

# 五大重点变化

## 解读新《汽车销售管理办法》那点事



### 一、明令禁止加价销售

#### 原文

第十条 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。

#### 解读

新的《办法》明确要求经销商明码标价,对加价售车的行为明令禁止。

#### 编辑观点

实际上,加价与否取决于供需关系。如果一款车的实际产品价值高于其官方指导价,而新车产能又无法满足消费者的需求,加价就不可避免。既然矛盾源于此,就算新的《办法》不允许加价,追逐利益的经销商也还是会搞出各种“合规的套路”变相加价,只是相比之前的简单粗暴的直接加价要更加隐蔽。

当然,我们强烈谴责个别经销商见利忘义的加价行为以及愿意用多花钱的手段插队优先提车的个别消费者,对这种扰乱正常秩序的做法表示遗憾。



### 三、交车时必须交齐手续

#### 原文

第十六条 供应商、经销商应当在交付汽车的同时交付以下随车凭证和文件,并保证车辆配置表述与实物配置相一致:

- (一)国产汽车的机动车整车出厂合格证;
- (二)使用国产底盘改装汽车的机动车底盘出厂合格证;
- (三)进口汽车的货物进口证明和进口机动车检验证明等材料;
- (四)车辆一致性证书,或者进口汽车产品特殊认证模式检验报告;
- (五)产品中文使用说明书;
- (六)产品保修、维修保养手册;
- (七)家用汽车产品“三包”凭证。

#### 解读

消费者购车时所花费的时间将缩短,购车时不必再等待汽车经销商赎回抵押给银行相关材料后才能验车上牌。经销商在交付车辆时不能以“合格证”等文件抵押在银行为由拖延交车时间。



### 二、允许异地购车

#### 原文

第十四条 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,但家用汽车产品“三包”服务、召回等由供应商承担费用时使用的配件和服务除外。

经销商销售汽车时不得强制消费者购买保险或者强制为其提供代办车辆注册登记等服务。

#### 解读

消费者可以异地购地,哪卖的便宜就去哪里买。维修、保养可以自带配件、办理贷款、上保险等服务也可以选择经销商未提供的其他渠道。

#### 编辑观点

“不得限定消费者户籍所在地”最大的受益者无疑是汽车消费尚不算发达地区的消费者,这些地区的车价往往高于北上广这样的大城市(优惠幅度小或者没有优惠)。此前为了防止高优惠地区的车辆外售,汽车厂家往往都会限定这些地区的经销商的售车范围来平衡各区域经销商的利益。如今放开后,这种平衡将被打破。但编辑认为,这种情况很可能只会维持很短的时间,各汽车厂商必将制定新的政策来对各经销商之间的利益进行再平衡。另外,部分实力较弱的经销商可能因新《办法》的改变而被淘汰。但无论怎样,消费者可以选择最便宜的地方购车,是绝对利好。

另外,“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”这项,意味着消费者在选择各项服务时将获得更大的选择权,同时也将加剧相关领域的竞争,加速优胜劣汰。



### 四、配件流通更加便捷

#### 原文

第二十一条 供应商不得限制配件生产商(进口产品为进口商)的销售对象,不得限制经销商、售后服务商转售配件,有关法律、法规及其配套的规范性文件另有规定的除外。

供应商应当及时向社会公布停产或者停止销售的车型,并保证其后至少10年的配件供应以及相应的售后服务。

#### 解读

今后消费者获得原厂配件将更加容易,尤其是对于从事汽车修理行业的经营者来说是利好消息。对于使用已停产车型的消费者,汽车厂商将会为其日后的维修保养提供充足的保障支持,消费者基本上不用担心找不到老车的配件。

#### 编辑观点

对于前半部分可以说无论是经销商(4S店)还是从事普通修理厂经营的从业人员,或是消费者都是受益者。通常普通修理厂想要获得原厂汽车配件的难度比较大,有时迫于无奈只得购买副厂配件或者是冒牌配件,而不再限制配件销售之后,这类现象也将被大为缓解。

后半部分“至少10年的配件供应”基本上解决了购买和使用停产/老旧车的消费者的后顾之忧。



### 五、4S店模式不再唯一

#### 原文

第二十四条 供应商可以要求经销商为本企业品牌汽车设立单独展区,满足经营需要和维护品牌形象的基本功能,但不得对经销商实施下列行为:

- (一)要求同时具备销售、售后服务等功能;
- (二)规定整车、配件库存品种或数量,或者规定汽车销售数量,但双方在签署授权合同或合同延期时就上述内容书面达成一致的除外;
- (三)限制经营其他供应商商品;
- (四)限制为其他供应商的汽车提供配件及其他售后服务;
- (五)要求承担以汽车供应商名义实施的广告、车展等宣传推广费用,或者限定广告宣传方式和媒体;
- (六)限定不合理的经营场地面积、建筑物结构以及有偿设计单位、建筑单位、建筑材料、通用设备以及办公设施的品种或者供应商;
- (七)搭售未订购的汽车、配件及其他商品;
- (八)干涉经销商人力资源和财务管理以及其他属于经销商自主经营范围内的活动;
- (九)限制本企业汽车产品经销商之间相互转售。

#### 解读

简单来说,今后4S店模式将不再单一,并且专修店和专卖店也将越来越多,同时“汽车大卖场”、“汽车超市”、快修专修店等形式也将涌现。

#### 编辑观点

对于此前的销售模式,新车出厂后几乎全部由4S店这种单一渠道销售给消费者。表面上看是经销商对消费者进行了垄断,消费者只能选择4S店购车。但实际上消费者有同一品牌的多家4S店可以选择,但4S店却只有一个供应商(该品牌的汽车销售公司)。所以4S店基本上是被供应商牵着鼻子走,从上面那9条细则也能看出供应商的要求是多么严苛。

4S店会消失吗?编辑认为基本不会,一方面现有的经销商体系已经建成并且十分成熟、高效、良好的服务环境也比其他经营形式更具优势。对于一、二线甚至三线城市的消费者来说基本上是最佳选择。但对于消费能力不足以支持高投入、重资产的4S店模式的四线及以下地区,投入少、见效快的大卖场模式未来或将更受青睐。尤其是那些同时经营多家品牌4S店的大型经销商集团来说,没有供应商的产品授权、店面规格限制,去小城市建立汽车超市、大卖场、专修店这样的方式也更有利于提升销量,拓展渠道。而对普通消费者而言,不用走太远就能完成购车和一般的维修保养,便利程度将大幅提升。

总结:新的《汽车销售管理办法》很大程度上降低了消费者在购车以及用车的上的难度,同时也给予消费者更多的实惠。另外,经销商在《办法》实施后也能够获得更大的经营自由,同时也在一定程度上加强了经营约束。总的来说新的《办法》将逐步改变现有的销售和售后服务格局,对行业的健康发展起到了积极的推动作用。