当年相关政府部门不作为,或者说不会作为,现在就会了吗?当年的路没走通,现在就能走通了吗?

Jack Gillis:这是我第一次到中国,CAPA被

中国政府认可并接受,我们很高兴,美国也看好中国汽车后市场的前景。我此次前来,就是考察中国市场。中国汽车后市场零部件行业与美国有很大不同,与中国现有的业务模式相比,美国大多数配件维修不是由授权经销商(4S店)完成,而是由独立汽修厂完成。希望CAPA能帮助中国提高汽配件质量,提高汽配件的市场声誉。

点评:虽然10多年过去了,中国汽车零配件市场的仓储分销商、物流和其他供应渠道的相关信息依然难以获取,中国汽车零部件的分销渠道依然低效,汽车零部件假冒伪劣依然严重,假冒产品损害了中国制造的产品在国际上的信誉和口碑。

回望来路,曲曲折折,似乎又回到原点。政府的相关部门是不是需要反省呢?

一个利好消息是,去年政府实施维修配件打破垄断的政策,给国内汽配生产、流通企业带来新的发展机遇,但打破垄断并不意味着所有的配件都可以涌入市场,而是应该更规范、有序地促进汽配市场发展,这就需要引入第三方检测认证。



CAPA 认证助中国汽配件走出国门

新闻背景:

大约从20世纪60年代开始,美国市场上陆续出现了一些事故车的更换部件,这些部件的原产地主要是墨西哥和意大利。在1979年,台湾制造的雪佛兰C10皮卡第一批车身碰撞部件出口并销往美国市场。

OES(原厂维修部件)是汽车制造商生产、用于汽车维修的零部件。在后市场碰撞部件进入市场之前,OES是事故车修复时需要进行更换的唯一性部件。因为没有竞争,OES车身部件价格非常昂贵。而台湾制造的车身碰撞部件相比之下就显得便宜很多。

记者:美国是世界上汽车工业最发达的国家之一,汽车维修配件流通管理水平也处于世界领先地位。美国汽车维修产品准入是如何进行的?美国政府对进入市场的产品如何管理?台湾制造的车身碰撞部件对美国市场有何影响?

Jack Gillis:美国汽车后市场有近100年历史,是一个成熟市场。美国汽车维修产品准入主要实行的是自我验证的模式,政府对进入市场的产品实行宽进严出的管理。在美国,非原厂汽配件的价格同样低于原厂件,台湾制造的车身碰撞部件价格低廉,很多保险公司会在保证非原装零件质量和车主知情的基础上,通过提供不同等级的保险费率,鼓励投保车主选用非原厂零件以及台湾汽配件。因此,美国有超过70%的零部件销售和汽车售后服务由非整车厂授权的独立企业完成。为保证非原厂件的质量,合格汽车零件协会制定了严格的CAPA质量标准,以原厂制造程序对非原厂件的质量进行管控,再由第三方检测机构参与质量认证以确保非原厂件的质量符合CAPA标准。

Tim Hubbard:台湾厂商从上世纪80年代开始获取CAPA认证,进入美国市场,从而迅速打开北美市场。在权威第三方认证机构的帮助下,目前全球市场上的非原厂外观碰撞件市场中已经占据80%~90%的市场份额。

记者:作为国际权威的第三方机构,天祥集团如何帮助中国汽配件走向北美市场?

Tim Hubbard:作为全球最大的汽车实验室与汽车售后配件验资机构,Intertek天祥集团从1991年开始为CAPA提供验证服务。目前在美国密西根州、加州以及台湾地区组成的100多人的技术团队以及各大实验,严格执行CAPA标准,保证CAPA认证零件质量。对于需要进入北美市场的中国厂商,天祥会遵照CAPA的质量与技术标准,依照CAPA认证程序为厂商提供验证服务,帮助中国厂商走向北美。

记者:经过CAPA认证后,中国汽配件是否可以借此融入全球汽配件采购链中?

Jack Gillis:这是肯定的。以CAPA认证配件为代表的美国汽车售后市场“质量相当配件”经过多年努力形成了一套比较完整、相对成熟的运营体系。在美国质量认证制度中,以CAPA认证被美国前十大保险产业公司所认可,其验证制度针对汽车零件维修市场产品设立了严谨的质量标准,产品必须通过一系列测试程序,才能取得CAPA认证。取得认证的零件,其质量可与OEM零件媲美,甚至比其质量更好,所以获得CAPA认证的零件能更容易进入美国市场,尤其以车灯件、保险杠这类非常复杂的零件有更大优势。

中国汽车售后市场“同质配件”还处在起步阶段。

CAPA的目的就是帮助中国汽车零部件制造厂商提升质量管理水平,通过加强中美汽车售后市场同质配件领域的交流与合作,推动同质配件在中国汽车售后市场的发展,以更快地进入北美汽车售后市场。CAPA可以为中国制造商在美国以及全球市场开启大门,提升厂商的销售额。另外,经过CAPA认证的汽配件仍有相当大的市场空间。

Tim Hubbard:保险公司最关心的就是价格,经过CAPA认证的售后零件在质量上不低于原厂件,但在价格上有很大的差距,所以在北美市场上,CAPA认证配件一直是各大保险公司的第一选择。

目前仅仅在美国,碰撞维修件市场需求已经超过150亿美元,但中国大陆工厂在这一领域仍是空白,所以经过CAPA认证的中国大陆工厂可以融入北美市场。同时CAPA认证配件目前已经在澳大利亚、英国、土耳其、南非、韩国等国家市场广泛认可。对于中国工厂而言,可以迅速获得全球的认可。

点评:美国既是全球汽车制造王国,也是最大的消费国,汽车市场形成对汽车零部件的庞大需求。在美国,汽配件产业的竞争也同样激烈,但这一行业的毛利率普遍都能达到40%-50%。高毛利率并不仅仅取决于零部件利润本身,同样也取决于服务,即零部件厂不仅仅帮助维修厂提供相关解决方案,而且依靠各自的技术优势打造成功的服务企业。

美国汽车零部件市场自始至终都把不断提高产品质量和客户服务摆在首位,这是值得中国借鉴的,而从CAPA得到的经验或许能帮助中国解决质量认证的方法和思路。