

《汽车销售管理办法》7月起实施 记者走访：新规落地或遇“变形记”

明遵禁止“加价” 暗降优惠额度

“不得在标价之外加价销售或收取额外费用”、“不得限定消费者的户籍所在地”……随着新《汽车销售管理办法》(以下简称《办法》)于7月1日正式实施,2005年发布的《汽车品牌销售管理实施办法》同时废止,不少市民感叹“加价提车”终于将成为历史。但近日记者走访沪上多家4S店后发现,这可能仅是购车者的“一厢情愿”。多家4S店的销售人员表示,即便禁止了“加价提车”,经销商仍可通过调整车价优惠额度来弥补差价。

青年报见习记者 钟雷

禁止加价提车 听起来很美,减优惠补差价

《办法》 第十条规定

经销商应当在经营场所以适当形式明示销售汽车、配件及其他相关产品的价格和各项服务收费标准,不得在标价之外加价销售或收取额外费用。

上这笔费用则被列入前后保险杠装饰、脚踏板、贴膜、行车记录仪等多种加装材料的费用。小严称,这一向是汽车销售行业的“潜规则”,如果客户执意不愿支付这笔费用,那4S店往往会把客户提车的时间延后。

这一说法在另一家马自达4S店内也得到了证实,此处一名销售人员小田表示,一些公司会优先把提到的现车交给愿意支付“提车费”的客户,而不愿支付的客户则需等待最长几个月才能提到现车。

如今,新规明确禁止“加价提车”的行为,对此,小严认为不会对4S店的汽车销售产生较大影响。他指出,以往4S店销售汽车时都会在标价的基础上设定一定的优惠价,即便不让客户支付提车费,也可以通过减小优惠额度来弥补差价。而小田则认为,新规对于一些中高档车的销售会带来影响,“低档车都是跑量的,不存在加价提车,中高档车售价本来较高,一旦不让额外收费,优惠减小的额度也大,一些客户可能就会再观望一下。”不过她预计,尽管短期内销量可能波动,但一段时间后,人们又将习惯新的汽车市场定价。

现状:“羊毛出在羊身上,供应商给我们的价格不变,我们也要盈利,最后钱肯定还是落在客户身上。”7月2日,在一家大众4S内,谈到刚出台的新规,销售人员小严坦言,4S店车辆的成交价短期内不会有太大起伏,“买家永远没有卖家精,想借新规出台买到低价车可能性还是不大的,毕竟4S店也会根据新规做出应对。”

小严表示,过去客户在购买热门车型时,许多经销商会以“没有现车”为由,要求客户额外支付一笔“提车费”,费用根据车本身的售价不等,少则几千元多则上万元,如果办贷款购车,加价金额还有谈判余地。而表面



汽销新规对4S店影响不大。

青年报记者 张瑞麒 摄

放开异地购车 并非新鲜事,总体利好

《办法》 第十四条规定

供应商、经销商不得限定消费者户籍所在地,不得对消费者限定汽车配件、用品、金融、保险、救援等产品的提供商和售后服务商。

售限制的仅仅是少数汽车品牌,对于多数品牌而言,异地购车并不是什么新鲜事。据其介绍,上周两名无锡的客户便专程从老家赶到店内购车,“大概比他们本地的4S店便宜几千块钱。”该销售人员称,只要客户能在当地车管部门能上牌,一般都会卖给他。

新《办法》中明确,若违反“供应商、经销商不得限定消费者户籍所在地”的规定,可由县级以上地方商务主管部门责令改正,并可给予警告或3万元以下罚款。但有业内人士指出,实际销售过程中,会为了几千元价差而奔波的客户尚属少数,“去掉住宿费、路费、油费,得到的优惠也很有限,还很费精力。”但他认为,总体而言,允许异地购车规定的出台对消费者来说仍是利好,至少新《办法》出台后,4S店禁止跨区域销售、供应商对售后配件和整车价格进行限制等情况都将得到改善。

新规中还规定了经销商不可强制为客户购买保险,关于这一点,记者走访发现,一些4S店已经松口。某马自达4S店的销售人员就明确表示,客户自己办保险比4S店办保险便宜几百元,客户可自选是否办保险。但她同样表示,客户省下的钱,极有可能在优惠额度中补回来。而名爵4S店的销售人员则称,保险自己办与4S店并无差价,如果客户执意要自己办,店方也不会阻拦。

现状:新规出台后,打破区域销售限制的相关规定让不少市民雀跃不已。由于各地区所获得的返利不同、促销不同、经销商与厂家的关系不同,因此同一款车在不同地区会有着不同的售价。“异地购车”成为可能后,一些市民的购车成本有望下降。

某大众4S店的销售人员称,过去在上海曾出现过一些中高档品牌的车要求客户必须持有沪牌才能购车的情况。而一位名爵4S店的销售人员则表示,过去限制消费者户籍所在地其实是为了避免各地经销商之间恶性竞争,“供应商给不同地区经销商供货,各个地区售价也不一样,要是供应商没有这个规定,那消费者都跑到北上广来买车了,经销商之间肯定要失衡。”

但他同时表示,过去存在区域销

允许多品牌经营 或为汽车电商铺路

《办法》 第二十四条规定

供应商不得对经销商实施下列行为:限制经营其他供应商商品;限制为其他供应商的汽车提供配件及其他售后服务。

权费,4S店很少会冒着惹怒供应商的风险去售卖其他品牌的汽车。而另一方面,如果要进其他品牌的汽车,还意味着可能要多交一笔授权费,同样不划算。他认为,未来即便有4S店要销售其他品牌的车辆,采用的多半是早先二级经销商的方法,即前往对应品牌的4S店提车,而非在自品牌4S店内直接销售。在他看来,新政更像是为原先的二级经销商等并未取得授权的经销商一个“正名”的机会。

据业内人士透露,作为经销商当然希望自己的店内商品更丰富,可给消费者更多选择。但如果4S店轻易销售其他品牌汽车,一旦因触碰到供应商利益遭其反制,甚至被取消特许经营授权经销许可,将得不偿失。在其看来,鉴于汽车商品资源始终被牢牢掌握在汽车供应商手上,话语权不会轻易转移,想仅仅靠一纸新政就改变扎根12年之久的品牌授权模式,可能性并不大。

尽管短期内可能无法打破现行的单一品牌授权模式,但在4S店的销售人员看来,该新规的出台将为开辟汽车超市、汽车卖场、汽车电商等新汽车销售形式提供便利。但对对方同时指出,与传统4S店相比较,汽车卖场、汽车超市在环境、服务等专业性项目上不及4S店,价格也未必比4S店更低,优势并不显著,目前很难预计未来是否会对4S店的销售产生冲击。

现状:新《办法》实施前,汽车经销商只能将获得授权的品牌汽车直接销售给最终用户,生产商不能直接向消费者销售汽车,由此可以堵住不正规的销售渠道,避免市场的不正当竞争。对于经销商只能销售单一品牌汽车的行为,新出台的《办法》予以了“松绑”,未来汽车经销商在销售汽车时或将不再仅依靠单一供应商的授权。

对此,有网友认为,未来一个4S店可拿到多个品牌的授权,销售多个汽车品牌,为消费者选购时比较不同品牌汽车提供了方便。但采访中,多家4S店的销售人员直言,由于购买授权的花费巨大,短时间内仍将销售单一授权品牌的汽车。

名爵4S店的一名销售人员表示,在现行4S店销售模式下,汽车供应商的话语权比较大,经销商普遍处于弱势地位。考虑到动辄千万的授