

21世纪高职高专汽车技术服务与营销系列教材
shiji gaozhigaozhuan qiche jishufuwu yu yingxiao xilie jiaocai



主 编 胡艳曦
副主编 黄本新

汽车贸易 理论与实务

华南理工大学出版社



21世纪高职高专汽车技术服务与营销系列教材

汽车贸易理论与实务

主 编 胡艳曦
副主编 黄本新

华南理工大学出版社

· 广州 ·

内 容 简 介

本书从高职高专的实用性出发,全面阐述了国内外汽车贸易理论与实务。内容涵盖汽车国际贸易的发展和政策环境、汽车国际与国内贸易的内容、主要方式、交易程序、惯例术语、贸易谈判等方面的知识。并对汽车报关、二手车贸易、汽车服务贸易、汽车电子商务等新知识也进行了介绍,特别对《汽车贸易政策》作了较全面、深刻的分析。

本书紧贴市场,配以案例,突出实践性和实用性,专业术语均标注了英文,是高职高专汽车营销专业的理想教材,也可以作为相关从业人员的学习参考用书。

图书在版编目(CIP)数据

汽车贸易理论与实务/胡艳曦主编. —广州:华南理工大学出版社, 2006. 2
(21 世纪高职高专汽车技术服务与营销系列教材)
ISBN 7-5623-2356-9

I. 汽… II. 胡… III. 汽车 - 国际贸易 - 高等学校: 技术学校 - 教材
IV. F746. 6

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2006) 第 002534 号

总 发 行: 华南理工大学出版社 (广州五山华南理工大学 17 号楼, 邮编 510640)

发行部电话: 020-87113487 87111048 (传真)

E-mail: scutcl3@scut.edu.cn http://www.scutpress.com.cn

责任编辑: 袁 泽

印 刷 者: 佛山市浩文彩色印刷有限公司

开 本: 787 × 1092 1/16 印张: 17.75 字数: 443 千

版 次: 2006 年 2 月第 1 版第 1 次印刷

印 数: 1 ~ 3 000 册

定 价: 29.00 元

版权所有 盗版必究

21 世纪高职高专汽车技术服务与营销系列教材

编 委 会

主 任：宋润生

副 主 任：陈杰伦

张景来

编 委：（以下按姓氏笔画为序）

李 军 （广东交通职业技术学院）

陈杰伦 （广东工程职业技术学院）

宋润生 （深圳职业技术学院）

张耿党 （广东白云学院）

张晓东 （广东白云学院）

张景来 （广州大学科技贸易技术学院）

罗 静 （深圳职业技术学院）

胡艳曦 （广东工程职业技术学院）

徐 芸 （广东机电职业技术学院）

颜培钦 （广东交通职业技术学院）

策划编辑：孟宪忠 袁 泽



总 序

中国是全球最具潜力的汽车大市场,世界汽车制造业巨头无一例外地抢滩中国市场。在中国汽车产销量迅速扩大的同时,中国汽车后市场的业务领域也迅速扩充。新的营销理念、新的营销手段在冲击和震撼着中国的汽车销售和售后服务领域,表现出了一方面是汽车销售及售后服务业对人才的大量需求,另一方面是能适应现代汽车销售市场的人才的匮乏。为了适应新的形势,近年来,国内的大专院校,尤其是职业技术类院校的汽车技术服务与营销专业迅速扩大,早出人才、快出人才、出实用型人才成为学校和业界的共同愿望。

华南理工大学出版社根据我国汽车营销类专业的发展,结合市场实际需要,组织了高职高专院校的一线教师、专家、学者,以及具有丰富实践经验的汽车企业技术人员共同编写了“21世纪高职高专汽车技术服务与营销系列教材”。该系列教材贯彻了教育部关于“高职高专”的教育思想和方针,从体系到内容都充分体现了理论与实践相结合的原则,其具体体现为:以“应用”为主旨,基础理论以“必需、够用”为度,以就业为导向,以全面的素质培养为基础,以能力为本位,把提高学生的职业能力放在突出位置,集中培养学生的“汽车技术运用”、“整车及配件营销”、“汽车贸易与销售”、“二手车鉴定评估”、“汽车保险与理赔”和“汽车信贷与租赁业务”等能力,力求满足就业岗位群的实际需要,并使之成为具有分析和解决汽车技术运用领域和汽车整车及配件营销领域工作实际问题的复合型应用人才。

因此,本系列教材按照汽车营销的职业特点和职业技能要求,务求探索和创新,具有以下突出特点:

(1) 拓宽汽车技术领域的视野,在汽车技术知识方面不求纵向的深入,而求横向的宽泛,突出汽车技术、构造、配置上的差异所带来的车辆性能、车辆特点和使用状况的差异性对比,并追踪汽车新技术的运用,适应学生作为汽车销售顾问的技术性要求。

(2) 追踪和吸收前沿的营销理论和营销方法,运用适量的背景资料透视国内外汽车营销行业的发展变化,了解汽车市场的运行状况和走势。

(3) 汇集汽车营销领域的经典案例和国内汽车企业的典型案例,选用贴近现实、贴近中国消费者汽车生活的汽车营销实例,近距离认识汽车营销。

(4) 注重业务过程的实务性训练。引入汽车营销企业的现实做法,业务流程、业务规范均来自企业实际,与企业的业务实际零距离对接。



(5) 强化技能和技法的训练, 部分相关教材每章除了复习性的思考题外, 还安排了用于实际操作训练的实践练习项目, 训练学生的实际动手能力。

(6) 以汽车技术服务与营销专业的知识体系为需求目标, 涵盖了该专业的主体内容, 每种教材之间既进行了科学合理的分工, 又基本上保证了每种教材自身结构的完整性与系统性, 便于不同读者群和不同学校教学使用需要。

(7) 紧扣高职高专教育的目标定位, 力求实现“有新意”——内容新、结构新、格式新; “有特色”——背景资料和典型案例; “有亮点”——企业实务和实践项目。

作为跨越营销管理与汽车技术两大领域的汽车营销类复合型人才, 目前在国内更是异常匮乏, 国家劳动和社会保障部等六部委已经将其列为市场紧缺人才之一。希望这套教材能满足更多的高职高专院校的需要, 为早出人才、快出人才、出好人才出一份力。

宋润生

2006年1月



前 言

中国乃至世界的客观经济形势都为中国的汽车工业和汽车贸易发展提供了有利的大环境，中国的汽车工业和汽车贸易已进入了崭新的发展阶段。有权威人士预测，到 2010 年，中国将成为全球汽车需求量最大的国家之一。在 2010 年前，中国成为世界主要汽车制造国，汽车产品满足国内市场大部分需求并进入国际市场不是梦想。

伴随中国汽车产业的崛起，中国汽车的国际贸易、服务贸易迅速发展，高职高专急需紧贴市场、突出实践性和实用性的《汽车贸易理论与实务》教材，但目前此类教材为数甚少。针对社会需求，华南理工大学出版社组织了高职高专院校多年从事该专业教学的教师和企业第一线专业技术人员编写本教材，作为“21 世纪高职高专汽车技术服务与营销系列教材”之一。

本教材具有如下特点：

一、选材注重创新，紧贴国际与国内市场

本教材全面阐述国内外汽车贸易理论与实务，内容涵盖汽车贸易的发展和政策环境、汽车国际与国内贸易内容、主要方式、交易程序、惯例术语、贸易谈判等知识。在此基础上，全面介绍汽车报关、二手车贸易、汽车服务贸易、汽车电子商务等新知识，并对《汽车贸易政策》作了较全面、深刻的分析。

二、内容精练，条理性强，连贯性好

本教材以“实用为度”精选内容，语言简洁易懂，从汽车贸易发展和政策环境入手，逐步介绍汽车国际贸易、服务贸易、二手车贸易、汽车电子商务及汽车贸易的主要方式、交易程序、汽车报关等理论与实务，章节之间内容循序渐进，条理性强，连贯性好。

三、编写注重实务，实践性、实用性和适用性强

本教材在阐述汽车贸易理论的基础上，注重汽车贸易实务。参加本教材编写的人员既有长期从事教学的专业教师，也有汽车贸易实践经验丰富的企业技术人员。教材配有合适的案例和复习思考题，实践性、实用性和适用性较强，力求成为高职高专汽车技术服务与营销专业、汽车贸易学科的理想教材，同时可作为相关从业人员的学习参考用书。



本书由广东工程职业技术学院胡艳曦任主编，黄本新任副主编。编写内容具体分工：第一章由胡艳曦编写；第二章由单晓峰（广州龙的丰田汽车销售公司）编写；第三章、第十章由黄本新编写；第五章、第六章由官志华编写；第七章、第九章由陈曙征编写；第八章、第十一章由眭蔚编写；第十二章由陈国雄编写；第四章、第十三章由张华编写。全书由胡艳曦总纂和定稿，英文由甘利审校。

由于编写者编写水平有限，教材难免存在不足之处，恳请读者批评指正。

编 者

2005 年 11 月



目 录

第一章 汽车贸易概论	1
第一节 汽车贸易发展概述.....	1
一、世界汽车工业与汽车贸易发展概况.....	1
二、我国汽车工业与汽车贸易发展概况.....	2
第二节 汽车国际贸易.....	5
一、国际贸易.....	5
二、汽车国际贸易.....	5
第三节 汽车服务贸易.....	5
一、汽车服务业.....	5
二、汽车服务贸易.....	7
第四节 汽车技术贸易.....	9
一、技术贸易.....	9
二、汽车技术贸易	10
第二章 汽车市场与产业政策环境	12
第一节 国际分工与汽车市场	12
一、国际分工的主要方式	12
二、国际分工直接影响汽车市场	13
三、国际汽车市场的现状及发展趋势	14
第二节 汽车市场的构成	17
一、汽车商品贸易市场	18
二、汽车服务贸易市场	19
三、汽车技术贸易市场	21
第三节 我国汽车贸易政策的发展	22
一、《汽车贸易政策》出台的背景	23
二、《汽车贸易政策》的亮点	23
三、《汽车贸易政策》的重大作用	25
第四节 国外汽车贸易与相关政策	25
一、日本对国内汽车产业实行扶持政策	25
二、韩国对国外汽车产业实行限制政策	26
三、全球化产业政策改变美国汽车业发展格局	26
四、德国重视自主开发, 打造核心竞争力	26
五、产业政策不当使英国汽车业滑向低谷	27
第三章 汽车贸易方式和贸易支付	28



第一节 经销和代理	28
一、经销	28
二、包销	28
三、代理	30
第二节 寄售、拍卖和展销	31
一、寄售	31
二、拍卖	32
三、展销	33
第三节 招标与投标	35
一、招标与投标的概念	35
二、招标与投标的特点	35
三、招标方式	35
四、招标与投标的基本程序	36
第四节 我国汽车贸易的主要模式	38
一、特许经营	38
二、品牌专营	39
三、其它汽车销售模式	44
第五节 汽车贸易的支付工具和支付方式	44
一、汽车贸易支付工具	45
二、汽车贸易支付方式	47
第四章 汽车贸易合同	55
第一节 贸易合同概述	55
一、贸易合同的定义和作用	55
二、贸易合同的形式	55
三、贸易合同的有效和无效	56
四、贸易合同的内容与条款	57
五、贸易合同的违约责任	57
第二节 汽车贸易合同的内容和类型	58
一、汽车贸易合同的内容	58
二、汽车贸易合同的条款	58
三、汽车贸易合同的类型	59
四、汽车国际贸易合同的格式	59
五、汽车技术贸易合同的条款	60
第三节 汽车贸易合同示例	61
一、汽车国际贸易合同示例	61
二、汽车国内贸易合同范本	64
第四节 汽车贸易合同案例与分析	69
一、违反合同操作的危害	69



二、保险条款的备案与保险合同的效力	70
三、及时纠正违约行为的必要性	72
第五章 汽车贸易的商品品质、数量和包装	73
第一节 汽车贸易的商品品质	73
一、商品品质的表示方法	73
二、汽车贸易的商品品质	75
第二节 汽车贸易的商品数量	78
一、商品的数量	78
二、商品数量的计量单位和计量方法	78
三、签订数量条款应注意的问题	80
四、汽车贸易的商品数量	80
第三节 汽车贸易的商品包装	83
一、运输包装	83
二、销售包装	84
三、中性包装	85
四、汽车贸易的商品包装	85
第六章 贸易术语和汽车贸易价格	88
第一节 贸易术语与国际惯例	88
一、贸易术语的概念	88
二、贸易术语与国际贸易惯例	89
第二节 贸易术语解释	92
一、常用的国际贸易术语	92
二、一般贸易术语	98
第三节 汽车贸易价格	101
一、汽车贸易价格	101
二、计价货币的选择	105
三、佣金和折扣的运用	106
第七章 汽车贸易交易程序	110
第一节 交易前的准备工作	111
一、市场调研	111
二、市场调研的方法	112
三、销售方案的制订	113
四、商品的宣传	113
第二节 交易磋商	114
一、交易磋商的重要性	114
二、交易磋商的程序	114
第三节 合同的签订与合同的履行	118
一、合同的签订与履行	118



二、汽车进出口贸易合同的履行·····	119
第八章 汽车贸易谈判 ·····	126
第一节 贸易谈判的内容和类型·····	126
一、贸易谈判的概念·····	126
二、贸易谈判的原则·····	127
三、贸易谈判的类型·····	128
第二节 贸易谈判人员的素质·····	131
一、谈判人员的气质性格、心理素质和思想意识·····	131
二、谈判人员的知识结构、谈判经验和业务能力·····	133
第三节 贸易谈判的准备·····	134
一、谈判背景调查·····	134
二、谈判团队的准备·····	136
三、谈判计划的制订·····	137
第四节 贸易谈判的过程·····	137
一、谈判开局阶段·····	138
二、谈判磋商阶段·····	139
三、谈判结束阶段·····	142
第五节 贸易谈判的策略与技巧·····	142
一、开局阶段策略·····	142
二、报价阶段策略·····	144
三、讨价还价策略·····	146
四、谈判让步策略·····	147
五、僵局处理策略·····	148
第九章 汽车贸易货物运输和贸易保险 ·····	153
第一节 汽车贸易货物运输·····	153
一、汽车货物运输方式·····	154
二、货运单据·····	157
第二节 合理订立装运条款·····	160
一、装运时间·····	160
二、装运港和目的港·····	161
三、分批装运和转船·····	162
四、装运通知·····	162
五、滞期费·····	162
六、速遣费·····	162
第三节 汽车贸易货物运输保险·····	163
一、汽车货物运输保险的种类·····	163
二、货物运输保险实务·····	165
第四节 汽车贸易信用保险·····	168



一、出口贸易信用保险的概念	168
二、出口贸易信用保险的特点	168
三、出口贸易信用保险的作用	169
四、出口贸易信用保险的种类	169
五、出口贸易信用保险的承保范围和除外责任	170
第十章 汽车商检、索赔、不可抗力和仲裁	173
第一节 汽车商品的检验	173
一、商品检验	173
二、检验时间与地点	175
三、检验机构	176
第二节 索赔	177
一、索赔的产生	177
二、索赔与理赔	178
第三节 不可抗力	179
一、不可抗力的含义	179
二、不可抗力的内容	180
三、不可抗力条件在合同中的订明方式	181
第四节 仲裁	181
一、仲裁的概念	181
二、仲裁与诉讼的区别	181
三、仲裁形式和机构	182
四、仲裁协议的形式和仲裁地点	183
五、我国的仲裁程序	183
六、仲裁裁决的承认与执行	184
第十一章 二手车贸易	185
第一节 二手车贸易概述	185
一、二手车贸易的概念	185
二、二手车贸易的作用	185
第二节 国内外二手车贸易的现状与特点	186
一、国外二手车贸易现状	186
二、国外二手车贸易的特点	186
三、我国二手车贸易的现状	188
第三节 二手车贸易的内容	189
一、二手车收购	189
二、二手车整修翻新	190
三、二手车配送	190
四、二手车销售	191
五、二手车置换	191



六、二手车租赁	191
七、二手车售后服务	192
第四节 二手车贸易体系	192
一、特许经销体系	192
二、售后服务体系	193
三、网上拍卖体系	196
四、国际贸易体系	196
五、信息网络体系	197
六、价格评估体系	199
第十二章 汽车报关	206
第一节 报关基本知识	206
一、海关、关境、报关	206
二、报关的程序	206
三、报关期限及滞报金	210
四、报关单位	211
五、报关注册登记	211
六、报关企业注册登记许可的变更、延续和注销	212
第二节 保税进出口通关制度与报关	212
一、保税货物、保税仓库、保税区	212
二、保税进出口通关制度	213
三、进出保税区货物的报关	214
第三节 加工贸易货物的报关	215
一、加工贸易的概念	215
二、加工贸易货物报关	215
第四节 汽车贸易的关税与非关税措施	217
一、汽车贸易的关税措施	217
二、汽车贸易的非关税措施	219
第五节 汽车报关政策与报关流程	222
一、汽车报关相关政策的变化	222
二、进口汽车报关的基本流程	226
第十三章 汽车电子商务	233
第一节 汽车电子商务概述	233
一、电子商务在汽车行业的应用	233
二、电子商务推动汽车贸易的发展	234
三、汽车网络贸易	234
四、我国汽车行业开展电子商务的现状与展望	236
第二节 汽车电子商务模式	238
一、汽车电子商务的发展模式	238



二、汽车电子商务模式的实施过程.....	239
三、建立汽车电子商务的必备条件.....	240
第三节 汽车电子商务的应用.....	241
一、汽车的供应链管理.....	241
二、汽车的大规模定制.....	243
第四节 汽车电子商务案例.....	246
一、汽车大规模定制的应用.....	246
二、汽车电子商务的贸易平台.....	247
三、德国的汽车物流.....	249
附录.....	253
附录一 汽车贸易政策.....	253
附录二 构成整车特征的汽车零部件进口管理办法.....	257
参考文献.....	266



第一章 汽车贸易概论

第一节 汽车贸易发展概述

汽车工业的诞生使人类社会的文明和发达程度大大向前推进。汽车贸易与汽车工业的关系密不可分,互为促进。有汽车工业才有汽车贸易,而汽车贸易的发展又使汽车成了当今世界第一大商品,极大地促进了汽车工业的发展。世界汽车工业与汽车国际贸易互为促进的关系尤为显著,如今,世界汽车出口贸易额约占全球商品出口贸易总额的 1/10,占机械产品出口贸易总额的 1/4。可以说,迄今尚无任何一种商品能动摇或取代汽车商品在全球进出口贸易中的重要地位,汽车工业已成为不少国家国民经济的支柱产业。

一、世界汽车工业与汽车贸易发展概况

汽车工业起源于欧洲。1886 年德国人卡尔·奔驰(Carl Benz)设计出世界上第一辆以汽油为动力的四冲程发动机汽车,这可以说是现代汽车产业的开端。它为欧洲众多知名的汽车品牌开拓了崛起之路,使欧洲成为世界汽车工业的摇篮。之后,欧洲陆续出现了奔驰、标致、奥斯汀、罗孚、菲亚特等生产汽车的公司,至 1890 年,欧洲的汽车产量已达 6 000 余辆,欧洲成了世界汽车工业的中心。

欧洲的汽车工业迈出了第一步后,世界许多国家纷纷开始发展自己的汽车产业。发展形成竞争,竞争在发展中加剧。世界汽车产业发展过程的竞争格局发生了四次大转移:

第一次,世界汽车工业的中心由欧洲转移到美国。19 世纪欧洲汽车工业的技术水平比较领先,工艺精细,讲究豪华,因而价格也非常昂贵,汽车仅仅是王公贵族和富商们的奢侈品。1908 年,福特汽车公司推出了 T 型汽车,它操作简便,维修简单,价格便宜,当时美国一个普通工人一年的收入就可以购买一辆 T 型汽车,从而使汽车成了普通家庭的代步工具,大大拓展了美国汽车市场。1913 年,福特汽车公司又发明了汽车装配流水线,实现了汽车大批量生产,使美国汽车工业发生了革命性变化和高速发展。20 世纪初,美国汽车年产量突破 400 万辆,成为美国的支柱产业。此时,欧洲的汽车工业在第二次世界大战影响下基本处于停滞状态,欧洲以外的不少国家也因战争、社会变革等原因未能发展汽车工业,因此,美国汽车迅速占领了世界汽车市场 91% 的份额。

第二次,世界汽车工业发展的中心又回到欧洲。20 世纪 50 年代,欧洲渐渐走出战争创伤的影响。欧洲内部形成经济联合体,取消关税壁垒,这一举措使美国汽车的批量生产技术和管理模式迅速传入欧洲,美国的汽车生产商也逐渐进入欧洲市场,给欧洲汽车工业的发展注入了活力。加上欧洲二战后的经济复苏,家庭平均收入成倍增长,战争中被抑制的消费欲望迅速爆发,各国政府大力扶持汽车产业,欧洲汽车市场出现空前高潮。1950 年,欧洲汽车产量达 200 万辆,至 1966 年突破 1 000 万辆。比 1950 年增长了 5 倍,大大超过了同期美国和加拿大 750 万辆的汽车生产能力。至 1973 年,欧洲汽车产量提高到



1 500 万辆, 主要集中于德国、法国、英国、意大利、西班牙 5 个国家。

第三次, 世界汽车工业的发展重心从欧洲转移到日本。1951—1953 年朝鲜战争期间, 日本成为美军的后勤基地, 这给日本的汽车工业提供了发展的契机。1955 年日本通产省宣布发展国民车构想, 各汽车公司都为发展民用型汽车展开了宏伟蓝图, 陆续推出物美价廉的汽车, 其售价与 20 世纪 50 年代中期世界汽车大国的汽车价格相比下降了 30% ~ 50%, 使日本出现了普及汽车高潮。日本政府不断推出扶持汽车产业发展的政策, 使日本的汽车产业很快进入了高速发展期并形成了民族特色, 以低油耗的小型汽车迅速占领国际市场。1980 年, 日本汽车产量达 1 100 万辆, 超过美国而跃居世界第一位, 并且汽车出口量与日俱增, 平均 2 ~ 3 年翻一番, 创下了世界汽车产业发展的奇迹。

第四次, 汽车工业发展的重心从发达国家转移到发展中国家。20 世纪 70 年代, 石油危机爆发, 使发达国家的汽车工业发展变缓, 而发展中国家的汽车工业却在悄无声息中慢慢崛起。之前, 广大亚非拉国家和地区的汽车主要依靠汽车工业发达的国家进口。当发达国家汽车工业发展变缓时, 发展中国家经济普遍复苏, 汽车工业获得了良好的发展环境: 1980 年, 发展中国家汽车产量开始增长, 当年产量达到 300 万辆, 占世界汽车总产量的 9% 左右; 至 1995 年, 发展中国家的汽车总产量达 1 000 万辆, 占世界汽车总产量的 20%, 主要集中在韩国、中国、印度、东南亚各国、巴西、墨西哥、阿根廷和南非等国家。

经过四次汽车工业发展重心的转移, 随着发展中国家一批汽车生产国的强大, 世界汽车工业形成了以美、日、欧和新兴汽车生产国“四强”并立的新格局。世界十大汽车生产国(美、日、德、法、加、韩、西班牙、英、意和巴西)的汽车产量之和约占世界汽车总产量的 85%。同时, 世界十大汽车生产国基本又是世界十大汽车出口国(只有巴西例外, 第十大汽车出口国是瑞典)。

世界各大汽车企业为了追求更大的产业规模, 在激烈的市场竞争中形成兼并和联合, 相互提供零部件, 产品联合开发, 技术成果共享等, 使汽车整车销售及汽车服务业、汽车服务贸易和技术贸易市场高度完善发达。此外, 经济全球化、信息化、能源、资源、污染、交通等问题引发更高的社会需求, 使世界汽车工业和汽车贸易正向产业集中化、技术高新化、生产精细化和经营全球化的方向发展, 为汽车消费者提供全方位的优质服务。

二、我国汽车工业与汽车贸易发展概况

旧中国没有汽车工业, 但有汽车制造和汽车贸易史迹。

唐朝天文学家高僧一行(原名张遂, 677—721)发明了“激铜轮自转之法, 加以火蒸气运, 名曰汽车”。他应是世界上设想汽车的第一人, 比达·芬奇设想发明汽车要早 800 年。

1670 年, 著名的比利时传教士南怀仁在中国京都(今北京)制成一辆蒸汽汽车。

1902 年, 袁世凯为讨好慈禧太后, 在她 66 岁寿辰, 从香港购买了一辆德国奔驰公司 1898 年生产的汽车送给慈禧, 这是在中国出现的第一辆汽车。

20 世纪初, 外国人在上海、天津、广州等城市开设汽车洋行, 经销国外汽车并雇佣中国工人建立汽车维修工场。30 年代, 一些民族资本的汽车修配厂相继兴起, 如上海的杨得兴、郑兴泰、宝昌、大中华、祥生等, 开始生产简单的维修配件。