

■Auto Round Table 车界圆桌会

## 本期话题： 反垄断法“坏”了老规矩

后天就将施行的《反垄断法》可能对汽车行业造成的影响不外乎四条：区域限制、最低限价、搭配销售和服务。与目前正在实施的《汽车品牌销售管理实施办法》不同的是，《办法》规定了厂家和4S店作为该品牌的指定渠道，因此，国内一直没有出现成功的汽车大卖场。

7月9日，广汽丰田率先放开了销售的区域限制，成都地区三家4S店立即联合起来自定价格。当然在国内许多地区，很多厂家实际上也开始对跨区域销售睁一只眼闭一只眼。现在，上海的车价因为高额上牌费的存在比周边市场低，如果一切正常，8月1日后，一个浙江人就可以跑去上海经销商那里买一辆便宜车，然后回浙江上牌。如果这股大潮蔚然成风，要么上海这个价格洼地拖低浙江车市的价格，要么上海成消费中心，供不应求抬高价格变得与浙江车价一样，种种情况都将出现。而这，将是车市价格更为市场化的阵痛预演。

时报本期约请了厂家、4S店、进口车商等多方人士共同会谈《反垄断法》这一政策将在未来荡起的波浪。

### 不做减法可以有加法 某日系品牌4S店总经理

我觉得《反垄断法》实行后，价格的放开不是好事。这对于品牌的维护没有好处，而且国内也很难有某一汽车经销商强大到影响一个地区的售价，并因此与厂家取得议价权。我相信国美、苏宁这样的家电渠道之王在汽车界至少目前还是没可能出现的。站在消费者的角度，可以趁现在即将上演的价格乱战赶紧掏钱，一段时间后价格肯定会恢复。

另外，并非实行了《反垄断法》厂家对价格的维护就失去了办法。例如，我们品牌在美国也分大区，各个大区内部就有一个价格平衡点。厂家虽然不限制最低价，但是可以不做减法做加法，你在本地销售，给予一定鼓励政策，对跨区域销售则少。这样一来还是可以形成稳定状况的。

### 4S店的存在意义重大

东风日产销售部部长助理葆旭东

我们的新天籁目前一个月销量突破

8000辆，对于《反垄断法》实行后部分车型可能导致降价不同，我们要面临的是不支持加价。我觉得对于东风日产而言，《反垄断法》对销售不会有太大影响，具体走势也还需要观察。参照法律精神，我们会更依据市场，对经销商在价格维护上也主要以沟通方式。

4S店的存在并不只是执行价格，它的意义是通过专业化的服务来向消费者去推荐产品，并不是大卖场可以替代的。4S店能够更完整地向消费者提供产品，包括历史、品牌延伸、内涵以及附加值等等，反垄断法不会弱化专营店。

### 《反垄断法》不涉及平行进口的变化 本田技研广报部科长朱林杰

反垄断法还没有具体实施细则出台，所以目前还很难预测法律出台后对于进口车企的影响。但是有对于平行进口政策的一个误区需要解释，区域销售指的是对于市场形成垄断地位的一些企业，汽车行业整体来说很难涉及垄断，举例，只有当讴歌的MDX对整个SUV市场形成影响才称得上是垄断，需要被法律规范，这点是不现实的。

### 需要2-3年的缓冲期

全球汽车网副总经理姜文

《反垄断法》对于比较弱的4S店肯定不是个好消息，形成经销网络的竞争后，弱小的4S店更容易在短時間內被打败。对于跨区域销售而言，普通的品牌肯定是冲不出去的，只有畅销品牌才能冲出去。但是要厂家执行起来还是有一定难度，处罚措施、区域划分到目前为止并没有消除。

我认为用政策来解决市场问题不会很快和明显，如果要等到车市已经存在这种现象了，比如大型渠道商已经存在了，市场竞争充分了，用法律的形式追认比较好。也许过两三年会实现真正的市场定价。

□本期主持人 章国瑜

