



台灣汽車零組件另一個嶄新舞台 ---歐洲Thatcham驗證

財團法人車輛研究測試中心 高銘汶

2003年之前歐洲汽車售後維修市場只有兩種，一種是保險公司出險所使用的零件，其歐盟所屬國家強制使用原廠零件，其用意在保障車主用車之安全，另一種是消費者自行付費安裝的非原廠零件，非原廠零件只需取得歐洲E/e-MARK驗證及可在歐盟國家自由販賣，但以售後維修市場佔有率來看，其只不過九牛一毛。

歐盟新汽車產業競爭障礙排除條款BER (Block Exemption Regulation) 1400/2002/EC於2003年10月1日生效，主要是放寬車廠使用汽車零件之來源，在保固期後可使用非正廠的零件(AM)出險，此外，由於維修市場自由化以及來自於經銷商與維修廠競爭，使得許多經銷商開始銷售不同品牌汽車，也使得歐洲汽車非原廠零件市場(AM)快速擴張。這對擅長AM市場之汽車零配件的台灣廠商而言，將開啓一扇大門。歐盟已開放BER法令管制，同意讓保險公司在保固期後可以出險經過認證的AM零件，估計歐洲現今每年將有120億美元的AM商機。

歐洲原本當地市場封閉，幾乎沒有非原廠零件製造廠，所有售後維修都由原廠零件供應，以英國而言，非原廠零件製造廠只占2%，此外，過去非原廠零件產品只能在新車上市四至五年後使用，市占率僅3%，但BER法令開放後，保險公司將大幅使用經過認證的非原廠零件，其中英國Thatcham驗證就是汽車售後服務零組件廠商周知的驗證機構之一。

此種類似美國CAPA的驗證制度，使台灣汽車鍍金件、塑膠和車燈等零組件同業，紛紛前進歐洲。市場未來潛力大，歐洲未來在保險制度開放下，非原廠零件需求量可望大幅提升，歐洲推動BER制度，目前供給不足，非原廠零件地廠以各地車種為主，台灣廠商以在美國販售之豐富經歷並以全歐車種為主要考量，將更具競爭力。

一、歐洲汽車售後維修使用市場有多大？

歐洲的汽車零件售後維修使用市場已經步入成熟，競爭十分激烈。德國、義大利、法國、英國、

西班牙、荷蘭、比利時、奧地利、瑞士與葡萄牙等10國的售後維修使用市場規模合計達1,460億歐元(約1,710億美元)，且大多為原廠零件。預估，未來每年衍生之AM商機高達120億美元，僅次於北美市場的147億美元規模。

在歐元升值，加上歐洲產險業逐漸開放使用驗證後之AM零組件，各家廠商無不積極運作，例如：在全球已有二十多個據點的東陽集團，除了在義大利設廠外，旗下開億則以東歐為進軍標的，東陽集團預計每年在歐洲市場將以20%的速度成長。至於帝寶、堤維西則已設立發貨倉庫，對於已在2005年因產銷合模效益發揮的鈹金業，更是積極開發新車款模具，開億、耿鼎、維倫均已陸續拿到英國Thatcham認證，其中開億現已有100套以上的模具將可陸續生產，耿鼎初估也有20套以上，由於歐洲市場目前AM零件使用率相較北美偏低，台灣AM廠未來營運相當樂觀。

二、BER新制分析

(一) 歐洲汽車零組件市場與歐盟法規之關係

歐洲各國實行的雖然也是驗證制度，但與美國有較大的區別就在於美國是由企業自己進行認證，歐洲則是由獨立的第三方驗證機構進行認證，並透過檢查企業的生產一致性來確保產品品質。因此可以說，美國對汽車的管理是推動式的，政府推著企業走；而歐洲則是拉動式的，政府拉著企業走。

歐洲各國的汽車認證都是由本國的獨立認證機構進行的，但標準則是全歐洲統一的，依據的是ECE法規及EC指令，主要有E標誌認證和e標誌認證兩類。

E標誌源於ECE法規，這個法規是推薦性的，不是強制標準，也就是說，歐洲各國可以根據本國具體法規操作。E標誌證書只涉及產品零組件及系統部件，不包括整車驗證。獲得E標誌驗證的產品，是為市場所接受的。

e標誌是歐盟委員會依據EC指令強制成員國使用整車、安全零組件及系統的驗證標誌。測試機構必須是歐盟成員國內的技術服務機構，比如西班牙IDIADA、德國TÜV、荷蘭TNO、法國UTAC以及義大利CPA等。發證機構是歐盟成員國政府交通部門，如德國的交通管理委員會(KBA)。正如歐元在歐盟成員國自由流通一樣，獲得e標誌認證的產品各成員國都認可。

要獲得E標誌或e標誌，產品首先要通過測試，生產企業品質保證體系至少要達到ISO 9000標準的要求。據TÜV的介紹，德國對汽車品質保證體系審核及認證標準很嚴，依據的是ISO 9000、QS 9000、ISO 14000與VDA 6.1等標準，在該機構出示的汽車認證流程表中，檢驗專案達47項之多，除了雜訊、排放、防盜、煞車等基本專案外，僅車燈就有6項。

召回，在歐洲也是家常便飯。與美國不同的是



歐洲實行企業自願召回，企業發現車輛有問題，就可自行召回，但要向國家主管機關上報備案。但如果企業隱瞞重大品質隱患或藏匿用戶投訴，一經核實將面臨處罰。

(二) BER制度說明

歐洲於1970年起受羅馬條約第八十五條第一項規定，訂定限制競爭行爲，並針對汽車經銷契約、連鎖加盟契約等，凡有影響會員國間貿易之虞，並以妨礙、限制或扭曲共同市場內的競爭爲目的，或有此效果之事業間協議、事業團體的決定，以及一致性行爲，均與共同市場不相容，應予禁止，用意在於保護消費者免於因商業競爭而造成健康及安全等損失。

在汽車售後維修使用的市場BER制度原則要求保險公司須使用原廠零件(OES)進行維修，但因歐元升值造成原廠零件成本提昇，保險公司負荷增加，另外AM零件亦在這幾年品質不斷提昇，促使歐洲執委會在已無安全上之顧慮下，對於BER進行修正。

2003年10月歐洲BER新制度生效，放寬了車廠使用汽車零件之來源，在保固期後可使用AM件出險；法令開放後，保險公司決定大幅使用經過認證的AM零件，並朝35%的使用比率邁進。

三、Thatcham產品驗證制度

由於歐洲推動BER制度，促使保險公司提高採用AM零件的意願，在歐洲保險售服市場現存兩家驗證機構，分別爲英國Thatcham及西班牙Centrol Zaragoza，其中以Thatcham較具成熟，本文將對此機構及其運作略作描述。

(一) 簡介

Thatcham是英國唯一以非營利爲目的之車輛維修研究中心，建立於1969年，係英國貿易工業部(Department of Trade and Industry)註冊之擔保有限責任公司，由英國保險公司協會(Association of British Insurers)及倫敦羅意德汽車保險商協會(Lloyd's Motor Underwriters)兩組織所組成，前者佔有全英國98%的保險市場。

(二) 服務項目

1. 汽車零組件產品資訊，以輔助產品設計與研發，
2. 汽車安全應用領域的研究，
3. 維修技術之研究，
4. 碰撞測試、損壞可能性評估與維修可行性分析，
5. 集體評比，
6. 教育訓練，
7. 汽車售服件驗證及檢測。

(三) 汽車AM市場驗證及檢測

EC法規中的BER 1400/2002實施之後，將銷售服務及備用零件供應市場創造出更多商機。該公司近年來持續發展車輛非原廠售後維修零件鑑定之檢

測能量，以因應市場成長之需求。

以下為BER針對備用零件之來源、品質一致性等相關規範，而Thatcham驗證程序係以BER新制為基礎發展而來。

(四) 歐洲BER制度對原廠備用零件之規範

1. 備用零件來源：可以由整車製造廠提供、獨立備用零件製造商生產或經由車廠授權並於產品上印有車廠商標的協力廠提供。備用零件由備用零件製造商量產，在供貨關係上，他們是仍是原廠供應商，而技術上原廠車輛所使用與非原廠售後維修市場所提供的零組件，在品質上並沒有差異。
2. 備用零件之品質一致性：在製作、量產與功能標準方面，備用零件必須符合原廠件的品質一致性要求，在品質上才能與原廠件標準匹配。
3. 修車廠更換零件，須為品質與安全把關：針對即將更換的零組件，修車廠必須做品質驗證文件與驗證標誌的確認與把關。品質驗證文件如同出生證明一般，該零件必須提供品質驗證相關文件或驗證之標誌，維修工人方可為車輛更換零件。原廠以外的修車廠工人也須要求料件具有品質驗證證明，才能對車輛進行料件更換。

(五) 零組件驗證程序

以鈹金為例其產品驗證流程如圖1，針對單獨碰撞件製造商與經銷商之供貨來源，經審核合格而批准之後，於Thatcham資料庫建檔備查，透過Thatcham專業之驗證與測試，執行零組件之品質保證審驗，並做資料庫歸檔。在完成鑑定之零組件，在零組件外觀上刻印Thatcham之驗證標誌，可供識別之全球認可認證標記來判斷其符合Thatcham標準，其流程如圖2，Thatcham 驗證處理程序如圖3。

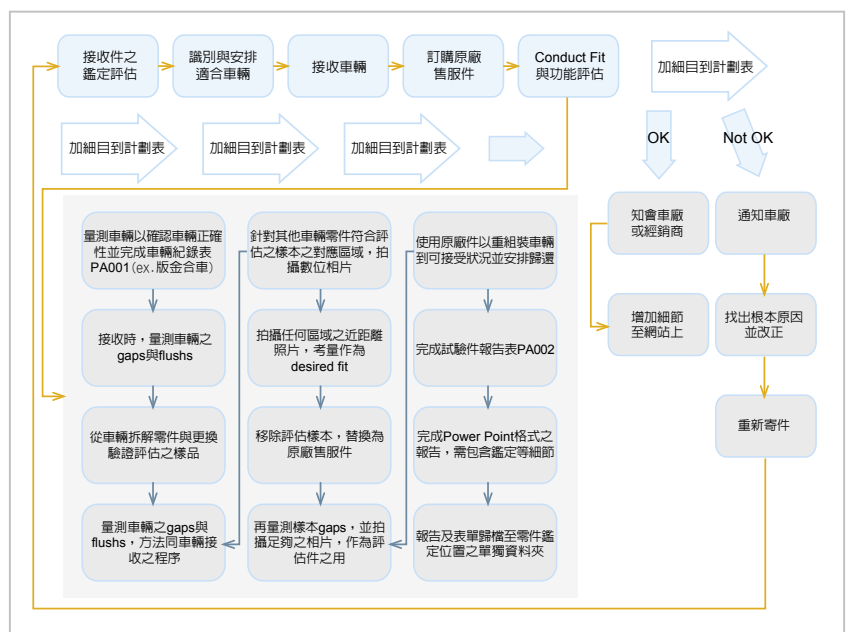


圖1 Thatcham 產品驗證流程

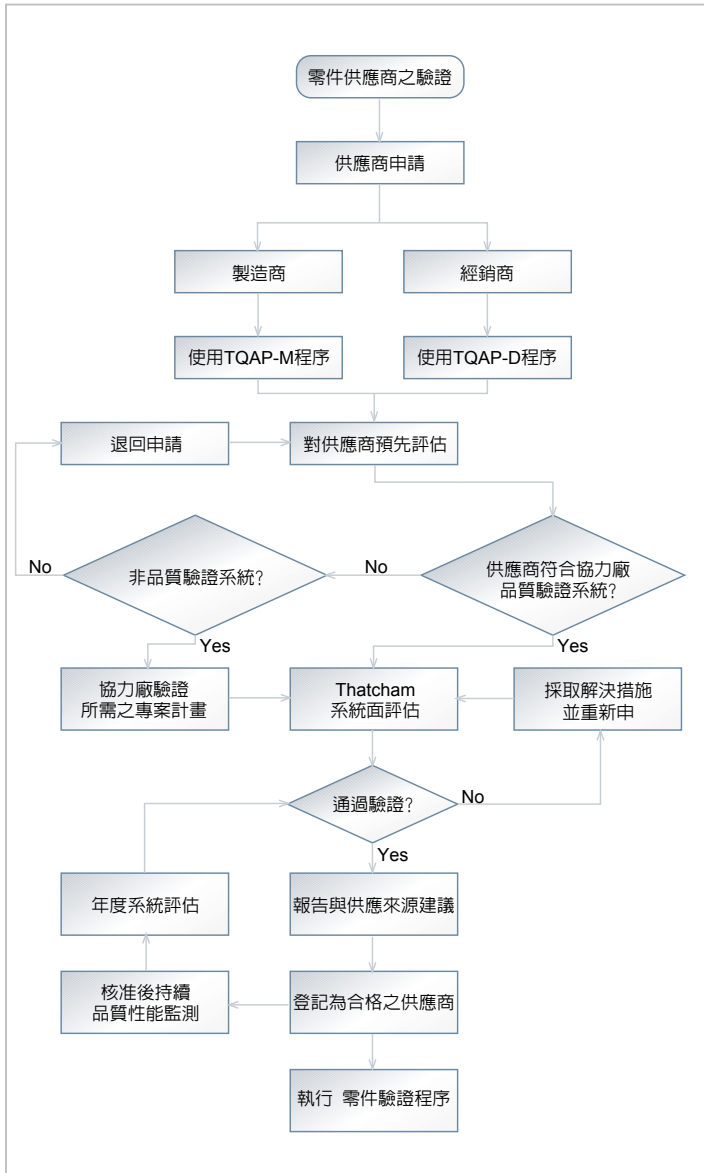


圖2 Thatcham供應商驗證流程

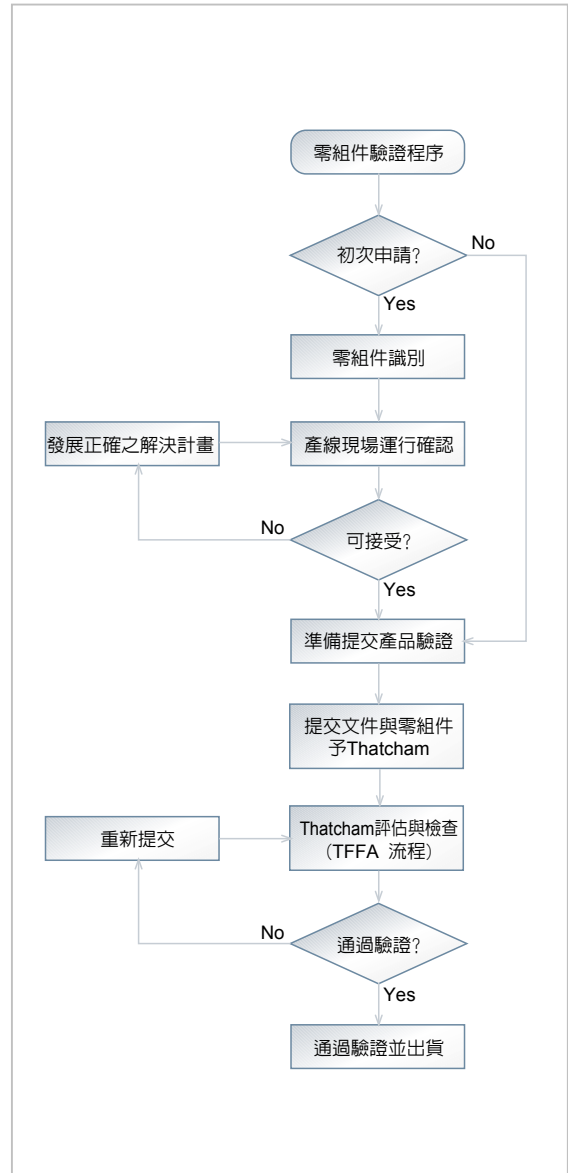


圖3 Thatcham零組件驗證流程

(六) 產品在市場上的優勢

1. 降低零件製造的缺陷，
2. 降低在處理、儲存、包裝及運送上的損壞，
3. 避免與減少非原廠零件所造成的誤解，
 - (1) 消弭一般認為非原廠零件便宜，相對品質較差的誤解。
 - (2) 零件經由與原廠件相同的標準徹底檢驗，藉此建立使用者的信心。
4. 透過線上網路，取得所需保固之供應零件資訊，並提高其便利性。

四、結論

(一) BER制度生效後，台灣廠商拓銷之路更加寬廣

近年來除了原有北美市場外，許多業者也積極經營歐洲零件市場，國內各汽車零組件廠其實在近幾年已積極開發歐洲市場，過去保險售服市場較為封閉，售服維修產品只能在新車上市後四至五年的汽車上使用，因此歐洲AM零件僅佔3%左右，在BER制度生效後，才使得市場活絡起來。目前包括如：東陽、開億、耿鼎、堤維西及帝寶等公司均積極針對進入歐洲市場有關之產銷策略、發貨通路與據點建構、生產能量擴充與供應鏈整合等相關因應事宜進行佈局，顯見國內售服零件業者積極進行國際化與市場拓展的工作已獲得良好成效。由於具備少量多樣的彈性製造技術，品質亦已迎頭趕上國際水準，國內汽車零組件廠商在國際市場已漸居領導地位。

(二) 取得進入市場之通行證

此外，歐洲消費者對於車輛更換零組件，漸重視備用零組件是否經過驗證機構之鑑定。在BER生效之後，保險售服零組件經由驗證加值，在銷售上將更具競爭力，市場未來更具有爆發潛力，然而大部分廠商產品尚未通過相關認證，這對於進軍歐洲售服市場的進度，恐有失去佈局先機之慮。台灣廠商應積極申請加入歐洲品質保證認證，提高產品認證數量，才能先行卡位以搶得預期成長的市場訂單。

(三) 透過台灣驗證機構，取得AM認證許可

在歐洲方面，已有廠商取得保險公司付費市場產品驗證的證書，並在歐洲建立起不小的規模，可藉由廠商已建立起的管道做為捷徑，由車輛中心邀請Thatcham等歐洲驗證機構來台參訪，建立交流合作關係，協助台灣廠商提早於認證系統進行佈局，此為研究單位與業界共生互利之表現，可利用此一契機營造汽車售服維修市場的優質環境，藉此有助於台灣廠商在歐洲售後維修市場的發展。