

汽车三包倒计时.....

中汽协:中国品牌乘用车市场低迷

本报讯 (实习生杨丽颖 记者杨冉冉)日前,中国汽车工业协会发布的2013年7月汽车行业产销数据显示,乘用车产销总体平稳,但中国品牌乘用车市场低迷。同时,中国汽车出口量连续两个月出现双下滑,下半年汽车市场形势严峻。

中汽协统计数据显示,7月中国品牌乘用车市场份额为2008年全球金融危机以来的月度最低水平。7月,中国品牌乘用车销售43.55万辆,比上月下降17.3%,比上年同期增长5.8%;占乘用车销售总量的35.2%,比上月下降2.3个百分点,比上年同期下降1.6个百分点。外国品牌乘用车销量与上月相比,各系别均低于上月水平,其中韩系和法系降幅高于10%。各系乘用车销量占乘用车总销量的比例,与上月相比,只有韩系和法系下降;与上年同期比较,日系下降2.2个百分点,降幅继续收窄,其它各系增长,其中美系和德系增长最为明显。

中汽协统计的汽车整车企业出口数据显示,7月汽车企业出口量为7.99万辆,比上月下降5.4%,比上年同期下降11.6%,环比,同比双双下滑的数据进一步拉大。汽车月度出口已连续三个月低于上年同期水平,继续呈现下降态势。1-7月出口56.75万辆,比上年同期下降2.2%,降幅比前6个月扩大了1.6个百分点。其中乘用车出口34.47万辆,比上年同期下降0.2%;商用车出口22.28万辆,比上年同期下降5%。

政策带动新能源汽车产业发展

本报讯 近日,国务院发布的《关于加快发展节能环保产业的意见》指出,政府普通公务用车要优先采购1.8升(含)以下燃油经济性达到要求的小排量汽车和新能源汽车,择优选用纯电动汽车。

中投顾问新能源行业研究员萧函认为,“政府加强纯电动汽车的采购量意义重大,不仅能够有效推广绿色出行的概念,还能有效带动新能源汽车行业的快速发展。”普通公务用车的消费需求较为稳定,采购程序日益公开化、透明化,并有向新能源汽车靠拢的趋势,一般企业在公务用车领域将很难赚到太大利润。

还有分析人士认为,汽车智能与新能源汽车代表着汽车产业的未来趋势,随着政策力度的不断加大,新能源汽车技术将不断完善,未来前景良好。

目前来看,汽车智能趋势已经相当的明显,在一些车型上,客户只需要通过智能手机客户端就可以远程开启车门、完成自动发动机和打开空调等操作,这是过去所不可想象的。

通过汽车智能技术的运用,同样可以使新能源汽车产品焕发生机。新能源汽车的未来,对于大多数中国厂商来说,或许不仅仅是如何拿到国家补贴的事情。虽然目前市场还不明朗,但业界普遍认为,一旦市场被打开,新能源车的前途与利润不可限量。(杨丽颖)

车辆因质量问题退货可退税

据新华社电 (记者何雨欣)记者8月9日从国家税务总局获悉,税务总局于近日发布公告,对车船税征管相关问题进行明确。

2012年1月1日,新的车船税法及其实施条例正式实施,车船税在征税范围、计税依据、税收优惠和征收管理等方面都作了一些修改和完善。为此,税务总局针对新的车船税法实施一年来发现的征管具体问题,制定了这一公告。

公告称,已完税车船因质量问题退货,纳税人不再保有和使用该车船,纳税义务消失。由于车船税是按年申报缴纳,为了维护纳税人合法权益,纳税人可退还自退货月份起至该纳税年度终了期间的税款,退货月份以退货发票所载日期的当月为准。

公告还称,纳税人在购买“交强险”时,由扣缴义务人代收代缴车船税的,凭注明已收税款信息的“交强险”保单单,车辆登记地的主管税务机关不再征收该纳税年度的车船税。再次征收的,车辆登记地主管税务机关应予退还。

此外,公告还明确,境内单位和个人租入外国籍船舶的,不征收车船税。境内单位和个人向船舶出租到境外的,应依法征收车船税。

高温天气行车应慎防爆胎

本报讯 近日,受高温影响,全国范围内发生多起行车爆胎事故。在江苏,7月以来的爆胎事故比平常月份增加了近三成,高速公路杭州段仅7月份发生爆胎事故978起。业内人士建议,高温天气下驾驶员应高度重视汽车轮胎的保养,有针对性地做好预防工作。

据了解,汽车在高温条件下行驶轮胎散热相对较慢,气压随之增高,从而造成轮胎过薄引起轮胎爆胎。因此驾驶员在高温条件下应格外注意轮胎的温度和气压,保证汽车轮胎规定的胎压标准。长途运行的汽车,要适当降低车速。过高的车速,不仅加剧轮胎的磨损,也会增加轮胎内的温度,从而导致胎压升高。

另外,当轮胎温度过高时,可以把汽车停于荫凉处,使轮胎温度降低后再继续行驶,切不可用泼凉水的方法来降低轮胎温度,这样会使轮胎胎面和胎侧胶层因收缩不均而产生裂纹。(王群)

相关信息平台建设工作基本就绪,据了解,配合三包规定,将由三项措施提供支撑。一项是技术支撑——《家用汽车产品三包主要零件种类范围与三包凭证》,一项是管理办法——《家用汽车产品三包信息和争议处理技术咨询人员管理办法》,一项是落实细则——《家用汽车产品严重安全性能故障判断指南》。

此前,全国人大常委会4月23日审议通过消费者权益保护法修正案草案。针对不少消费者抱怨的举证难导致维权难问题,草案明确了经营者的举证责任。往长远看,中国的汽车消费者将受到法律、部门规章等组成的成体系的越来越严格的保护。

质检总局法规司司长刘兆彬认为,汽车三包规定是个共赢的制度。有的企业虽然会增加一点成本,但是这个成本是必要的,而且有人测算过,这个成本不会很大。这种必要的成本对于培育消费者对中国汽车产业的信心和产业信誉是事半功倍的。此外,汽车三包会保障企业间的公平竞争。汽车三包还会进一步促进企业提高产品质量,把质量看做企业的生命。

10月1日,汽车生产企业、经销商、媒体、各级质监部门将如何配合汽车三包顺利实施,汽车三包的执行力度究竟多大?不妨拭目以待。

业不受三包约束,快速发展的同时也欠下消费者人情。三包政策体系全面实施后,汽车产业将面临变革和调整。”

张文利的这一观点,得到了业内人士的广泛认可。与会的汽车厂商、经销商、行业分析人士均表示,这项新政策必将改变整个汽车产业走向及其赢利模式,促进中国汽车产业的健康发展。

上世纪80年代初,美国商务部推出了旨在提高美国国产车质量、保护消费者权益的汽车“柠檬法”。“柠檬法”的出台遭到了汽车制造商的强烈抵制。因为法律规定,一旦违法,厂商就会受到严格的调查和严厉的惩罚,其罚款可以高达上十亿美元。

张文利讲到,美国实行“柠檬法”后,不到10年,汽车厂商就赔了消费者10亿美元。但正是“柠檬法”的出台,迫使美国汽车厂商不断提升产品质量,将美国汽车工业引向了健康的竞争和发展轨道。有人曾说:没有“柠檬法”,就没有今天的通用和福特。

在中国,如果执行了比美国“柠檬法”更严格的规定,汽车厂商就必须调整赢利思路,不然的话,“生产越多,赔偿的机率越多。”

配套措施联合发力

据张文利介绍,汽车三包的配套政策及

赢利模式将改变

6月6日,在一场以“三包:修理、更换、退货责任”为主题的研讨会上,汽车三包政策的制定参与者之一、北京中车时代汽车技术研究院执行院长张文利表示:“过去,汽车产



素描/东方IC供图

件三包方面的问题。在汽车单车销售普遍无利润的今天,DVD导航、音响改装等业务能为经销商带来巨大赢利,但目前公布的汽车三包涉及DVD导航安装、音响改装、豪华车升级等相关内容不多,因此在汽车三包实施后,4S店的经营方向和赢利模式变得尤为重要。

根据目前公布的汽车三包政策第五章(第十八条)规定,家用汽车产品的易损耗零部件在其质量保证期内出现产品质量问题的,消费者可以选择免费更换易损耗零部件。但生产者明示的易损耗零部件的种类范围应当符合国家相关标准或规定,且由国家质检总局另行规定。由于国家质检总局还没有对易损耗零部件的种类和三包期限做出统一规定,厂家无法按照三包规范执行,消费者出现这些问题没有维权依据。

在北京东郊汽配城开店的郭先生认为,市场上汽车DVD导航、音响等生产厂家较多而且杂乱无章,如果要统一管理并纳入三包标准,除了相关部门严厉管理之外,更需要厂家和4S店对供应商资质、产品品质考核严格。

新华社记者 南辰

8月8日,质检总局就备受各界关注的《家用汽车产品三包主要零件种类范围及三包凭证》《家用汽车产品三包信息和争议处理技术咨询人员管理办法》,正在征求意见的《家用汽车产品严重安全性能故障判断指南》中的一些焦点问题进行了解读。至此,汽车三包法规体系的神秘面纱终于慢慢揭开。

汽车三包一头连着消费者维权的利益,一头关系到生产者的质量保障能力,还与汽车经销商售后服务维修能力密切相关。小小的汽车三包,既是足以撬动整个产业、消费链条良性升级的支点,也是各方利益纠结缠绕的难点,更是从汽车大国向汽车强国转变升级的重要发力点。

中国要想实现汽车强国梦,汽车消费者的幸福指数有多高是非常重要的衡量指标。可以这样说,汽车三包的实施是中国汽车消费者回归“上帝位置”的一次纠偏,是消费者在民生消费领域重获尊严、汽车产业担当责任的一次重要调整。

一段时间以来,各界对汽车三包有形形色的热议,例如,三包出台会导致汽车涨价,会导致经销商破产等等。这其中既有因为

进行纠纷处理或找第三方争议处理机构的组织进行处理,但专家非免费,交通、食宿、劳务等费用,由争议双方协商支付。

三、零部件怎么三包? 在汽车三包政策中,发动机与变速器作为汽车的重要零部件,如果发生质量问题,累计更换两次后,仍不能正常使用的,销售者应当负责更换或退货。但如果汽车发生了空调、电器类问题,又或者有异味问题的话,都不在更换或退货的范围。(徐潇)

■本报记者 徐潇

《家用汽车产品修理、更换、退货责任规定》于今年1月15日正式公布,8月初,《家用汽车产品三包主要零件种类范围与三包凭证》等186项国家标准被批准,离10月1日正式实施仅有不到50天时间,各项准备工作已经进入倒计时阶段。

4S店压力较大

汽车三包细化标准出台前,一些车企已经做好了准备。

7月1日起,长安马自达宣布实行“新三包”服务政策;东风日产推出“7日包换”承诺。同时已有多家车企宣布提供超长质保。如一汽丰田、广汽丰田、广汽菲亚特等6家企业已实施3年或10万公里的质量担保。广汽三菱、东风悦达起亚、力帆、海马、东风风行、吉利帝豪等企业均执行的是“5年或10万公里”的质保。可以看出,车企对汽车三包做好了准备,为了吸引消费者,已率先打响了服务营销战。

不过,相对于汽车厂家,4S店压力较大一些。

近日,记者走访了朝阳北路的几家4S店,交流中,几位经销商均表示“压力大,我们4S店一直承担维修、保养责任。汽车三包正式实施后,消费者维权更积极,我们的经营成本和风险都会增加。”

事实上,汽车三包实际执行当中不仅需要4S店的配合,汽车厂家也应给予更多指引和帮助。“一旦车辆发生故障,消费者要求退换货,其间产生的责任鉴定、费用等问题都需要有个标准,而政策的实施初期也会有个磨合期。”经销商赵先生说。

零部件三包受关注

记者走访中发现,随着汽车DVD导航、原车屏升级、音响改装等项目进入不少4S店业务范围内,这些易损的零部件如何三包是大部分消费者最关心的,而此类三包问题也是最“扯不清”的。此次国家进一步明确了零部件三包范围和类别,帮助解决汽车零部件

三包细化内容提示

链接

一、怎么换?

哪些零件可以换?哪些情况可以换车?以后这将有据可依。由国家质检总局牵头建立的汽车三包网上线测试,未来消费者可以在这个网站对所有车企的“三包”相关信息进行查询,包括车型、修理网点等信息。

二、如何进行质量鉴定?

车主在与经销商或厂家发生汽车质量问题纠纷时,如何进行质量鉴定?在“汽车三包”政策正式实施之后,纠纷双方将在专家库中选择专家进行技术咨询,通过质监部门

如何解决与潍柴动力之间的股权问题,或是陕汽集团真正走入资本市场的前提

陕汽借壳上市的台前幕后

■李永钧

7月31日晚间,在筹划重组停牌逾两个月后,博通股份公告称,拟通过资产置换及定向增发方式收购陕西汽车集团有限责任公司(以下简称“陕汽集团”)100%股权。交易完成后,陕汽集团将借壳博通股份登陆资本市场。

曾几何时,因为陕西重汽的股权,引发了陕汽集团和潍柴动力之间的无数恩怨。如今,在陕西省国资委推动下,打算上市的陕汽集团如何解决与潍柴动力之间的股权问题,或是陕汽集团真正走入资本市场的前提。

上市之困

借壳上市,对于正在停牌的博通股份和陕汽集团来说,或许是一件共赢的事。陕汽集团可以通过借壳实现上市的消息,对于陕汽的长远发展来说是天大的好消息,也有助于陕汽实现做大做强、跻身汽车强者的梦想。另一方面,博通股份近年来业绩不佳,甚至一度被暂停上市,由此,通过本次注入盈利能力较强的陕汽集团资产也能增强自身盈利能力。

早在今年5月22日,博通股份便开始停牌重组。此后的6月21日,博通股份的重组方案浮出水面,宣布拟以资产置换及发行股份购买资产的方式购买陕西控股下属控股子公司陕汽集团100%的股权。7月11日,仍在停牌之中的博通股份再次发布重大资产公告宣布拟购买陕汽集团100%的股权。7月31日晚间的公告则将此事板上钉钉。

不过需要关注的是,陕汽集团目前不得不面临的问题是,陕汽集团要整体上市,陕西重汽是一块优质资产,但陕汽集团目前只持有陕西重汽49%的股权。陕西重汽的控股权在潍柴动力手里。潍柴动力持有陕西重汽51%股权,成为陕汽集团上市的“绊脚石”。陕汽集团若要上市必须把占集团80%资产的陕西重汽装入上市公司。但由于陕汽集团并不控股,其来自该部分收益只能计入投资收益。

但问题是,陕西重汽控股方潍柴动力并不放手。分析人士表示,如果此次陕汽集团成功上市,今后是否能在资本市场上有良好发展,陕西重汽是关键。否则,在汽车股整体表现不好的当下,恐怕难有作为,弄不好还会面临退市风险。

“陕汽要想借壳上市,必须跨过潍柴动力这道坎。”一位业内人士如是说。

豪门恩怨

7年前,潍柴动力入主陕西重汽,为其与陕汽方面的恩怨埋下根源。潍柴动力希望将陕西重汽整合纳入其“发动机车桥整车制造”的“黄金产业链”布局中。但陕汽方面则希望围绕陕西重汽打造自己的汽车产业链,推动陕汽集团整体上市,实现其汽车业大省的目标。

2006年8月潍柴以10.23亿元收购湘火炬,从而持有陕重汽和法士特各51%股份。此后,陕汽集团一直在和潍柴动力较劲,想把陕西重汽重新纳入“大陕汽”的版图中。2006年,在陕西省国资委的主导下,全国第四大石油开采炼化企业——陕西延长石油向陕汽集团投资10亿元。陕汽集团则以陕西重汽第二大股东的身份,将这笔资金投入陕西重汽。这也意味着,潍柴动力不跟进投资,将丧失对陕西重汽的控股权。

自今年6月,潍柴动力发布董事会公告,称以自有资金出资4.16亿元,对陕西重汽进行增资,增资完成后双方持股比例不变,同时加强对陕西重汽的控制。同年,陕汽集团在湖南长沙成立了一家新的重卡企业——陕汽环通,并依托该公司进军南方重卡市场,其后陕汽也开始进入微车领域,并在陕西宝鸡建立了微型车生产基地。

在上述暗战过程中,陕西省其实一直想拿回陕西重汽的控股权,并拟推进其上市步伐。然而,潍柴动力一直不松口。其实上述一系列的恩怨,都聚焦在陕汽集团核心资产陕西重汽的身上。这也成为陕汽集团上市的很

大阻碍。

潍柴动力控股陕重汽后,潍柴动力唯一的重卡板块也得以形成,成为目前潍柴动力的核心竞争力,而陕西重汽的重卡业务逐步成为陕汽集团的核心业务,2011年陕汽产销12万辆中的10万辆来自重卡业务;在2012年全国重卡市场下跌近30%的情况下,陕汽重卡市场份额提升1.8%。正因如此,潍柴动力和陕汽集团双方全部持有陕西重汽的野心都在急剧攀升,之间的博弈暗流涌动。

难题待解

时至今日,受潍柴动力和陕汽集团双方利益争夺影响,陕西重汽的股权和架构方面仍在僵持之中。对于上市,陕汽集团始终在竭力推进。但潍柴方面一直没有表态。

“跨省是最大的问题,这不像当年潍柴与重汽,是在山东省内解决的。既然跨省,那么两边政府的利益如何协调也是问题。同时,对于潍柴来讲,如果将陕西重汽剥离,损失太大,这会影响到未来潍柴发动机的配套。”观察人士认为,如果要收回陕西重汽,无论陕西省政府还是陕汽,都需要给潍柴相当的“承诺”。

退一步而言,即便潍柴动力同意该方案,陕汽集团由于持股比例原因也将使其受到很大程度约束。“陕汽集团49%的持股比例,意味着陕西重汽的利润只能计入投资收益,而无法合并到利润报表中。目前陕西重汽的利润至少占据陕汽控股的八成以上,若这部分利润不能合并到财报,陕汽控股和陕汽集团的本部业务收益和经营活动现金流都会很低。

难题不止如此,陕西重汽一旦通过陕汽集团实现49%的股份上市,也就意味着陕西重汽100%资产都在上市公司之中。而由两家公司构成的同一公司中,在重大事件的决策上也会存在更复杂的流程和更多的利益纷争。各利益相关方都会有把自身利益最大化的私心,因此很多细节问题更难协调。



捷豹路虎召回万余辆进口问题车

中国车市的“沃尔玛效应”

■文岩

60年前,山姆·沃尔顿用5000美元在美国西部偏远小镇开设的小商铺沃尔玛,60年后以年销售额2630多亿美元站到了金字塔的最顶端。沃尔玛的成功法则就是曾被对手所藐视的“乡村路线”,后来则被业界称为“沃尔玛效应”。

今天,中国的汽车厂商们谈起网络布局计划,也必将发展二三级市场作为重点。因为,如果忽略了中国广大的中小城镇及农村市场,就很可能会输掉未来。“沃尔玛效应”,同样也会在中国车市出现……

据最近一项调查,上海、北京等大城市的汽车消费潜力远远排在诸如大连、东莞这样的城市后面。这就开启了一个有趣的话题:汽车消费的下一个潜力市场在哪儿?许多有眼光的汽车厂商瞄准了购买力方兴未艾的中小城市,也就是二三级市场。

在汽车业界,市场层次的划分并没有一个明确的概念,但一般都将长三角、珠三角、京津唐“三大经济圈”内的小城市及周边辐射地区和大城市郊区、周边县市归为二级市场,而将中小城镇及广大的乡村归为三级市场。前几年,二三级市场还只被视为汽车业的一支“潜力股”,而如今有越来越多的厂商已开始视其为真正的“蓝筹股”。因为近几年二三级城市汽车市场的发展十分迅猛。据国家信息中心统计,去年以江苏、浙江、福建、山东为

代表的我国二级区域市场,汽车销量增幅达40%左右,远远高于全国平均水平。而“中国城市汽车消费潜力榜”显示,家庭轿车消费潜力前10位的城市分别为大连、玉溪、珠海、昆山、成都、厦门、无锡、长沙、宁波、苏州等二三级城市。此外,二三级城市在道路交通、用车环境等方面也比大城市更有优势,二三级市场正在成为中国车市一股重要的推动力量。

一位经济学家的话耐人寻味:“别忘了美国家庭汽车更多是在农村。”这对于拥有8亿农村人口的中国更具有现实意义。2012年,浙江农民人均纯收入达到14552元,江苏则为12202元,福建为9967元,山东为9446元。随着内地民营经济的崛起,乡镇企业的发展及经商、创业农户的增加,微面、微卡、轻客、低档SUV及皮卡等载货、乘用车均相宜的车型在广阔的乡村市场迅速扩张,而经济型轿车进入内地中小城镇的步伐同样不可阻挡。因而从去年以来,各大汽车品牌纷纷把战略目光定格在大城市郊区及区、县等二三级市场,一场由“城市走向农村”的新一轮竞争正在悄然上演。

中国二三级市场无疑是一个能诞生商业奇迹和梦想的地方,如同现在再没有人否认沃尔玛的“乡村路线”一样,又有谁能说大城市以外的二三级市场就不能代表一个新的汽车消费时代的开端呢?谁能尽快了解市场的需求趋向,开发生产出适应消费需求的产品,提高服务水平,推动品牌、文化建设,谁就能在未来执二三级市场之牛耳,这是毫无异议的。