

编者按: IBIS每年会议期间,都将发布全球主要事故车修复市场的行业发展现状系列报告,这些报告均由业内资深专家撰稿。系列报告多角度展示了世界事故车修复行业技术及市场发展现状。从2012年第7期开始,本刊将与国内事故车修复及相关行业的专业人士一起,分享了2012IBIS发布的最新全球主要事故车修复市场的行业发展现状系列报告。

我们将了解到: 阿根廷缺乏事故车维修方面的技术人员、缺少资金投入最新技术设备; 加拿大同样缺乏车身维修方面的合格技术人员; 中国10万家事故车修理厂经过跨越、已进入现代化经营; 希腊财政危机如何造成汽车销售市场骤降60%……从全球来看, 保险公司对事故车维修行业有着强大的控制力。例如, 在新西兰, 该国目前最大的保险公司, 如果竞标成功, 将接管其第二大车辆保险公司, 并获得其61%的市场份额, 必将成为实力更强、影响力更大的保险企业……

相信此系列报告会帮助您了解全球14个有影响力的事故车修复市场, 深入分析各国事故车维修行业面临的重大挑战以及发生重大变革所需的驱动力及关键因素。系列报告顺序依次为: 阿根廷、澳大利亚、加拿大、中国、希腊、意大利、新西兰、葡萄牙、俄罗斯、南非、西班牙、荷兰、英国和美国。

聚焦全球事故车修复市场(四)

编译/张淑珍

中国



作者: 凯伦·菲尔斯特
公司: KerenOr咨询公司
职务: 总裁

(接上期)

在过去十年, 中国汽车维修行业再一次向世人证明, 经过跨越式发展, 它已从较为落后的状态跳跃式地进入到现代化的运营管理。但是, 进入现代化的运营管理并不一定意味着像市场上常常出现的全盘接受的方式那样, 完全照搬西方的模式进行运作管理。在接受国外的产品和服务方面, 中国政府常用的一个词语是“具有中国特色的”模式。

从某些方面来看, 中国的事故车维修有些类似于我们看到的上世纪六、七十年代的西方那样。但从另一些方面看, 由于车型不同, 它又不同于那个时代的西方社会。中国在过去十年当中, 大部分的工作重点是新车销售。在满足市场疯狂增长的新车需求中, 人们在对售后产品及服务的销售业务方面, 似乎关注很少, 这一方面的业务非常零散, 经营方式也很陈旧。很明显, 随着保有量的增长和市场进一步成熟, 中国汽车售后市场销售及服务方面的业务, 包括事故车维修, 将会有很大的改变。这一改变将会产生一些引进西方模式、更具有地方特色的经营方式, 但它绝不是简单复制、照搬照抄的西方模式。

事故车市场趋势

目前中国道路上行驶的车辆, 绝大多数都是2003年以后销售的, 大约有50万辆乘用车和轻型卡车仍在质保期之内。这些车的车主通常会去4S店做机修、保养, 甚至碰撞后的修复, 这也是符合逻辑的。汽车制造商对4S店一直实行着非常严格的管理控制。目前虽然市场上新车销售的增长已经减慢, 但是4S店网络的建设, 增长依然很快。

在全国10万家事故车维修厂中, 4S店的事故车维修中心大约占了20%, 但是, 这20%的事故车维修中心却完成了市场上大多数的事事故车维修工作。中国的非4S事故车维修中心, 总体来说, 一般是规模较小、设施简单, 有1、2个维修工位、家族式经营, 维修人员也没有经过什么培训。因此, 对于中、高级独立的事故车维修厂来说, 进入市场、获取更大的市场份额有着巨大的机会和可能, 尤其是随着车辆使用年限的增加, 消费者追求高质量、价格合理的维修方式, 这些对于独立事故车维修厂的发展更为有利。而且, 维修厂一旦采用了可信的事故车评估数据系统, 与保险公司的关系也将有望得到改善。

前一阵有消息说, 国外的保险公司将授权在中国销售“强制第三方(CPT)保险”。如果消息属实, 那么进入中国市场的外国保险公司数量将会有所增加。据美国Newsdesk报道, 中国汽车市场目前的保险费的总价值约3000多亿人民币, 其中外国保险公司合计的市场份额大约是0.1%, 约合4亿元人民币。摩根士丹利的分析人士在一份调查报告中写到:“强制第三方保险(CPT)占到了整个车险的30%。因国外保险公司没有授权在中国经营强制第三方保险, 无疑这便阻止了外国保险公司在中国承销获益更多的车险业务。对于消费者来说, 购买车险时, 出于便利, 都会购买绑定在一起的强制第三方保险和商业车险, 分别单独购买2个保险的情况并不多见。”

随着消费者更加智慧和成熟, 将会要求车辆购买保险产品以及碰撞修复服务捆绑、联系在一起。对于整个行业来说, 发展并形成一种高效的客户服务模式, 以保持或提高现有的市场份额是非常必要的。由于汽车保险是有上限的, 因此, 对于保险公司(包括外国保险公司)来说, 满足客户需求、做好服务是一个挑战。

4S店经销商及车辆制造商的影响

中国的4S店经销商在新车销售、保险产品销售、保养/机械维修以及事故车服务方面发挥着重要作用。在很大程度上来说, 汽车制造商控制了4S店绝大多数的业务运营, 包括从4S店需要的一款管理/汇报软件、零部件及汽车漆的使用与调配, 到所需维修设备的购买等。

4S店经销商(默认情况下是汽车制造商), 对与4S店合作、经营保险产品的保险公司是有一定影响力的。无论是私有、国所、还是共同所有, 一些品牌的4S店集团在中国很多省份少则有3处、多则有近100处营业场所, 如上海大众和一汽大众这两家合资企业, 每家在全中国都有500个左右的4S店经销商。

维修数据及技术培训

如上所述, 汽车制造商已控制了旗下

所有4S店网络。但是, 他们不提供日常维修数据, 也不愿意向独立维修厂提供所需的部件等。事实上, 绝大多数汽车制造商、车漆、材料公司、设备制造商等均提供培训机会。除了入职前在职业学校接受的培训外, 维修技术人员通常很少接受培训。事故车维修店的店主、经理, 甚至4S的店主、经理对外派参加短期培训, 也是非常的犹豫, 这毕竟影响了维修技师的工作量。这一点显然很短视, 但是它是真实存在的。

保险公司对维修厂的控制

在中国, 最大四家保险公司中的三家, 其市场份额加起来已超过50%, 这三家均为全资所有或部分所有的国营企业。在比较当前和10年前的PICC(中国人民保险公司)的市场份额时, 我们发现有一个很有趣的现象。2002年在汽车总量相对较少的条件下, PICC的市场份额占到了70%以上; 而在2011年中国汽车总量快速增长之后, PICC大约控制了28%的市场份额。

目前在中国, 保险公司对事故车维修的掌控, 远不如像西方国家那样。保险公司更是依赖4S店经销商销售他们的保险产品, 因此, 在保险公司与维修企业的关系上说, 维修企业稍占一点儿优势。另外, 目前尚没有一家能提供零部件、工时等信息的全线、可信赖的评估数据系统。因此, 对于保险公司来说, 很难跟踪、权衡、评价维修厂的维修能力及行为。然而, 有些保险公司也有自己的数据系统, 鼓励投保人在一些维修厂使用。但是, 最终的维修成本是保险公司与维修厂之间经过长期协商而事先确定的。

在中国目前缺少一套有效而可信赖的计算机评估系统。保险公司更希望采用这个技术。的确, 一些大的保险公司需要经常使用到某种形式的评估系统。但是, 目前已有的数据信息并不完善, 也经常不准确。在中国, 数据收集是不透明的, 因此很难断定, 有多大比例的维修厂在使用着计算机评估体系。

新车销售趋势

根据全球顶尖的管理咨询公司Booz & Company(博斯公司)报告, 2007年到

2012年之间, 中国在轻型车销售方面, 为全球市场的增长贡献了32%。尽管目前新车销售有所下滑, 但是中国在全球新车销售领域, 依然是增长最快的市场, 而且有望继续保持这一优势地位。

中国新车销售在2009、2010年出现了市场过热的状况, 2011年市场大幅度降温。传统的分析认为, 2009-2010年出台了一系列奖励措施, 刺激了新车市场的销售。这些措施已于2010年12月底前结束, 但它确实推动并加速了人们的正常需求。另外, 一些城市, 尤其是北京, 为了控制城市污染、减少道路交通负担, 已采取措施, 开始限制新车销售。2012年将抑制新车市场需求。据Bloomberg(彭博资讯, 全球商业、金融信息和财经资讯的领先提供商)报道, 2012年3月初中国经济首次出现7年以来的最低点, 2012年的国民生产总值GDP也将下降。总体来说, 人们将关注汽车制造商的产能过剩及中央政府鼓励的调控政策。■

AKEMI / 雅科美® 德国原装

多功能原子灰

- 与镀锌板、铝合金、钢板等均有非常好的黏接性
- 快干、易磨、细腻、刮涂性好



用于前机盖等关键部位, 耐高温
不用环氧底漆, 适用各种车型

德国AKEMI/雅科美中国办事处

北京雅科美商贸有限责任公司

电话: 010-87794952/4752

传真: 010-87794805

中文网址: <http://www.akemi.com.cn>