

汽车市场反垄断调查将落地

(接 10 版)
**北京奔驰双限
 治渠道涉嫌违反反垄断法**

3月15日,中国汽车流通协会(以下简称“协会”)收集了大量一手材料之后,代表奔驰经销商向北京奔驰汽车有限公司(以下简称“北奔”)发出一份书面通知,要求北京奔驰取消针对授权经销商的“双限”商务政策,并对此事进行妥善解决。

此前,流通协会相继收到部分授权经销商针对北奔2月25日出台的“双限”商务政策——限定最低价格、限定区域销售的投诉。该政策是北奔新任执行副总裁付强上任后采取的最新措施,旨在确保奔驰价格体系的稳定。

但是经销商向流通协会反映,该政策在实际操作中大大增加了经销商的库存压力,特别是现金流受到很大限制,由此引起了包括北京在内的众多奔驰经销商不满。

协会有关法律专家表示,北京奔驰规定经销商销售E级轿车的最低价格涉嫌违反《反垄断法》禁止的“限定向第三人转售商品的最低价格”。不仅如此,北京奔驰的上述措施也违反了其外方股东——德国戴姆勒股份有限公司反垄断行为准则:不得将最低或固定转售价强加给经销商;不得对经销商施加压力或提供奖励,以使其遵循建议的转售价。

流通协会相关人士告诉记者,北京奔驰出台的商务政策忽视了当前中国汽车市场尤其是北京汽车市场的特殊情况。“这些措施无助于解决该公司销售领域存在的问题,还将损害消费者和经销商的合法权益,最终危及该公司正常的生产经营。”

经销商不领情

“双限”商务政策发布于2月25日,涵盖两大部分内容,即“价格管理及回升计划”和“销售区域管理政策”。其中“限价”包括规范和统一电话报价、严禁在媒体发布低价信息,以及规范零售或成交价三方面内容。在最为关键的第三项中最,北奔明确规定了3月份奔驰C和E级轿车共计11款不同型号车型的最低限价,并且今后将在每月初发布11款车型当月的最低限价,授权经销商需严格执行。

“限制区域”同样包括三方面的内容:禁止授权经销商在非责任区域或在异地摆车销售;禁止授权经销商通过指定的第三方(包括但不限于二级经销商、销售代理、中介机构、分店或车间)在非责任区域或在异地摆车销售;禁止在非责任区域或在异地以任何方式进行广告宣传招揽顾客。

为了更好地执行限价和限制区域的政策,北奔分别提出了10万和15万以及暂扣当月返利的惩罚措施。政策一出,奔驰经销商全体哗然。目前奔驰在全国的经销商分为三个大区,北区、东区和南区,3月26日和28日本报分别采访了奔驰北区和东区多位不愿透露姓名的经销商高层。

北京经销商对在北京限购政策出台后,特别是北奔产品力不强的时候出台这个政策感到不解,“北京没有一个经销商会支持这样的政策,本来库存就比较大,这样做利润倒是有了,但是车根本就卖不动了。”

上海经销商告诉记者,自己的销量下降了40%左右。此次限价之前实际市场价相比,E级车高出了4万元,C级高出了2万元,其中E300车型上调幅度最高,该车原来的官方指导价67.5万元,限价之前成交价格

在55万-57万元。北京经销商解释说,“北京奔驰以前也有区域限制,但都没有重惩罚,只是你往外卖一台就少给你一台,因为资源控制在厂家手里。有时还是会权衡,往外多卖一些是否划算,但是还是会往外卖,以前说白了只是一种约束,还不叫限制。”

在新政出台之前,很多经销商卖奔驰C级和E级两款车是亏损的,这也是北奔为什么提出最低限价的原因。不过经销商对于厂商的“好意”似乎并不领情,上述两位经销商解释,之前虽然亏损,但是能卖出车,现金流是流动的,而且销售进口车型利润丰厚,可以弥补国产车型的亏损。

销售库存比例 1:3

库存飙升是双限政策出台后,奔驰经销商最担心的问题。据北京经销商自己测算,现在北京地区每家店的库存大致为200-300台,如果按照平均一台车50万来计算,要占据1亿元以上的资金。上述经销商认为,正常的库存应该是月销量的1.2个月,比如一个月销售100台,库存是120台左右的比较理想的。

库存压力并非北京地区经销商独有,来自奔驰东区的情况也有代表性。“目前我们店北奔车型库存量是月销量的三倍,E级更是超过四倍;对我们来说1:1.2是个理想值,我们的库存比例一直都比这个高些。”北奔上海经销商告诉记者,包括进口车和国产车在内日常库存占比大概是2个和1个。

实施“双限”政策之前,上述北京经销商



月销量的20%-30%是卖到外地的,双限后北京经销商的库存骤然大增,而按照经销商自己的说法,国产奔驰在北京的销量占到全国的30%左右。

造成北奔经销商库存积压,摇号是原因之一,北奔和奔驰中国都在提高销量目标是另一个重要因素。“今年的进货量高出去年的40%到50%,有的店达到70%-80%”,北京经销商认为,付强上任后,首先应该帮经销商消化库存,而不是增加库存。

“在厂家看来政策是梳理市场的好方法,但短期很难看到效果,经销商已经库存过量,厂家不想办法疏通下游帮助销售,而是规范销售方式,让库存消化更慢;要命的是同时新车还在源源不断进来。”上述上海经销商担心如此恶性循环,北奔会丢失更多市场。

北奔不得已而为之?

2月25日实行双限商务政策时,北京奔驰作出了如下解释:

“最近一周内,我们分批组织了各区域经销商的沟通会议,和不同区域及不同成份的经销商以如何提升零售为主题进行了讨论,在讨论过程中,围绕着价格管理和回归,销售区域管理、产品和库存结构调整,拓宽融资渠道、置换及大客户业务的拓展,销售过程的精细化管理等内容进行了积极而充分的交流,会议上经销商朋友们对价格控制和销售区域管理政策的出台呼声强烈。”

今年2月,北奔各大区都召开了市场营销会议,由各区的大区经理和市场经理组织各经销商老总参加。“这是个临时的会议,对问题也只是讨论,并没有在会上提出明确的解决办法。”参加会议的一位奔驰经销商高层告诉记者。“在会上,谈得最多的是库存如何消化,以及价格混乱的问题,并未说要制定这样的政策。”

北奔对限价特别做出了解释,“在第一季度发布的奖励计划中,已经对最低成交价有了明确的限制。在此基础上,我们进一步拟定了价格回升曲线,要求经销商一致行动,通过一段时间的努力,使成交价逐步回升到梅赛德斯-奔驰正常的价格体系,维护好良性的市场秩序,同时也保护经销商应有的利润。”

双限的初衷是整顿价格体系,去年6月国产奔驰E级车上市后便大幅度跳水,直到今年1、2月份,E级车降价幅度仍高达10万-13万元。

据记者了解,汽车行业内的通行规则是:厂家出台官方指导价,如果经销商实际销售价低于指导价,其中的损失自行承担。而厂家提出最低限价的情况却非常少见,特别是《反垄断法》出台之后。因此经销商和中国汽车流通协会认为,北奔出台“双限”政策的原因值得关注。

由于国产奔驰和进口奔驰缺乏统一协调,国产E级车正式上市前,奔驰中国曾大量进口E级车,由于进口数量太大,又要在国产奔驰上市之前全部售出,经销商大幅度降价,直接导致国产E价格跳水。

维持国产奔驰价格稳定是付强上任后,北奔的当务之急。“北奔双限政策应该酝酿已久,由于北奔一直对销售渠道控制力偏弱,奔驰经销商此前以车难卖为由要求压低出厂价,双限也是迫不得已。”有业内人士告诉记者。

值得注意的是,在北奔出台双限政策的同时,作为奔驰进口车在中国的总代理——奔驰中国,并没有出台类似“双限”政策。

需要德国总部协调

对于国产奔驰双限的影响,接受记者采访的经销商认为,国产奔驰占45%份额,双限后影响不小,但是不至于致命,因为进口车毕竟占55%以上。”目前很多奔驰经销商

都在用进口车利润在补国产奔驰亏空,奔驰S级、GLK、ML是最挣钱的车,而奔驰A级和B级销量很少,不怎么赚钱。

北奔价格长期跳水,特别是国产奔驰E级,根本原因是进口车和国产车的市场交接时出现的问题。接受采访的经销商均希望,奔驰德国总部能够在中国统一货源。

“目前我们签协议需要分头与北京奔驰和奔驰中国签,签目标也要签两份。二者合一最好,我们也不用同时对两个主机厂,包括资金账户都是要同时对两家的,考核什么也都是这样。”北京经销商诉苦说。

有业内人士向记者分析,北奔实现双限政策可能还有另外一个想法——希望改变奔驰中国一家对渠道网络的控制,“新商务政策最坏的结果是,部分奔驰经销商不再进北京奔驰的车,这也为同时两个主机厂的经销商网络提供了可能。”

“这个市场本来就是充满竞争的市场,价格乱有很多种原因,所以应该充分考虑全国的情况来解决这个问题。”一位北京经销商老总认为,解决奔驰目前现状的方法,第一就是要看市场,第二要看经销商的情况,第三要遵守价值规律。

“北京奔驰与奔驰中国缺少共同的利益点,因此在协作方面总有问题发生,而随着奔驰国产化力度的进一步加大,北京奔驰与奔驰中国的博弈还将扩大,双方的矛盾需要奔驰德国总部和北汽来进行协调和解决。”上述业内人士最后告诉记者。

霸道宝马4S店强卖保险

“你不在我们这里买保险的话,车就不能卖给你。”这是记者日前在北京华德宝马4S店走访时,一位销售顾问说的话。

据这位销售顾问称,“北京所有宝马4S店都有要求,在店购买新车时,消费者第一年不允许自己选择其他渠道(如电话车险)来购买保险,必须要在4S店购买。如果消费者选择贷款分期买车,还款期内则都必须在店内上保险。”

为求证上述销售顾问的话,记者随后致北京多家宝马4S店,得到的答复则与其相同。当记者问及“这样的规定到底是谁制定的”时,这些销售顾问却都答不上来。

“4S店卖车本来就没利润,现在只能靠卖保险来赚钱,”北京星德宝马4S店的一位销售顾问给记者算了一笔账,“如果消费者要购买华晨宝马520Li款汽车,四大主险全部上齐的报价为14000元至16000元,根据经销商合作的保险公司不同,价格会有一定的浮动。”

记者随即致电某著名品牌电话车险询问同款车型同类保险的价格,得到的回复则是8000元到10000元之间。

此前《中国消费者报》曾针对电话投保和4S店保险的差别进行过调查。结果显示,目前各大车险公司均推出电话直接投保方式,除新车第一年投保9折优惠外,还可在此基础上继续优惠15%。作为代理机构,4S店保险则是通过赚取商业险总额15%的返点盈利;而电话直投的模式,便是将这15%的代理费直接让利给消费者。

南开大学风险管理与保险学系主任朱铭来在接受记者采访时表示,消费者在购买车险时,机动车交通事故责任强制保险(交强险)为必须购买的保险,而其余的险种则非强制要求购买。但是,无论是否为交强险,作为代理机构的汽车4S店都没有权利要求消费者必须在店内购买保险,消费者有权利自主选择各渠道去上保险。

记者在网上搜索发现,4S店强行卖保险在汽车行业中并不鲜见,已有不少消费者对此进行过投诉。

事实上,记者在奥迪、丰田的4S店走访时发现,其部分4S店也有强制消费者购买保险的行为,但多数4S店还是允许消费者自主选择购买保险的渠道。如此看来,如宝马这般一律抛出“不在4S店买保险,不卖车”的情况也并不多见。

中国汽车工程学会名誉理事长张小虞告诉记者,出现这个问题的原因是保险公司和汽车经销商的相互勾结。“4S店代理卖保险原意是为了给购车者提供便利,结果因为宝马卖得太好,4S店为了最大限度地提高利润,才出现了这种强制搭配销售的行为。归根结底还是不愁卖,否则绝对不敢定这项规矩。”张小虞说。

中国消费者协会投诉部主任张德志对记者表示,宝马的这种为已经侵犯了消费者的自主选择权和公平交易权。

《消费者权益保护法》第九条规定,消费者享有自主选择商品或者服务的权利。消费者有权自主选择提供商品或者服务的经营者,自主选择商品品种或者服务方式,自主决定购买或者不购买任何一种商品、接受或者不接受任何一项服务。消费者在自主选择商品或者服务时,有权进行比较、鉴别和挑选。《消费者权益保护法》第十条规定,消费者享有公平交易的权利。

消费者在购买商品或者接受服务时,有权获得质量保障、价格合理、计量正确等公平交易条件,有权拒绝经营者的强制交易行为。另外,该行为还涉嫌违反了《反不正当竞争法》的有关规定。

《反不正当竞争法》第六条规定,公用企业或者其他依法具有独占地位的经营者,不得限定他人购买其指定的经营者的商品,以排挤其他经营者的公平竞争。“4S店设立经营的特殊性,具有独占地位的性质,对其强制卖车险的行为,应按照《反不正当竞争法》的有关罚则进行处理。”张德志说。

有消费者认为,在这种强制消费的行为背后,宝马中国对4S店的管理不善已显露无遗。

对此,记者联系了宝马中国,并发邮件询问其对于此事的态度,但截至发稿时,并未得到回复。

武汉多家宝马4S店 强收1800元售前检测费

交了订金,到4S店提车时,却被告知还需缴纳1800元PDI(售前检测)检测费才能提车。近日,刚成为宝马车主的李先生向本报投诉并质疑宝马4S店的PDI检测收费涉嫌“霸王条款”。

值得注意的是,江城多家宝马4S店均在收取1800元PDI检测费,但其开具的发票内容并非PDI检测,却为“服务”费或“精品”费,但记者走访调查发现,江城其他汽车品牌4S店均未收取该费用。

对PDI检测收费,宝马中国回应称,“并未明确要求PDI检测收费,属经销商个人行为。”

湖北省物价局在接到举报后对记者表示,“已进入立案调查程序,该收费可能涉嫌价格垄断和价格欺诈。”

宝马收1800元PDI检测费

近日,记者陪同李先生一行来到位于江夏区庙山开发区武汉汽车公园中达江宝宝马4S店提车。在4S店,销售人员要求李先生在补齐车款的同时缴纳1800元的PDI检测费,待办完一系列手续后方能提车。

“为什么要向车主收取PDI检测费?这个费用是谁在收?检测费价格又是谁定的?”对于质疑,4S店销售人员表示:“PDI检测费就是出厂检测,所有新车都必须检测,每一家宝马4S店都在收,价格也都是统一的,你

可以到宝马总部问这个费用,这个不存在什么争议,是厂家批准的。”

据销售员称,今年3月,江城宝马4S店才开始统一收取PDI检测费,且PDI检测费与汽车三包捆绑。

“交了PDI检测,盖上我们武汉中达的章子,车子涉及到质量问题,包括包修包换包换可以直接找我们店。”柏李先生没有听懂,该销售员解释称,“也就是说你做这个PDI检测,是跟补偿系数相关的,它同时也是一个责任划分的依据,可以分清楚车子出了问题到底是出厂时候的问题还是你在使用时候出的问题。”

让人不解的是,李先生交的PDI检测费,开具的发票内容却写着“精品”。对此,该4S店销售人员称,“我们是外企,这是公司的统一规定,财务的一整套规定,方便做账,公司之前卖的车也都开的‘精品’发票,武汉市其他的宝马4S店都是这样开的。”

在记者再三追问下,4S店销售人员透露,“现在车子不赚钱,就通过这来减少点损失。”

在另一家宝马经销商汉阳汉德宝宝马4S店内,汉德宝销售总监表示,“1800元的PDI检测费,是湖北所有宝马4S店的统一价格。”

随后,记者走访江城汽车4S店发现,除宝马外,大多汽车品牌均未收取PDI检测费用。“目前,合资品牌和自主品牌都不收取PDI检测费,”昨日,武汉本地某合资品牌的汽车销售经理透露,新车到店后将进行车辆的售前检测,并出具PDI检测单,但该费用一般由4S店承担,消费者不必为此埋单。

消费者可通过投诉追回费用

事实上,此前在杭州、长沙、厦门、南京等地,也发生过多起类似事件。当地4S店通过检测服务、代理上牌等为由,声称“不交钱就不让提车”,将PDI检测费、出库费、保险费等等与提车捆绑,向消费者强制收费。

在与商家较量中,消费者并未任人“宰割”,而是通过投诉维护自身权益,追回其费用。有报道称,在此类事件中,南京当地物价部门依据《价格违法行为行政处罚规定》第十三条第三项规定,责令当事人改正,没收违法所得,并处5000元以下罚款。

同时,多地物价部门也表示,如果消费者在提车的过程中被收取了PDI检测费、出库费等费用,可以保留下相关证据,提车后拨打12358投诉,物价部门将受理。这也意味着,通过投诉,被多收的钱是可以讨要回来的。

PDI检测费或涉嫌价格垄断和价格欺诈

既然是新车交由客户手上之前必须做的检测项目,这个费用就不该由车主来承担。省物价局相关负责人在接受记者采访时分析,“省物价局对市民投诉宝马收取PDI检测费一事高度重视,现已立案调查,该收费可能涉嫌价格垄断和价格欺诈。”

据《反价格欺诈价格垄断和牟取暴利的暂行规定》第十条第三和第四项规定:标牌、标价签失实;混淆市场第四项信息,哄骗购买者的属价格欺诈行为,价格在一千元以上的,处以所卖商品价格三倍的罚款。另据第十一条第三项规定:利用行业优势强行附加条件,变相提高商品价格属价格垄断行为,除没收非法所得外,并处以一万元以上十万元以下的罚款。

对PDI检测费未作明确规定

为4S店销售员声称的PDI检测费为“厂家批准”的说法,记者致电宝马中国总部,却得到了不同的回复。

“并未明确要求PDI检测收费,属经销商个人行为。”客服人员表示宝马中国并未对此作明确规定,可以在记录车主及4S店的详细信息后,和4S店沟通协调。

4S店通过PDI检测费牟利

对于PDI检测费到底该不该收,很多市民都表达了自己的观点,刚刚购车的孙先生说:“新车出厂应该由经销商确认产品质量合格并调试好,才能交付给客户,这个是经销商应尽的义务,不应该由消费者另掏腰包。”

4S店为何违规收取PDI检测费?一位来自汽车业内的黄先生分析:“如今,仅靠卖车已赚不了多少钱,4S店通过销售汽车配件、保险、包括汽车保养服务等手段牟利,收取PDI检测费也是其中一种,其目的就是摊薄销售成本。”

何为PDI检测

PDI检测是一项售前检测证明,是新车在交车前必须通过的检查。因为新车从生产厂家到经销商处经历了上千公里的运输路途和长时间的停放,为了向顾客保证新车的安全性和原厂性能,PDI检查必不可少。越是高档车辆,其电子自动化程度越高,PDI项目的检查也就越多。

武汉中达江宝宝马汽车4S店给李先生出具的PDI检测发票上,原本写的是“精品”项目,在李先生强烈要求后才加注“PDI检测费”字样。