

市场经济背景下我国第三方检测行业发展现状及问题分析

刘中阳

山东省产品质量检验研究院, 中国·山东 济南 250102

【摘要】第三方检测又称公正检验,指通过两个有相互交易性质的主体之外的其他客体(或叫做第三方)进行检测的行为。这个第三方可以是独立的主体,也可以是和两个交易的主体有业务联系,但一定是处于交易双方买卖利益之外的机构。本文力图通过对国内第三方质量和检测鉴定行业存在的一些现状情况和目前存在问题的关键问题来进行调查分析,来系统阐述一些改善它们目前生存状况问题的措施。

【关键词】第三方检测; 行业发展; 市场经济

Development Status and Problem analysis of my country's Third-party Testing industry under the Background of Market Economy

Liu Zhongyang

Shandong Institute of Product Quality Inspection, Shandong China, Jinan 250102

[Abstract] Third-party testing, also known as fair testing, refers to the behavior of testing through other objects (or third parties) other than two subjects with the nature of mutual transactions. This third party can be an independent subject, or it can be an institution that has business relations with the two transaction subjects, but it must be an institution outside the buying and selling interests of both parties. This article attempts to systematically expound some measures to improve their current living conditions by investigating and analyzing some of the current situation and key problems existing in the domestic third-party quality and inspection and appraisal industry.

[Key words] Third-party testing; Industry development; Market economy

引言

随着我国经济的高速发展,以及改革开放的不断深入,建立和完善具有相当规模、良好服务能力的第三方独立检验检测机构是势在必行的。认真负责的第三方检验检测机构能够严格按照相关标准对产品进行检验、最大限度地保证检验结果的真实性,同时也能够为公安部门搜集证据提供有力的支持。据中研普华产业研究院发布的《2021-2025年中国第三方检测行业全景调研与投资前景分析报告》可知:第三方检验检测服务业能够有效规避经济周期的影响,行业增速显著大于GDP增速。因为第三方检验检测服务业与各行各业都有紧密联系,所以下游需求的波动不会对该行业的总体需求产生明显影响,所以该行业能够有效抵御经济周期波动的影响。新发展时期,产业结构将会得到进一步优化,国内市场对第三方检测机构的需求将会进一步扩大,未来该行业仍然具有广阔的发展空间。

1 我国第三方检测的特点

我国检测行业的发展还处在初级发展阶段,但国内检测行业仍然具备良好的发展趋势,综合国情背景和行业现象,国内第三方检测机构具有如下几项特点。

1.1 科技资源整合度偏低

目前我国专业测试服务机构在深层次的检测检验的能力仍存在很大的不足,科技资源利用率偏低,不同检测机构之间协作效率也很低,这些检测资源相互隔离,科技资源整合还需要寻求合适的中介机构才能完成。

1.2 以学科而不是以市场需求来分类

另外,目前国内测试机构的组织体系以国有为主,大多以体制的方式按学科进行划分类别,而不是以市场的需求进行分类整合。反观国外测试机构的市场运作机制就比较合理,他们面向客户需求,整合产品检测所需的所有阶段分类项目,往往可以在检测过程中充当技术专家角色。大部分国内的检测机构不需要市场开拓推广,以等待顾客上门的被动方式经营。要以市场需求为导向,及时了解各类客户的需求从而有针对性的建立专业产品行业检测实验室,这样才能充分挖掘市场潜力、提高行业增速。

1.3 国内检测机构技术服务能力欠佳

国外有很多检测机构在提供一般的产品检测服务的同时,还根据用户的特点推出了专业化的增值服务,根据客户的需求和发展规划对产品提供专业化建议和改进方案。但是国内检测机构一般都没有推出专业化的增值服务,主要是因为这些检测机构的检验能力和技术水平有限,不能为客户提供有效的问题解决方案。如下几个问题是表现较为严重的地方:比如我国以国有组织的检验机构主要是由政府及各行业的职能部门投资建设的,其业务主要集中在某一专科类别,限定在某一行政区域内经营;随着我国市场经济的深入发展,独立的第三方检测机构也随着市场需求应运而生,而这些检测机构多是针对时下热销的产品设立的,因此在一定时段内,各机构之间的业务竞争也变得异常激烈;三是我国第三方检测机构实验室,为了满足单一的业务需求,长期处于被动检测过程,缺乏彼此之间的合作交流,更没有针对整个产品行业进行整体规划,与国外检测机

构相比,国内实验室资源分散、整体竞争力差。

1.4 行家欠缺,精良设备匮乏

国内很多第三方检测机构缺乏专业的检测人才和优质的检测设备,进而导致其检测效率比较低,检验能力难以满足客户的需求。要想在激烈竞争的检测检验行业里长足发展,不断更新检测设备及时培养产业行家是势在必行的需求。

1.5 信誉、品牌和网络形象相对薄弱

在品牌形象方面,国内检测机构将关注点都放在了热销产品上,根据最新的热销产品对服务进行改革,在此同时忽略了品牌形象和信誉建设,良好的品牌形象是检测机构长远发展的内在动力。国有检测机构体制相对僵化,缺乏迎合市场需求的动力,也缺乏统一的市场规划,品牌建立在政府职能上。然而,危机相应,这也给有具备一定基本实力的民营检测机构提供了发展空间,立足于市场需求,整合国内外优势资源,为建设良好的检测品牌提供了机会。

2 我国第三方检测行业的发展现状

2.1 第三方检测市场需求不断扩大

随着我国城市化程度的进一步扩大,居民生活水平的不断提高,对生活质量要求的也不断提高,同时由于我国对外贸易量也在不断加大,具有相当能力的独立第三方检测行业迎来了稳定增长良好形势。同时,国家相关部门也对第三方检测机构进行了逐步的规范和政策监督,可以说目前在中国,第三方检测企业在市场运作活动中的地位不断提升,在市场中的公信力和发展潜力得到很好的发挥。市场上各产品行业各种标准的不断出现,市场检测项目需求的快速增加。新产品新技术更新换代的速度加快,从而带来检测手段的不断更新,所以第三方检测机构具有了新的技术切入点,这些变化都将更有利于新型检测机构产生和发展。

根据前瞻产业研究院发布的《中国第三方检测行业发展趋势与投资决策支持研究报告》可知:综合考虑目前国内居民的消费水平、对产品质量的重视程度显著提高的现状和第三方检测检验行业利润比较大的特点,可以预测到2026年第三方检测检验行业的市场规模将会超过2500亿元,同时具有较高的复合增速。

2.2 市场正在增强对检测机构的公信力

人们对独立、定性、定量检测数据期待更高,市场正在增强对检测机构的公信力。目前,国内检测行业基本上只对成品进行检测,对产品研发生产过程中的问题关注不足,滞后于产品研发进度。将国内外具备一定实力的检测机构与企业串联起来,形成合作伙伴关系,将检测过程融入企业研发、采购、生产、流通的全部过程中。比如在研发阶段或者前期关键技术上及时提供专业的技术服务,将成品检测转变为企业产品研发提供技术及质量保障服务。这对没有检测能力的中小企业有重要意义,尤其在环境的监测方面,也将带动我国在环境监测、高精度检测仪器方面的发展。国外的众多检测机构进入中国也就是二三十年的时间,然而这些国际检测机构除了凭借其较长期的经验积累,其广泛的检测认可度和品牌知名度也是较大的优势,从而能够迅速占领国内市场。更为重要的是当前的中国在上世纪依然属于出口大国,对第三方检测机构的需求很大程度上受国外大买家的影响。由于社会性质以及自身保护主义等很多原因的影响,他们更倾向于寻找国外检测机构进行服务。而国内的检测机构由于地域和技术方面的问题通常很难得到国外

买家的广泛认可。不过,近两年中国政府正在加强重视国内第三方检测行业的开放和科技支持,提供良好的发展机会,对新兴的检测行业给予极大的政策支持。

2.3 中国第三方检验检测市场规模不断扩大,民营企业数量不断增加

我国第三方检测市场始建于1989年,在2000年之后得到了快速发展。随着经济发展速度持续提升,居民生活水平显著提高,我国检验检测行业的增长速度也在持续加快。2014-2019年间,我国民营检测市场规模快速增长,到2019年底,我国民营第三方检测机构数量已经接近30000家,比重超过了国有检测机构,民营检测机构数量同比增长3.45%。在国家对质量检验检测行业的帮扶力度持续加大的背景下,民营第三方检测机构的数量将会持续增长。因为业务范围涉及到全球主要国家和地区、检测能力位于行业前列,CTI华测检测具有庞大的客户群体,每年检验检测的产品数量超过200万份检,世界五百强客户中有超过100家都与其建立了业务联系。在对华测检测历年财务数据进行综合分析的基础上,可知:2015-2019年,该公司营业收入增长率和前期相比略有下降,但是增长率都超过了18%,说明该公司销售规模正在快速增长;和2018年相比,2019年该公司营业利润增长率达到了65.92%、净利润增长率达到了76.45%,增长幅度较高。

3 我国第三方检测行业存在的问题

就现阶段的市场情况,还是有许多问题制约着我国第三方检测机构的发展。第三方检测虽然已经进入发展快车道,但其发展速度仍然难以与经济发展速度相匹配。主要问题表现如下。

3.1 以学科而非市场需求进行分类

西方国家第三方检测行业建立的比较早,发展也比较成熟,组织体系基本上是以市场需求为划分标准,但是国内测试机构组织体系主要是以学科进行分类,致力于为客户提供专业的技术但是忽略了客户的个性化需求。虽然第三方检测需要得到国家相关部门的批准并有一定的海外市场,但总体而言准入要求并不高。目前也是属于遍地开花的形势。因为第三方检测提供的是测试服务,并不涉及实际生产。所以实际成本就是仪器以及人工费,在竞争压力比较大的环境下,价格战不可避免。很多第三方检测机构没有设立专门的市场部,对市场开发和监测缺乏足够的重视。这些机构应该根据市场特点增进对客户的研究,根据用户的特点建立专门的行业检测实验室,为客户提供高效专业的服务,打造更加人性化、完善化的公共服务平台。

3.2 国内检测机构技术服务能力较低

检测实验室需进一步完善规范及提升评审员素质。国外有很多检测机构在提供一般的产品检测服务的同时,还根据用户的特点推出了专业化的增值服务,根据客户的需求和发展规划对产品提供专业化建议和改进方案。但是国内检测机构一般都没有推出专业化的增值服务,主要是因为这些检测机构的检验能力和技术水平有限,不能为客户提供有效的问题解决方案。另外一个是目前实验室的独立性不强。实验室是第三方检测的关键所在,但是国内很多第三方检测机构没有自身的实验室,一般是借用政府、学校或者大型企业的实验室完成产品检测。借助于政府的实验室完成产品检测,这就与第三方检测机构的设立意义背道而驰,因为第三方检测机构与政府存在一些联

系,所以检测结果的真实性容易受到干扰;借助于其他企业的实验室完成产品检测,虽然具独立性,但是因为检测机构没有权力对实验室进行管理以及决定检验人员的人选,所以导致检验成员的流动性比较大,检验结果的真实性也难以得到保证。

3.3 信誉、品牌和网络形象相对薄弱

信誉、品牌和网络网络形象是企业核心竞争力的主要组成部分,对企业未来的发展具有重要影响,目前国内检测市场没有得到有效整合,国有检测机构因为体制不够灵活,不能对民营企业起到良好的指引作用,同时没有打造出具有强大影响力和公信力的品牌形象。但是,以上问题也给有雄心壮志和基本实力的民营后起之秀做大做强、树立中国品牌乃至世界性品牌提供机会。

4 我国第三方检测行业存在问题的解决方案

4.1 承接市场需求,细分检测分类

中国制造业体量巨大,有可能支持庞大检测市场,但目前中国并非制造强国,中国制造 2025 提出十六字方针包括“创新驱动、质量为先”,随着对质量重视程度提高与研发驱动,检测市场有望保持增长。我国对基础消费品实施强制检测认证制度,近年来我国逐步放开强制检测资质,政府鼓励检测检验机构市场化运营。未来强制检测市场有望进一步放开,包括已获资质实验室制定范围有望进一步扩充,将为民企提供广阔完善的质量标准体系。提高标准的科学性、合理性及可操作性,强化标准的权威性和严肃性。进一步完善质量评价体系,建立杂质数据库、质量评价方法和检测平台。从市场需求出发,把握时代脉搏,适应时代发展把立足点和归宿点放在市场以及客户上来,从而促进检测与时俱进。以市场导向,顺应大潮。面对客户时既充当技术专家的角色,更重要的是服务行家角色,让客户实实在在感受到服务的力量。要加强对市场和用户的分析和了解,根据用户需求建立专业的行业检测实验室,打造更加完善的市场体系。只有市场被打通了,才能全面铺开,从而把整个行业所涵盖的范围都囊括起来,才能做到发展和进步。

4.2 引进精良设备和加强人才培养

我国检测行业的仪器大部分是精准度低,测试流程复杂,手动部分多于电脑自动化,造成效率低下,准确率低。基于市场需求,我国应及时引进国外先进仪器,加强硬件建设。实时更新国内外标准及规定,做到与时俱进。积极培育人才和引进人才,加强人才的培养。平台发展最重要的不是硬件而是人才。产品检测需要各专业综合的技术能力,不断提高检测技术人员水平。人才的重要性在服务过程中体现出来。一是检验检测需要具备对新型专业技术背景学习和理解并不断深入研究的人才去优化提升,最终体现在检测服务的质量上。二是在企业长远发展方面,高级人才能够有力推动企业产品和服务的创新,专业人才能够及时开拓新的市场并进行技术研发,产品和技术创新能够推动检测检验行业向前发展,专业人才是企业掌握前沿技术的关键,只有牢牢掌握前沿技术,才能在激烈的市场竞争中保持优势地位。

随着企业和市场对专业人才的重视程度不断提高,高级检验人才将会成为企业间争夺的对象。因此,第三方检验检测机构要加大人才引进和培养力度、建立专业的人才队伍,以促进自身的长远发展。向前端制造业学习,向同行业技术人才学习,向市场需求端学习;加强垂直的技术贯穿学习,为用户提供全方位的专

业化服务,提供有效的问题解决方案,以应对激烈的人才和市场竞争,促进自身市场规模的持续扩大。

4.3 强化信誉以及品牌效应的建立

信誉和品牌给市场传递怎样的信息,市场就会给予信誉和品牌怎样的回报。品牌只有形成良好的市场口碑,才能具备提升的条件。通过检测服务类型的变化,向消费者传播安全、合理的消费感受。在检测方法上的改变操作手段,这是提升品牌知名度和公信力的重要环节。品牌核心价值是质量和信誉,是形成品牌建设的必要条件。一切关于品牌建设的活动,都应当服从和服务于品牌在商场上的核心价值。品牌管理就是以品牌核心价值为关注点的产品质量和服务的管理。保证检测报告的客观、真实、公正,从而建立良好的品牌形象,提升检测机构的检测结果的公信力。独立第三方检测机构在市场上公信力是靠检测过程中在市场中逐渐形成的。另外还应加强检测机构自身的网站的应用。建立自己的网站是检验检测机构加大自身宣传的重要工具之一,能够方便、快捷、高效地将自身优势呈现出来,推广宣传检验检测机构的实力及服务范围,同时加强与客户的沟通、交流和资料的共享等,增强与合作客户的粘性。因此,独立的检验检测机构做好加强自身网站建设,能够在行业发展和市场竞争中发挥出最大的效用。

5 结论

从以上分析可以看出,我国第三方检测行业还处在发展阶段,整体行业进展虽有所成就和突破,但远远不够,现有的一些标准和整个中国第三方检测行业难以适应市场的发展,也难以解决市场对检测,检验需求的问题。但是我国的第三方检测也并不是一无所长,目前正处在稳步发展中,为我国的食品安全,环境安全,公共检测等方面做出了不少的贡献。针对现在我国第三方检测行业存在的问题,我国第三方检测行业应该高度重视资源整合,设备升级和人才培养,并及时制定应对措施,保证整个行业发展战略的顺利实施。世界各国制定的产品检测标准在不断提升,对产品各方面的要求越来越高。此外,消费者对产品和服务质量的重视程度也在快速提高,他们希望通过权威的第三方检测机构能够提供客观公正的检测报告,市场对于第三方检测的需求将会最终形成合力,改变现今以政府检测机构为主导的市场结构,经济结构转型加快,创新驱动发展上升为国家战略,检验检测行业将迎来政策支持的重大机遇。整合不是可怕的事情,是好的机遇,如果再加上政策激励,行业将有很好的发展机会。

参考文献:

- [1] 万峰. 中国第三方检测行业分析. 中国新闻传媒集团出版社, 2014.
- [2] 李丽莎. 2006 年价格检测分析报告 [M]. 经济科学出版社, 2007.
- [3] 智妍咨询集团. 2013-2017 年中国质量检验检测行业分析及战略咨询研究报告, 中研普华出版社, 2013.
- [4] 樊自强. 国外第三方检测机构在中国经济发展中的作用 [J]. 科技资讯, 2011.
- [5] 张磊. 也谈华测 (CTI) 上市的借鉴意义 [J]. 家电科技, 2010.