

汽车销售欲“松绑” 十年思变待破局

■本报记者 杨冉冉

出台十年之后,饱受争议的《汽车品牌销售管理实施办法》(以下简称《办法》)修订在即。近日,有消息称新版《办法》最终修訂稿将于近期进行公示,明年初有望正式实施,汽车流通业的销售模式或将正式迎来拐点。

随着汽车市场的发展与变化,统治行业流通领域多年的4S店模式已逐渐凸显种种不适。自《办法》修订的消息传出后,业界各种修改意见就纷至沓来,对内容的变更之处也众说纷纭。其中,“会否取消品牌授权制度,放宽经销商代理品牌的数量”成为备受各方关注和争论的焦点问题。参与新《办法》修订工作的权威部门三缄其口,令新《办法》的指向性一度扑朔迷离。

目前业界比较普遍的观点是,新《办法》放宽了经销商的经营标准要求以及经营模式限制,并提出了建立非品牌授权通道,但《办法》的核心——约束经销商与汽车厂商责权关系的授权制度依然会保留。

有乐观者认为,新《办法》将给予经销商更大的自由度,重新平衡汽车厂家和经销商之间的关系,未来有望出现类似苏宁一样的汽车销售商。但也有业内人士担心,授权制度的保留意味着,新《办法》改变的只是“细枝末节”,其在近10年来所导致的汽车企业占据强势地位的情况不会发生根本上的改变。

变革呼声高涨

作为汽车流通行业政策核心的《办法》,在实施的10年中一直饱受质疑。

2005年,为解决汽车销售和售后过程中存在的,诸如质量不稳定或存在缺陷、合理退换货要求被无理拒绝、配件价格良莠不齐、维修价格不透明和乱收费等问题,《汽车品牌销售管理实施办法》出台。《办法》出台后,虽然汽车市场整体价格相对透明和稳定了,但也带来了巨大的争议。

燃油泵缺陷召回 奇瑞是否漏掉瑞麒 G5

本报讯 奇瑞、华晨、长城三车企日前发布公告称,由于零部件供应商联合汽车电子有限公司设计制造原因,部分车辆的燃油泵法兰回油管支架可能会出现开裂,导致燃油泄露,存在安全隐患,三家企业将分别召回多款车型。其中,奇瑞汽车共涉及A3、东方之子、V5和QQ6等4个车型。据中国汽车质量网消息,此召回公告发布后,已经有数十位奇瑞瑞麒G5车主投诉反映,该款车型与奇瑞召回范围内的其他车型使用的是同一种类燃油泵,并且之前屡有燃油泄漏事故发生。车主希望奇瑞汽车将瑞麒G5纳入召回范围,以根除可能存在的安全隐患。

中国汽车质量网相关投诉信息显示,这些车主使用的车辆绝大部分为2012款,主要购买时间集中在2011年9月到2013年10月间,这与召回公告公布的批次、2005年3月到2014年1月期间生产的产品区间相符。很多车主表示,奇瑞瑞麒G5自2009年12月上市,至2013年12月停产,尽管“存在”时间仅4年,但也累积了不少用户,奇瑞应该对瑞麒负起同样的责任。

有车主就召回“凶凶”缺陷燃油泵型号进行了调查,结果发现,瑞麒G5使用的燃油泵与召回范围内的A3属于同一品种,只是型号略有不同。除了燃油泵属于同一类型,最让瑞麒G5车主担心的是,早在今年上半年,陆续有车主在一些论坛上发帖,称发现燃油泵漏油。当时就有车主怀疑瑞麒G5燃油泵存在一致性缺陷的可能。

据了解,如果燃油泵油管一旦发生破裂,

经销商认为《办法》过多保护了整车厂利益,经销商需获得汽车供应商授权后才能到工商部门登记获取经营资格,加剧了厂家和商家之间不平等的地位。消费者也认为《办法》使买车成本增大,并没有很好地维护自身的利益。

2007年7月,数百家汽车经销商曾联名上书商务部,要求对《办法》进行修订。而商务部、汽车流通协会等机构在过去数年中也曾多次传出要修改《办法》的风声,但由于产业链条复杂,且涉及部委较多,因此修订方案几易其稿,却都“无疾而终”。几次停滞,几次重启,背后隐藏的则是利益博弈。

前10年中国汽车市场飞速发展,虽然厂家严格钳制,但经销商能够盈利,因此“痛并快乐着”接受现实。近三年,在厂家高目标的压力下,市场供过于求的竞争导致经销商生存状况迅速恶化,但厂家对此后果承担有限,这导致了经销商与厂家矛盾的加剧,经销商“修改《办法》”的呼声再次高涨。

今年以来,随着发改委对汽车行业反垄断调查的推进,现行的《办法》被认为是厂家暴利和对汽车全体系价格垄断的“帮凶”。8月工商总局取消经销商备案工作,有关《办法》将被修订的消息就不断传出。9月,商务部组织相关人士召开了三次座谈会,就修订细则征求意见。至此,老版《办法》最终被送上了“手术台”。

博弈“品牌授权”

可以说,相关部委在“《办法》非改不可”这个问题上达成了共识,但在“如何修改”的问题上,各方进行着激烈的博弈。其中,“品牌授权制”被认为是汽车流通领域所有矛盾冲突纠纷的根源,是否放开“品牌授权”成为讨论的焦点问题,一直争论不休。

在公开的表态中,支持者认为,近十年来,该制度已使厂家过于强势,从而引发了价格与市场垄断、厂商与经销商矛盾不断升级的种种事件,最终损害的是消费者的利益。

而反对者的意见是,授权制存在近10年

来,规范了市场秩序,维护了消费者权益。同时,授权制是国际各行各业通行“法则”,本身没有问题,这一制度之所以会导致垄断,主要是因为部分汽车供应商对这一权利滥用,因此,只需要约束其行为即可。

事实上,工商总局8月发布取消经销商备案工作后,业内多数人曾认为,品牌授权制将因此而寿终正寝。而作为资源供应方和渠道建设方,汽车厂家在这场战役中自然不会“坐以待毙”。9月初,商务部主持召开的征求意见座谈会上,有主机厂代表提出,“如果取消授权制,汽车产品出了问题,将没有人负责,不利于市场稳定。”

多方考量之后,新《办法》征求意见稿似乎选择了一种折衷的方式——取消了“品牌”,但最受争议的“授权制”得以保留。

据了解,如果“品牌授权”写入新《办法》后,就意味着经销商并不能随意拥有某个汽车品牌的销售权,他必须达到品牌供应商设立的标准后,才有资格经营。而为了遏制汽车厂商过于强势的地位,商务部在为授权制正名的同时,还在新《办法》中对厂家责任有诸多界定,其中包括进一步明确“授权”的概念、授权年限;制订品牌供应商设立标准;制订品牌经销商设立标准;制订品牌供应商和品牌经销商合同文本(范本),杜绝建店标准、搭售、广宣等霸王条款;建立经销商退出机制等。

在业内分析人士看来,是否保留授权制度对于监管部门而言也是一种两难的选择。如果取消授权,则意味着经销商将获得极大的自由,市场化程度也会因此加强,但与此同时,由于汽车厂商对终端市场规范作用的缺失,可能导致十年前的混乱局面再现。

期待格局重塑

虽然核心的品牌授权制度未被彻底打破,但对经销商来说,一个利好消息是“新《办法》”将为非授权方式建立销售渠道。“参与新《办法》”讨论的汽车流通领域业内人士向记者透露,平行进口、大卖场作为非授权销售的重要

■通讯员 赵文丽 本报记者 康劲

日前,家住甘肃省庆阳市正宁县的赵向文一家欢欢喜喜地“接回”了一辆小轿车。车子刚停到家门口,立即吸引了不少围观者。现今购买私家车本不稀奇,稀奇的是这是一辆家用新能源汽车。

目前,新能源汽车在国家政策的大力支持下逐渐从实验室走向了市场,但真正购买的人还比较少。翻开赵向文的私家账本不难发现,敢吃“螃蟹”还真的需要好配料。

作为80后的青年,赵先生对新能源汽车关注已久。但由于这类汽车普遍售价较高,每次在看完车辆介绍后他只能心有遗憾。直到日前,财政部、国家税务总局、工信部下发《关于免征新能源汽车车辆购置税的公告》:自2014年9月1日到2017年12月31日,对购置的新能源汽车免征车辆购置税。第一批免征车辆购置税的新能源汽车车型目录中共收入了113款车型。赵先生发现自己之前看中的一款车也在免税范围。他算了

一下,加上之前国家的政策补贴,原价20多万的,现在购买只需不到15万元。经过近1个月的等待,终于等到了4S店的提车通知。赵先生这辆新能源汽车是“油电混合”动力的车型,可以纯电动行驶也可以汽油+电动模式混合驱动;充电可以使用专门的充电桩也支持家用220伏电源。接车到现在为止,赵先生的车已经跑了2400公里,其中三分之二以上的里程都是靠电力跑出来的。

“车买来刚一月,使用频率很高,但很少



单个4S店销售多品牌汽车的模式如实现,将打破过去一直由4S店垄断的进口车销售。图为2014第十三届天津国际汽车贸易展览会上经销商展销的韩国进口双龙汽车。

李胜利 摄/东方IC 供图

继续保持4S店模式,二流品牌可能走向一店多品牌的经营模式,而一些反应较慢、盈利能力差的品牌将走进汽车大卖场和汽车超市。

一些大型经销商集团对此表示乐观。北京一位汽车经销商集团负责人向记者表示,经销商集团往往已取得多家汽车品牌授权,可以有效进行资源集约,开拓汽车卖场等新的渠道。但也有经销商表示了担忧。一位经销商告诉记者,发展汽车卖场或汽车超市的销售模式,如果建立的网点不能纳入厂商的正规管理体系,消费者能否认可还难以预估。

“中国汽车市场已经进入了转型期,在此期间如何建立新型的厂商关系,是急需解决的关键问题。”有专家认为,从备案取消、平行进口松绑到展开的反垄断调查、落实汽车“三包”等一系列行动都在宣告,行业秩序正在逐步改善,利益格局有望重新改写。

尽管新《办法》给予了经销商更多的“话语权”,并对汽车厂家的强势行为加以限制,但在“维权”多年的经销商看来,即使取消了对销售单一品牌的限定,在授权制度下,能否实现多品牌经营仍要“看汽车厂家的脸色”。有业内专家预计,品牌授权松绑之后,未来汽车品牌将产生以下分化:一流品牌

敢吃“螃蟹”还需好配料——一位家用新能源车主的私家账本

用油。纯电模式可以跑70公里,足够上下班用。”赵先生介绍。

对于普通家庭来说,购买新能源汽车算得上“吃螃蟹”,因为很多人对新能源汽车的技术成熟度、保养维护、售后服务以及日常充电都持怀疑或观望态度。但赵先生却认为:“没有哪样东西是十全十美,而且电动汽车低排放,环保健康,是个美味的大螃蟹!”

要让新能源汽车真正被寻常百姓接受,能省钱才是硬道理,在赵向文看来,“螃蟹好吃,关键在于配料”。

以赵先生买的这款车为例,共享受国家补贴、地方补贴、车辆购置税减免等优惠近8万元。除了购车款,日常使用中所需电费也是支出的一大项。

7月30日,国家发展改革委发布《关于电动汽车用电价格政策有关问题的通知》,明确了电动汽车的充电价格,采用居民家庭住宅、住宅小区等充电设施用电,执行居民电价。这意味着,电动汽车的使用成本将大大降低。

赵先生算了一笔账:他的车充满需用13度电,纯电动可以跑70公里,按照每度电

0.55元的标准算,百公里花费约10元,即使是油电混合模式行驶,百公里油耗也仅为4L。而使用传统燃油能源的汽车百公里燃油一般都在8L,平均每公里所需费用近1元,是电动汽车日常使用成本的好几倍。

随着新能源汽车的异军突起,国家电网也加快了各类充电设施的建设步伐。据国家电网公司四季度工作会议消息,计划年内建成电动汽车充换电站253座、充电桩6831个,推动电动汽车发展,其他的配套设施和服务网络也在不断完善。

目前,新能源汽车的发展已经到了一个快速扩张的时代,我国对新能源汽车的政策支持也在不断加大,据不完全统计,自年初以来,国家发布的新能源汽车相关政策已达十多个,给正在快速发展的新能源汽车市场不断注入强心针。

在大的政策指导下,甘肃省也于日前出台了《甘肃省加快新能源汽车推广应用实施方案》,鼓励推广新能源汽车。这一政策的出台推动了新能源汽车在甘肃省的落地。预计

到2016年,甘肃全省推广应用新能源汽车将达到5500辆。

平,实现年内市场份额第二次同比回升。包括合资自主品牌,销量(指狭义乘用车销量)共实现58.91万辆,同比攀升12.1%,高于乘用车市场平均增速的10.2%;市场份额再次回升,同比上升0.6个百分点至36.1%。上汽通用五菱和长安汽车在新车助力下,销量继续拔高,为自主整体增长贡献四分之三增量。

传统四大自主品牌中,除仍处于调整期的吉利以外,销量均恢复增长。奇瑞汽车10月单月销量同比增长7.1%至3.75万辆,前10个月累计略增2.6%至35.69万辆,是四家企业中唯一销量累计增长的企业。长城10月销量同比增长8.6%至6.15万辆,实现年内首次增长。1月~10月,长城汽车同比尚有6.9%的下滑,累计销售47.84万辆。比亚迪10月销量同比微增1.7%至4.20万辆,1月~10月,其销量累计32.34万辆,同比下滑25.3%,在四家企业中跌幅最高。

另外,一汽轿车前10个月累计销售23.37万辆,同比增长22.1%,任务完成率达到77.9%,要完成全年目标难度不小。

在日前举行的广州车展上,包括东风、一汽、上汽、广汽、长安、奇瑞、吉利、长城、比亚迪、华晨等在内的自主品牌车企纷纷上市全新车型,包括新荣威950 2.0T、奇瑞艾瑞泽3、长安悦翔V7、启辰全新SUV170、广汽传祺GA6、吉利新远景、绅宝D20和哈弗H9等,准备摆开阵势与合资品牌打一场硬仗,对年终目标进行全力冲刺。

11月经销商库存指数再高企

本报讯 中国汽车流通协会日前发布的“中国汽车经销商库存预警指数调查”显示,2014年11月库存预警指数为65.7%,比上月上升了10.7个百分点,处于警戒线水平以上。经销商普遍认为11月份市场总需求减少,销量下降,库存压力加大,经营状况差于上个月。

根据以上数据,预计在2014年12月份市场需求会增加,但由于年底厂商冲击销量任务,经销商提车任务量加大,库存压力会进一步加大。中国汽车流通协会建议,经销商应对市场保持理性判断,合理调控库存量,减少因库存压力带来的经营风险。

(子烨)

一汽马自达第100万辆轿车下线

本报讯 (记者柳姗姗 彭冰 通讯员罗勤)11月27日,一汽轿车马自达品牌第100万辆轿车在长春一汽轿车工厂下线,这意味着一汽轿车马自达品牌正式跨过百万辆门槛,成为其发展史上新的里程碑。

自2002年一汽轿车与马自达公司在上海签署合作协议,2003年Mazda6轿车正式投放中国市场,到第100万辆马自达轿车的成功下线,马自达公司借助一汽轿车的实力,实现了经济效益和品牌价值的双提升;一汽轿车也通过合作平台大幅提高了制造技术水平,不断提升产品品质,获得市场认可,迎来了百万辆产品的下线。

十二年间,一汽轿车马自达品牌从单一一款Mazda6轿车发展到目前横跨轿车、SUV、MPV三个领域,6款车型的强大阵容。据了解,一汽轿车马自达品牌在2014年还将服务升级为“专属服务”,即为每位客户配备一名“专属管家”,带给客户最好的用车体验和感受。

上海通用召回部分别克老款君越汽车

据新华社电 质检总局日前发布公告称,上海通用汽车有限公司日前根据《缺陷汽车产品召回管理条例》的要求,向国家质检总局备案了召回计划,决定召回部分别克老款君越汽车。

该公司自2015年3月1日起,召回部分2006年1月11日至2006年11月8日期间生产的2006年款别克老款君越汽车,共计40496辆。

本次召回范围内部分车辆前照灯驱动模块在长期使用后可能无法正常工作,极端情况下会导致近光灯无法点亮,存在安全隐患。该公司将为召回范围内的车辆免费更换前照灯驱动模块,以消除安全隐患。

部分新骐达、奇骏、途乐汽车被召回

据新华社电 质检总局日前发布公告称,东风汽车有限公司向质检总局备案了召回计划,决定召回部分汽车。

东风汽车有限公司自11月28日起,召回以下部分汽车,共计21415辆:2011年9月1日至2014年6月25日生产的部分进口途乐汽车,共计305辆;2012年1月7日至2014年1月19日生产的部分涡轮增压式新骐达汽车,共计465辆;2014年2月18日至2014年10月24日生产的部分2.0奇骏汽车,共计20645辆。

本次召回范围内部分车辆由于发动机燃油轨道上的燃油压力传感器的紧固方法不合适,在发动机振动等状况下,少数燃油压力传感器的紧固可能会出现松动,导致燃油压力传感器螺纹处发生燃油泄漏,存在安全隐患。

比亚迪汽车前三季度亏损3.9亿元

本报讯 比亚迪日前公布的三季度财报显示,1~9月该公司实现营业收入404.09亿元,同比增长4.4%;净利润3.89亿元,同比减少16.38%。扣除非经常性损益后,前三季亏损3.9亿元。

比亚迪方面称,由于中国汽车市场的竞争加剧、自主品牌的需求走软等因素,全年利润预计可能下跌10%到22%。与今年上半年情况类似,比亚迪净利减少,主要是受传统汽车业务下滑影响,据了解,今年上半年,电动汽车和插电式混合动力汽车等新能源汽车为比亚迪带来的收入高达27亿元。而传统汽车则受到合资品牌冲击,出现较大幅度下滑。比亚迪公司称2014年其净利润或降至4.3亿元至5亿元,去年这一数字则为5.53亿元。有专家认为,虽然比亚迪前三季新能源汽车业务增长快速,但净利润同比减少,说明该公司新能源汽车的发展,目前并未转化为盈利能力。

(子烨)

我国轮胎绿色制造有了支撑技术



近日,国家科技支撑计划轮胎全生命周期绿色制造关键技术与装备研发及产业化项目通过科技部组织的验收。该项目提出了一套从工艺、技术、装备到管理的轮胎绿色制造综合优化方案,实现轮胎生产及使用各阶段减少环境影响、降低能量消耗并提高资源利用率。截至目前,该项目技术成果已在国内多家轮胎企业推广应用,累计向市场提供成套装备超过40套,实现销售收入3.8亿元。图为11月15日,在安徽合肥江淮汽车制造厂为生产车辆安装环保轮胎。

东方IC 供图



据新华社电(记者罗沙 邹伟)记者日前从公安部交管局获悉,截至目前,我国机动车驾驶人数量突破3亿人,其中汽车驾驶人2.44亿人。我国驾驶人数量位居世界第一。数据显示,我国民用机动车保有量已达2.64亿辆,其中汽车1.54亿辆,汽车数量仅次于美国居世界第二位。目前我国汽车保有量已占世界汽车总量的15%。持有小型汽车驾驶证的驾驶人达到了1.8亿人,是10年前的近20倍。

据统计,2003年全国驾驶人数量达到1亿人,2010年快速增加达到2亿,2014年11月突破3亿大关,实现第三个“1亿”

中新社 供图

■李永钧

随着年关将近,中国车市跳动的“脉搏”更加剧烈。各大车企年末收官大战的号角已经吹响,正在对年终目标进行最后冲刺。

“三强”势均力敌

如果要选出当今中国车市“三强”,恐怕非一汽大众、上海大众和上海通用莫属。一直以来,三家的竞争可谓势均力敌。从已经公布的前10个月的销售数据看,成绩最理想的是一汽大众,上海大众和上海通用紧随其后。但若从目标完成率来看,上海大众的完成率最高。

上海大众和一汽大众的销量一直咬得很紧。前10个月上海大众共卖了148.85万辆车,比一汽大众少了6.9千辆。但上海大众的销售目标比一汽大众低了10万辆,因此目前的销售任务率高达93.03%,领先于劲敌。

前10个月,一汽大众实现了149.54万辆的销量,完成了170万辆的年度销售目标的87.94%,并超过上海通用成为销售冠军。截至10月底,上海通用已经完成了137.69万辆,年度任务率为86.06%。

进入年末,“三强”竞争更趋白热化,纷纷加大了促销力度,目前多款車型都有促销政策及多样化的贷款方案来降低门槛,相信“三强”均可超额完成任务,不过究竟谁能问鼎车市冠军,还有一番争斗。

“二线”你追我赶

前10月,处于“二线”阵营的合资车企你