

平行进口车政策的松绑,有望改变进口车价格虚高的现状,但上牌限制和售后服务仍是其发展软肋

# 平行进口车：“正名”之后仍需闯关

■本报记者 王群

虽然关于平行进口车的各种利好消息不断传出,但其销量并未因政策松绑而有明显提升。记者近日从北京亚运村汽车交易市场获悉,即使平行进口车已经获得“合法身份”,“亚市”特色进口车销售专区“未能在短期内迎来消费热潮,相关销售数据可谓“表现平平”。

随着国家政策的出台,平行进口车在为自己“正名”的同时也迎来了难得的发展机遇,但其能否撼动整个进口车市场,打破现有的4S店单一销售模式,改变进口车价格虚高的现状,仍需相关配套政策和服务的全面落地。

## 走出“灰色地带”

平行进口车即非中规进口车,俗称水货汽车。它是指绕过该品牌制造商以及中国总经销商的授权,通过其他渠道从美洲、中东、欧洲等市场进口的车辆,通常以高端豪华车为主。

长久以来,平行进口车一直游走于国内汽车市场的“灰色地带”,这在很大程度上是由于《汽车品牌销售管理实施办法》的相关销售规定。

于2005年颁布施行的《汽车品牌销售管理实施办法》中第六条明确规定,“境外汽车生产企业在境内销售汽车,须授权境内企业或按国家有关规定在境内设立企业作为其汽车总经销商,制定和实施网络规划。”基于此,多数海外车企都在国内设立了销售公司,负责进口汽车的总代理,并且催生了现行的4S店单一销售模式,而“绕过该品牌制造商以及中国总经销商授权”的平行进口车便处于尴尬的境地。

然而,近年来,国内平行进口车市场却呈现出了极高的活跃度,消费者对于平行进口汽车的认可和需求都在不断增强。

据中国欧洲经济技术合作协会副秘书长陈璟珉介绍,目前我国平行进口汽车市场发展活跃,2013年全国整体进口量超过8万台,占当年进口总量的7%,且每年的增速超

过20%,远远高于进口汽车整体增长速度。

今年10月1日,国家工商总局正式停止实施汽车总经销商和汽车品牌授权经销商的备案工作,从事汽车品牌销售的汽车经销商(含总经销商),按照工商登记管理相关规定办理,其营业执照经营范围统一登记为“汽车销售”,这不仅被外界视作是政府层面关于平行进口市场的“松绑政策”,同时为平行进口车的合法化提供了依据。

此外,有消息传出,国家质检总局将非中规进口车纳入《家用汽车产品修理、更换、退货责任规定》范围之内的相关政策也在制定之中。

利好政策出台加之急速上升的市场需求,平行进口车市场无疑将迎来前所未有的发展机遇。

在中国汽车流通协会汽车有形市场分会秘书长王宏昌看来,此前由于进口汽车总经销的市场垄断和市场支配地位的滥用,平行进口汽车一直游走在市场“灰色地带”,在一个极不公平的市场环境中艰难地经营着,但它是随着市场经济发展而发展起来的,是整个汽车市场不可缺少的一个重要组成部分。

“随着关于停止汽车总经销商和汽车品牌授权公告的实施,平行进口车市场将加快前行。”王宏昌说。

## 有望破解进口车价格虚高

近一段时期,平行进口车市场可谓“动作不断”。8月份,上海市政府发布《上海国际贸易中心建设2014-2015年重点工作安排》,提出推动自贸试验区内“平行进口汽车”政策试点,建设“平行进口汽车”展示、体验、销售等综合性展示交易平台和综合维修中心,并于9月初将上海自贸区汽车平行进口试点方案上报商务部。

9月25日,北京亚运村汽车交易市场与中国人保签订“推进平行进口车“三包”服务战略合作框架协议”,并在此基础上建立“亚市”特色进口车销售专区”。这无疑为目前平行进口车市场搭建了更为广阔的销售平台,也

让外界对此有了更多的期待。

一直以来,进口车尤其是豪华进口车居高不下的价格为多方所诟病,相较之下,平行进口汽车则可以通过压缩中间环节而形成较为明显的价格优势。有统计数据 displays,目前平行进口车的终端成交价格比中规车低10%~20%,而价格越高的车辆差价越大。

北京亚运村汽车交易市场中心副总经理颜景辉表示,作为中规车的补充,平行进口车往往以车型新奇特和价格的优势满足了消费者的个性化需求,这对抑制进口车价格虚高起到了一定标尺作用。

也有专家认为,平行进口车市场的放开,有望形成更加充分、平等的市场竞争,带给消费者更多的选择,将改变进口车价格虚高的现状,在一定程度上带动价格的理性回归。另外,汽车品牌授权备案制度终止,让更多非经授权的进口商从产品原产地或者其他市场进口汽车成为可能,国内经销商可以通过平行进口的模式,从国外其他代理商处订购汽车产品,多品牌销售将逐步替代传统4S店的单一品牌销售。随之而来的是,厂商控制流通渠道的能力将被削弱,销售和进货的渠道将趋多样化,进口车价格会随之下降。

## 上牌和售后是硬伤

价格优惠、配置丰富、选择多样……平行进口车的多种优势自不待言,但其能否给整个进口车市场真正带来撼动仍然有待考察。

事实上,虽然平行进口车优惠的车价对消费者颇具吸引力,但其售后服务的短板却让很多消费者望而却步。转向选择价格较高但售后服务较为完善的正规进口汽车,便成为行业发展的“软肋”。

对于“亚市”特色进口车销售专区”的销售业绩,颜景辉认为,这一方面是因为目前平行进口车遭遇上牌限制的窘境,另一方面则是其自身存在的三包服务体系不完善的短板制约着平行进口车的销售和市场的健康发展。

# 汽车销售新规不能“隔靴搔痒”

■文 岩

近日,有消息称,经过多轮商讨修订之后,汽车流通领域最重要的汽车销售新规即将发布,新规将淡化“品牌”概念,或更名为《汽车销售管理实施办法》。

据了解,发布新规的目的主要是为了建立公平的市场竞争环境,缓解过去经销商和汽车厂商的严重不对等关系。2005年实施的《汽车品牌销售实施管理办法》强化了主机厂在产业链中的强势支配地位,掌控着从确定销售价格、经销商利润空间、经销商网络建设、到品牌宣传等多方面的“主宰权”,这种不对等关系导致双方矛盾不断加剧。长期以来,经销商强烈希望修改汽车销售法规,改变这种不对等关系,为自己争取更多利益。

如今,汽车销售新规终于即将尘埃落定,新规将通过放宽经销商建店的硬性要求,以及调整商务政策等多个方面,改善汽

据新华社北电 (记者何雨欣 谭晓晓)中国保险行业协会、中国汽车维修行业协会日前联合发布国内36个常见车型的最新零整比数据,零件和整车再现巨幅价差。

零整比,顾名思义就是汽车零部件与整车销售价格的比值。根据国外的研究数据,300%左右的零整比正常,如果高于600%、700%则显然不合理,有攫取暴利的嫌疑。

今年4月,两协会联手首次发布18个国内常用车型的零整比和50项易损配件的零整比,有的车型超过1200%的零整比让人瞠目结舌,直接暴露出我国汽车行业长期存在的弊病。

时隔半年,这18个车型零部件价格是否改变?根据发布,其中11个下降,5个提高,2

# 北京公交与福田汽车签约

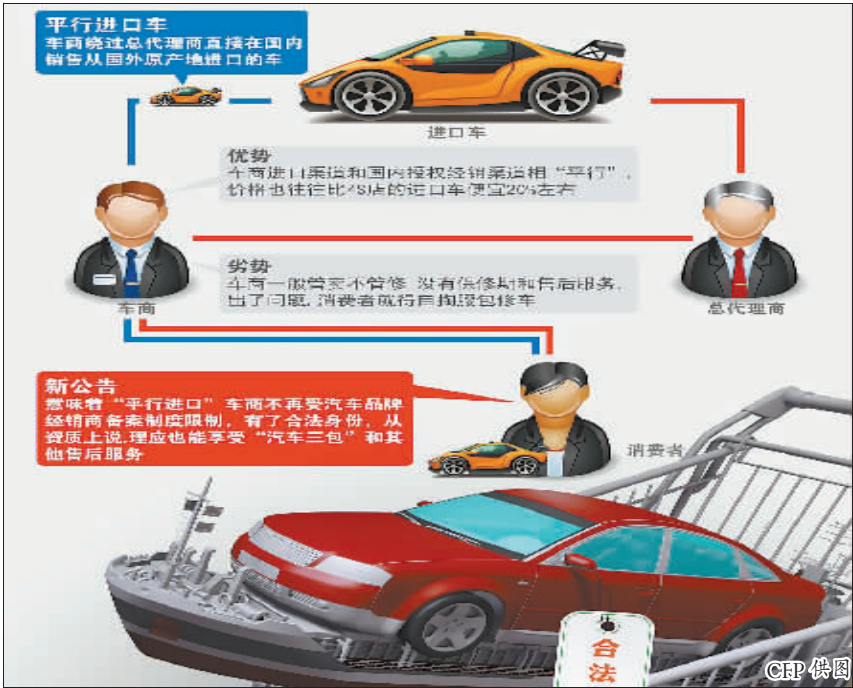
## 首批纯电动公交车交付

本报讯 (记者丁军杰)11月2日,北京公交集团与福田汽车集团在北京市怀柔区举行“700辆纯电动公交车签约暨首批交付仪式”,同时,首批交付的30辆纯电动公交车将投放到怀柔区运营,这也是北京远郊区首次大规模批量运用纯电动公交车。

据介绍,本次纯电动公交车订购协议在APEC正式会议开幕前完成。首批交付的30辆纯电动公交车运行在怀柔区,也正是APEC会议的所在地,为APEC会议期间首都市民绿色出行提供保障。

据了解,在北京公交集团与福田汽车集团签署的700辆纯电动公交车采购协议中,除了有12米双源无轨电车和12米低地板纯电动两种已经投入运营的车型外,还首次出现了12米城郊版纯电动、6米级纯电动和18米双源无轨电车,这些车型均代表了国内新能源汽车行业的最高技术水准。

此次首批交付的30辆纯电动公交车中,最大的亮点是首次亮相的10辆6米级纯电动



据了解,目前市场上销售的平行进口车具备海关和检验检疫局的正规合法手续,但由于非中规车是车企为非中国区域生产的车型,这类车证书上所列的车辆相关信息是进口商申报的改装车辆的信息,有可能与关单、商检单上的相关车辆信息不一致,而车管所也没有此类改装品牌的任何数据。这样一来,若遇到部分管理严格的地方车管所部门质疑时,就很可能遭遇上牌难。

国家质检总局质量司质量处处长巫小波表示,平行进口车在价格方面有着很大的优势,但劣势是售后服务体系的不健全。“目前针对这部分车投诉率居高不下,据不完全统计,对进口改装车投诉率是33%,但是这个投诉不是对产品质量本身,而是对售后投诉。”

另有业内人士指出,目前平行进口车经销商的准入门槛和退出门槛都非常低,经营变动比较大,很难让经销商承担售后服务的责任,而其他的汽车品牌代理厂商往往拒绝为此类汽车提供质保,这便意味着这类汽车不能享受“三包”(包修、包换、包退)服务。

此外,近日有报道称,《汽车品牌销售管理实施办法》的修订已有了实质性进展,在多方博弈之后,征求意见稿规定汽车经销商销售的新车产品“不得是在国内外办理过注册登记机动车”。这就意味着,二手进口车和出境时需要“完税”的美规平行进口车将被挡在门外,仅中东版和欧规车将享受平行进口的待遇。如果此规定实施,平行进口车有可能仍然面临小批量运营之境况。

## 东风加速打造海外市场运营团队

本报讯 (通讯员龙际礼 杨鲲鹏 记者邹明强)东风汽车公司2014海外项目运营人才培训班“大使圆桌—非洲篇”,日前正在北京外国语学院进行,通过聘请经验丰富的驻外大使与东风公司海外项目运营商进行面对面的交流,引导海外项目运营团队,发现机会,规避风险。

2012年4月,东风公司海外事业DH310计划发布,东风将有序地推进国际贸易人才、KD生产条件下的管理技术人才、全球化研发人才及海外公司经营管理人才等四类人才的建设。到2015年,公司海外事业高层次人才将达到400人左右。

当年9月,东风与对外经贸大学合作,推出海外项目运营知识与技能培训班,从公司各板块甄选出29名员工参加培训;今年9月,东风与北京外国语学院合作,开办了第二期海外运营知识与技能人才培训班。

“大使的精彩讲解和与学员的对话交流,让我们更加全面深刻地了解了中东这个蕴含巨大潜力的市场,为我们熟悉海外环境,今后有效开展海外业务提供了很多有用的信息和思路。”来自东风商用车有限公司的陈焯在参加完“大使圆桌—中东篇”后写道,“在开拓海外市场时,要重视意识形态的差异和文化的影晌,及时捕捉当地市场需求的变化,开展积极有效的品牌宣传和公关活动,使东风真正成为世界的东风。”

## 工商总局要求各地加强汽车市场监管

据新华社电 (记者谭晓晓 高敬)为维护汽车消费者合法权益和公平竞争的市场秩序,国家工商总局11月2日发出通知,要求各地将日常监管与专项整治相结合,切实加强汽车市场监管。

据介绍,汽车产业链长,牵扯面广,涉及多个部门。随着汽车消费不断升温,在汽车市场经营活动中,生产、销售、使用假冒伪劣汽车配件,虚假宣传,欺詐消费者等现象时有发生。

工商总局要求各地工商机关,加大对损害竞争和消费者及其他汽车市场主体合法权益的垄断协议、滥用市场支配地位、商业贿赂、违法有奖销售、虚假广告宣传、销售侵权和假冒伪劣商品、不公平合同格式条款、网络交易违法行为等突出问题的整治力度。

工商总局同时要求各地工商机关,依法公开汽车市场主体登记、监管等信用信息,减少经营者和消费者之间的信息不对称,保障消费者的知情权。坚持守信激励和失信惩戒,对守信主体予以支持和激励,对被列入经营异常名录或者严重违法企业名单的汽车市场主体,要严格执法,依法予以限制或者禁入,提高失信成本。

## 因虚报汽车省油

## 现代和起亚被罚3亿美元创纪录



美国环境保护署和司法部日前宣布,韩国汽车制造商现代汽车及其姊妹公司起亚汽车已经同意支付3亿美元的罚款,了结针对两家公司虚报燃油经济性数据的指控。这将是针对这一问题有史以来最大规模的罚款。

CFP供图

## 打破行业“关门试验”做法

## 天津:汽车碰撞测试向公众开放

据新华社电 (记者孙洪磊)广汽本田日前在中国汽车技术研究中心举办办车对车15°角小重叠率碰撞试验。这次公开举行的小重叠率小角度碰撞测试,打破以往仅局限于行业范围、“关门试验”的做法。

记者在碰撞试验现场看到,试验使用了广汽本田的两台第九代雅阁车,1台是目标车,1台是子弹车,两车分别以56公里的时速,呈15°斜角以25%重叠率进行碰撞,在碰撞的一瞬间发出“砰”的一声巨响,现场零件散落一地,惨烈的场面令人印象深刻。

这是我国首次公开举行的小重叠率小角度碰撞测试,打破以往仅局限于行业范围、“关门试验”的做法,是一次大胆的尝试,也是业内首创。来自全球的数位新车碰撞测试(NCAP)专家、国内部分汽车安全专家、多家媒体等均在现场观摩。

“车对车发生碰撞,是现实生活中发生率最高的一种交通事故形式。”中国汽车技术研究中心主任赵航说,相对于车辆障碍物的碰撞试验而言,车对车的碰撞试验更能真实的反映实际情况,获得数据在车辆安全性研究方面更具有现实意义和指导意义。

据介绍,汽车碰撞试验关注的是对人的伤害程度,而不是车的损坏程度,这对于向公众普及正确的汽车安全知识,提升安全驾驶意识很有必要。

根据美国高速公路管理局(NHTSA)的统计数据,在现实发生的交通事故中,小重叠率碰撞案例占全部事故的24%,但由于碰撞受力面积小,造成的伤亡也尤为严重,已经成为重点研究的碰撞形态。

## 大众速腾遭遇信任危机

## 车主维权声浪难平



田飞 摄/CFP 供图

# “双11”汽车电商大战提前打响

## 传统汽车营销模式遭遇挑战

■李永钧

尽管刚刚进入11月份,2014“双11”汽车电商大战却早已打响。主导这一领域的,已经不仅仅是汽车媒体、汽车厂商,独立第三方平台甚至一些汽车经销商集团,也都加入了这场迅速蔓延的争夺战。在经过十余年的发展后,传统汽车营销模式遭遇严峻挑战。

回眸去年“双11”购物节,一场史无前例的汽车电商大战让人记忆犹新。短短几天时间,交易额突破240亿元,尽管这一数据饱受业内质疑,但一个不争事实是,一扇“大门”终于被打开,汽车电商已成为行业最为热门的词汇。

日前,汽车之家宣布了其今年的“作战计划”,开启“双11疯狂购车节”。11月11日零点,用户在车商店铺爆底价专场可以以底价购得心仪爱车,同时,可选择在线支付全部购车款。至此,中国汽车电商正式跨入交易阶段。10月10日起,抢金币、竞拍、秒杀等让利优惠就已经陆续启动。据了解,汽车之家“双11疯狂购车节”早在数月前就开始秘密酝酿,目前已经有数十个品牌确认合作意向,宝马、英菲尼迪、东风标致、东风雪铁龙等主流汽车品牌已被悉数入场,其他品牌正在紧张筹划中。

从招商进展来看,各大厂商对汽车电商的重视程度进一步提升,厂商对汽车电商的销售能力也赋予了较高的期待。因此,在优惠政策方面,厂商给出的让利幅度较大,汽车网站本身对于销售汽车有着天然的优势,在庞大的经销商体系和大量精准用户群体的支撑下,今年“双11”创造较高的销量成绩也大有可能。

10月13日,易车正式拉开了2014年