

中国高端水性汽车修补漆 市场发展趋势

阿克苏诺贝尔汽车和航空航天涂料 中国区市场经理

杨 钧



自我介绍

2 杨钧

- 上海财经大学 管理学 博士
- 现任阿克苏诺贝尔汽车和航空航天涂料 中国区市场经理
- 超过**15**年的汽车修补漆行业经验

阿克苏诺贝尔（AkzoNobel）

- **2013**年全球销售额**150**亿欧元
- 世界最大的涂料企业*
- 总部位于荷兰阿姆斯特丹

*Coatings world 2013年排名

定义

3 进口品牌

- 中国市场
- 用于汽车售后钣喷（钣金和喷漆）
- **VOC**（可挥发性有机物）



油性漆 VS 水性漆

溶剂型修补漆



水性修补漆



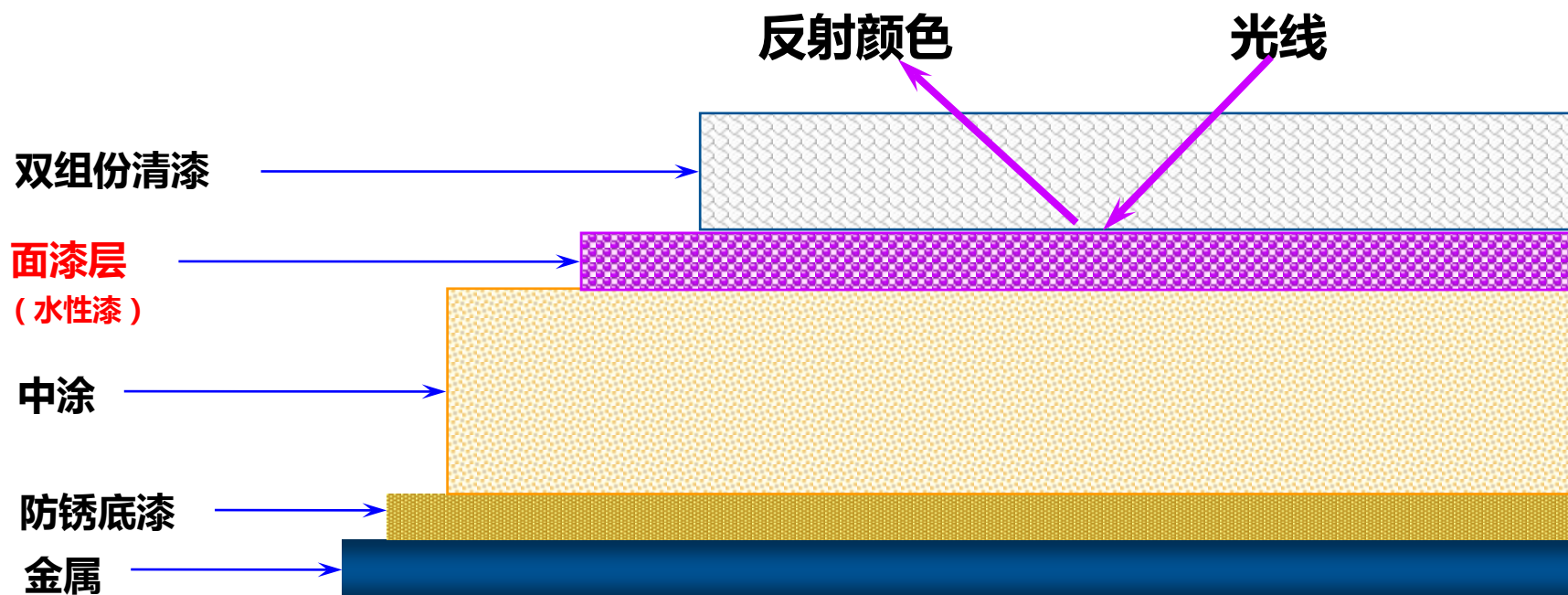
什么是水性
汽车修补漆？

水替代溶剂，
更安全环保

15%固体份（添加
剂，颜料，树脂）

20%固体份（添
加剂，颜料，树脂）

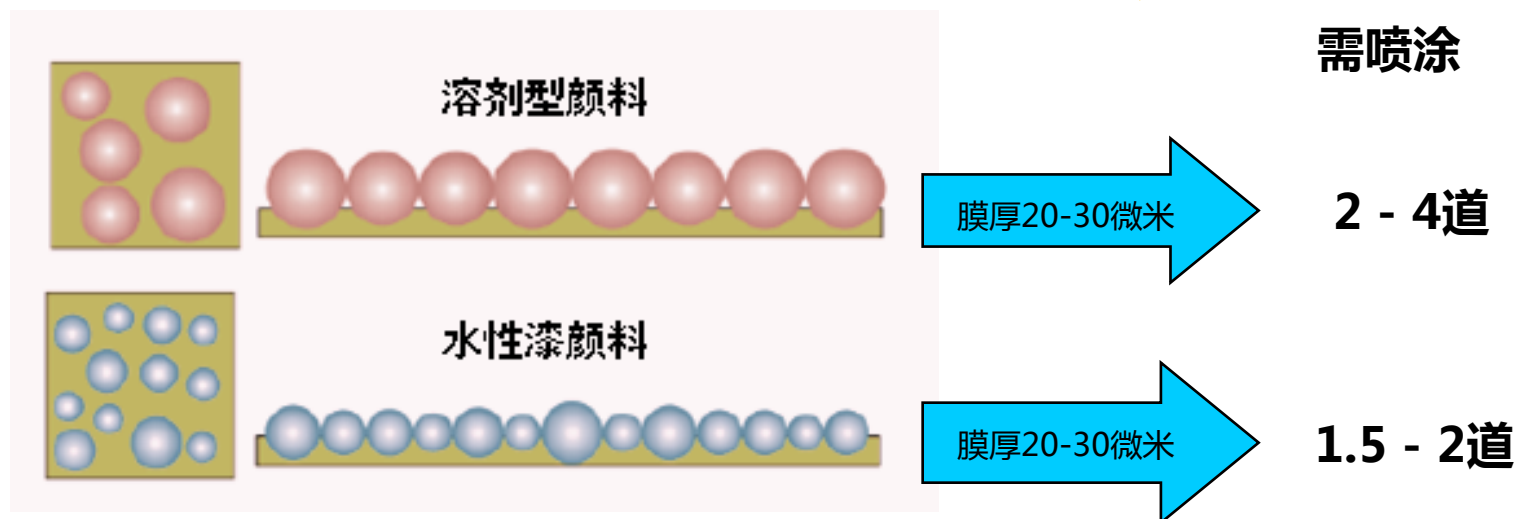
水性漆涂层解剖



油性漆 VS 水性漆

水性底色漆比溶剂型底色漆

大部分颜色，遮盖力更好！



各项指标的差异

	成本指数	工作总时间 分钟	二氧化碳排放 Kg	VOC排放 g
新劲溶剂型 系统	100	105 分钟	39.3 Kg	502.2 g
新劲水性漆 系统	98	100 分钟	19.2 Kg	230 g
下降	2%	5%	51%	54%

7

备注：1- 以上数据基于20C°下，1平方米的新工件的完整喷涂(广本夜鹰黑为例)

2- 新劲溶剂型系统采用快速底漆喷灰+新劲Autobase底色漆+新劲HS高浓清漆

3- 新劲水性漆系统采用彩色喷灰II+新劲Autowave水性底色漆+新劲HS高浓清漆

水性漆使用现状

8 4S店:

- 豪华汽车品牌的首选
- 日系品牌积极主动
- 其他合资品牌准备或正在尝试
- 自主品牌鲜有耳闻



综合修理厂:

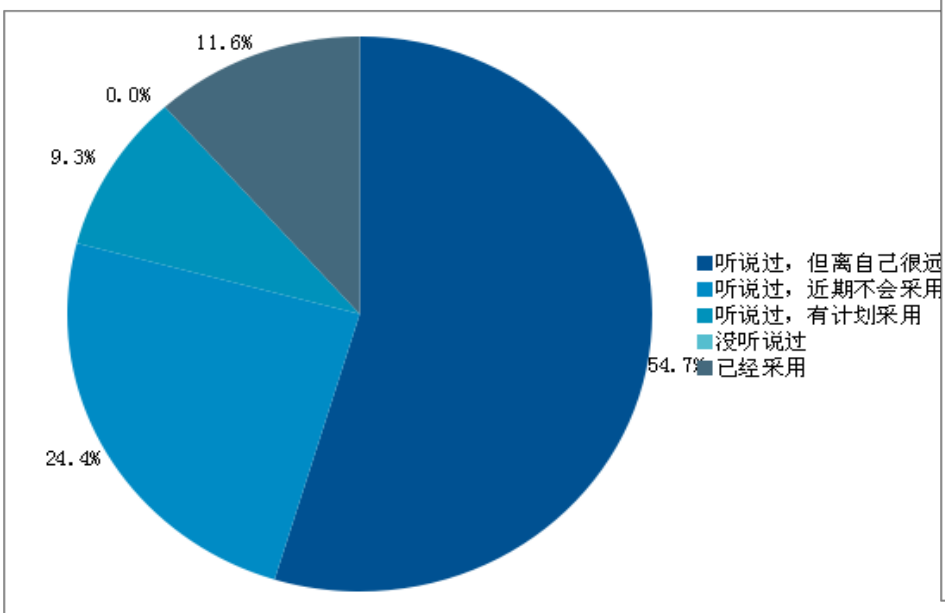
- 任重而道远



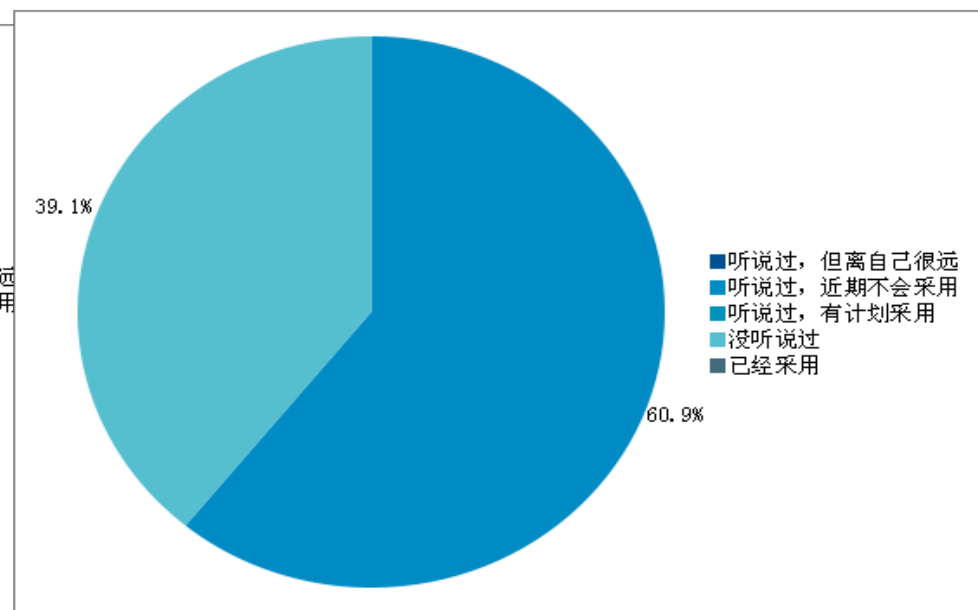
市场调研

9 中国市场的水性漆应用尚处于起步阶段

4S店对于水性漆的了解和使用*



综合修理厂对于水性漆的了解和使用*

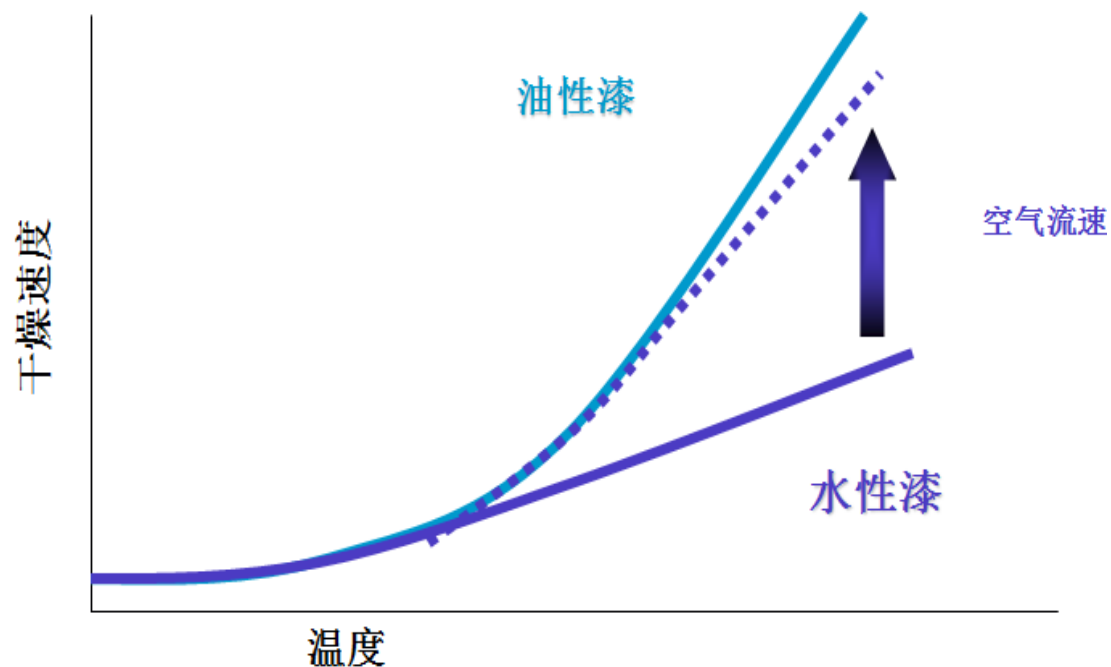


* 《汽车与驾驶维修》杂志2013年专项调研

推广难点

10 产品特性

- 价格（单罐价格，使用价格）
- 产品性能（湿度，温度和空气流速）



推广难点

11 设备工具

- 专用工具
- 设备改造

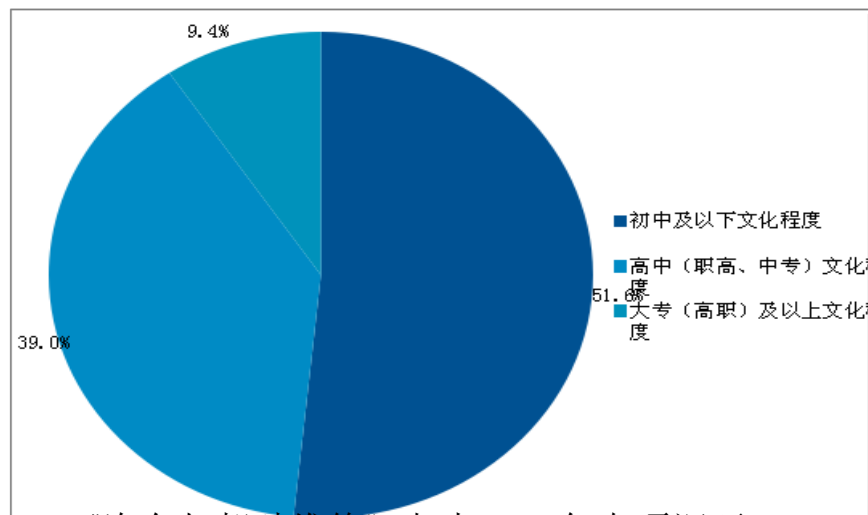


推广难点

12 技师的技术水平

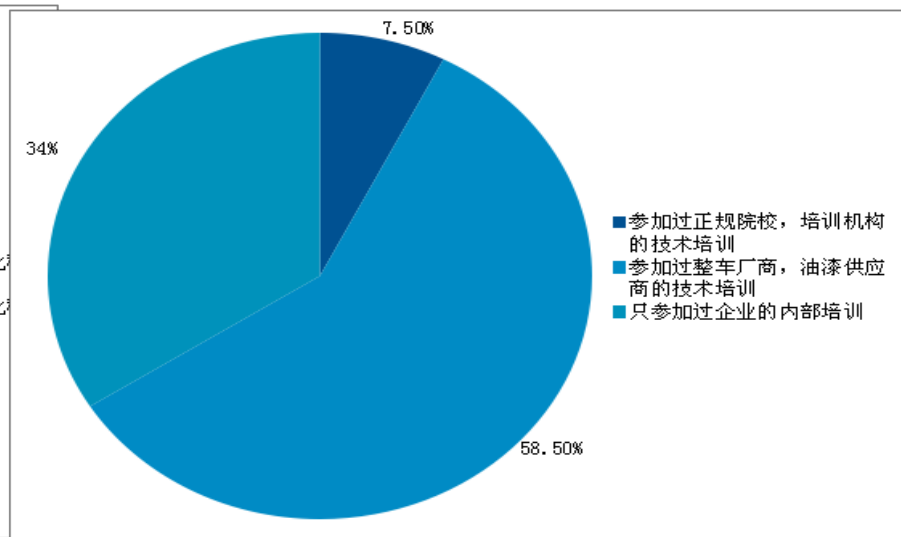
- 技师的学历和受训情况
- 技师的学习能力和学习意愿
- 技师的岗位稳定性

喷漆技师学历情况*



*《汽车与驾驶维修》杂志2013年专项调研

喷漆技师受训情况*



推广难点

13
管理水平



油漆桶，喷漆工具摆放混乱



散件摆放不规范



油水分离器使用不规范



干净的调漆室



车间整洁有序



规范的施工工艺

推广难点

14

管理层的意识

正面：

- 满足确定区域的环保需求
- 体现企业社会责任和提升其企业形象
- 率先采用先进的水性修补漆产品并成为钣喷行业的领导者
- 提供更安全的工作环境并更好的保护油漆工人的健康

负面：

- 水性漆贵，不好用
 - 喷漆技师技术难以掌握
 - 会影响喷漆质量和交车时间，从而影响客户满意度
 - 会加大维修站的硬件投入
-

展望



政府决策

16 《大气污染防治行动计划》

- **GB24409-2009 《汽车涂料中有害物质限量》**
- 绿色环保维修企业项目：以山东润华为例



整车厂商推动

- 17 除了豪华品牌和日系品牌之外，越来越多的整车厂商开始尝试在维修站网点使用水性漆产品。
- 水性漆推广：以东风日产为例

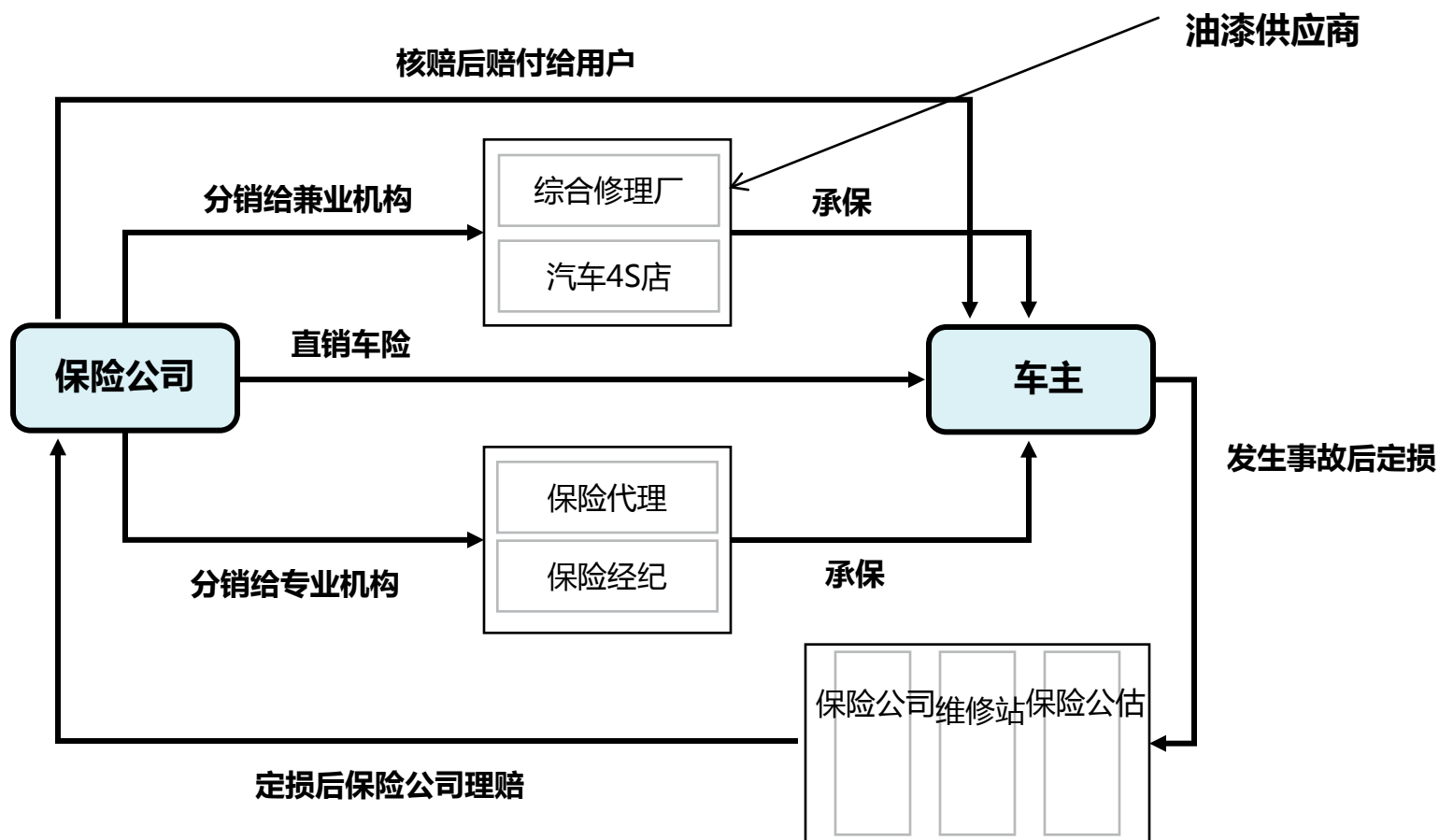


钣喷人才培养

18

- 政府引导
- 政府、学校、整车厂商，和维修站的双方或多方合作
- 拓展现有的培训模式
- 培养目标

钣喷价值链重构



趋势

20

我们可以预见，从油性漆转换到水性漆是一个不可逆的发展过程

但是整个转换周期取决于：

- 政府和相关管理部门的正确决策
 - 整车厂商的强力推动
 - 钣喷人才的培养
 - 钣喷价值链重构
-

谢 谢！
