



汽车有偿延保遭遇成长的烦恼

伴随着越来越多的汽车厂商开始向售后市场要利润，不少汽车品牌纷纷推出了汽车延保服务。今年10月1日即将实施的汽车“三包”政策，也让有偿延保服务顺势而出，并有在市场上蔓延的趋势。

记者通过调查后发现，对于有偿延保服务，消费者只需付出很小比例的延保费用，即可延长厂家或经销商承诺的产品售后时间和扩大保修范围，很大程度上解决了消费者的后顾之忧。但业内人士也指出，目前，汽车有偿服务尚处于起步阶段，消费者大都抱有抵触情绪，在“三包”实施后，或许这一现象将有所改观。

延保业务涌现

记者在走访车市时发现，随着有车一族用车、养车成本的不断增加，“汽车保修期”这一衡量商品价值的要素被越来越多的消费者所重视。不少消费者在购车时除了价格、配置外，对于保修期的时间也很敏感。

某品牌经销商告诉记者，汽车行驶的里程数越多，发生故障的几率自然也就越高，质保期成为厂商竞争的新砝码。尽管国内不少品牌都主动延长了保修期，但汽车产品在国内依然是特殊消费品，质保期满后，消费者还要使用相当长的时间，维修保养在所难免。

据了解，目前许多汽车厂家均已推出了自己独立的延保产品，经销商集团以及第三方延保提供商的模式也开始起步，并逐渐有扩大业务的趋势。

这种有偿延保的模式，根据涉及车型的不同而价格不一。一般来说，延保服务的价格根据汽车品牌价格的高低和延保时间长短的不同而不同，汽车价格越高，延保服务的价格越高；延保年限越长，延保服务价格也越高。在延保期内，只要是正常损耗而非人为损坏的，都可以获得免费更换零配件。

一位第三方延保服务提供商坦承，无论消费者采取那种模式，最终都需要通过经销商将延保产品出售给消费者，后续的保修服务也需要经销商进行落实。这无疑将客户与经销商捆绑在了一起，有效地避免客户流失，并带来了可观的售后利润。

据了解，延保服务的利润率较高，推出延保服务的保险公司与4S店合作时，会将车主支付的延保费用的15%~25%作为提成返给4S店。“给出了这些优惠，保险公司仍有很大利润空间。”一位知情人士向记者透露，延保是近几年刚刚兴起的一项新业务，风险远低于车险。

记者算了一笔账，以每辆车一年2000元的延保服务为例，20%的返点能给一家4S店带来400元的收入，至少可以抵消在售车优惠上的损失。

“买家没有卖家精。”一位4S店售后服务部经理也坦言，该4S店采取的是与保险公司合作的运作模式，保险公司在推出延保业务时，都经过了周密测算，定然不会承担太大风险，经销商也乐意合作，以赚取更多的利润。

厂家欲分利润

对于经销商与保险公司合作向车主提供延保业务，多数车企的相关负责人在接受记者采访时表示，厂家对此的态度是支持的。“既然没有强制之说，那么延保就像4S店也为消费者提供保险业务一样，是一种附加服务。”一位自主品牌车企负责人称，在不违反经营原则的前提下，厂家对于经销商自己拓展的业务都持支持态度。

相比而言，合资汽车品牌更愿以厂家的名义推出延保服务，希望借助网络优势，并全面准确地掌控经销商实际的服务动态，提高风险的控制能力。

记者从一家汽车4S店总经理处获悉，他们很早就推出了延保产品，但只针对质保期内的用户，因此新车客户购买的比较多，能占到60%以上。“延保产品还是挺值的，就算您两年内打算换车，延保没用完的也可以过户，为车辆增值不少。”上述人士称。

据了解，目前经销商对于延保服务都抱以肯定的态度。由于符合延保的客户通常都是新车车主，门槛较高，且延保业务是车辆超过厂家质保期后才开始执行的，这对厂商而言依然有利可图。“一般来讲，一辆车如果跑了三四年都没出现过大问题，那再出状况的几率就不是很高。”一位合资品牌4S店的售后服务部经理直言，“车辆的不稳定期都在厂家质保的年限内，这段时间之后再保主要零部件通常都不会出现什么问题，易损的小配件，延保服务通常还不包括”。

在另一家4S店内记者也看到，延保服务的范围分为三种，分别是动力延保、总成延保、整车延保。而新车车主主要享受一年或2万公里整车延保，至少要交4200元以上，尽管如此，依然有20%的客户会选择这一项目。

据不完全统计，目前在北京市场上的700家注册经销商中，有近7成的经销商推出了延保服务，其中以厂家为主导的延保服务更是占到了一半以上。

资料显示，按照比较成熟的美国汽车延保市场格局来看，汽车厂商占据延保市场的一半份额，第三方机构和经销商自行提供的延保占据另一半份额。

一位车企相关负责人透露，为保证利益的“大头”掌握在厂家手中，各厂家也开始对延保服务重视起来。

普及尚需时日

在提供延保服务的各家4S店走访时，记者看到，虽然业务员对很多车主都详细地介绍了延保服务的好处，感兴趣的人也不少，但最后真正选择的消费者并不多。“感觉没太大用处，即便车辆使用超出了厂家质保期，很多部件的修理车损险中也包括了，没有必要再交一份延保的钱。”车主王先生的话，代表了大多数消费者的态度。

据部分经销商统计，真正选择延保服务的车主比例很低，尚不足5%。一些知名度较高的品牌，选择延保的车主比例相对高一些；自主品牌和非主流品牌，选择延保的车主比例则非常低，有的店一个月也难有一单成交。

在一家4S店内，一位销售人员表示，该店曾经尝试推出过每年500元的整车延长质保服务，但是销售效果不好，推行了两个月，销售为零。

“知名度高的品牌虽然销量大，但其客户中对车辆了解较深的人并不多；选择自主品牌的车主中，反而有很多人非常懂车，对于如何维修保养，计算得比4S店的维修人员还精准，所以基本不会选择延保。”一家4S店的维修总监称。

业内人士分析认为，从现有的延保服务实际操作现状来看，除了消费者未能接受外，很多厂家推出的延保服务并不完全适合中国市场的实际情况。很多在国内市场开展的延保服务，并没有针对消费者的消费习惯和服务需求来设计和规划，各品牌之间甚至同品牌之间，有些情况下无法做到向消费者提供统一和全面的服务。此外，经销商为追求销量，通常会将收费项目变为另类促销手段，免费提供给消费者，这也影响到了有偿延保服务的实施效果。

值得关注的是，今年10月1日即将实施的汽车“三包”政策，或许会成为延保服务的转折点。上述人士表示，在“三包”政策实施后，延长保修将会成为各厂商的主要竞争手段。而延保服务被消费者接受不可能一蹴而就，但随着延保服务的需求急速攀升，充分的市场竞争自然会演变为市场趋势，推动延保服务的普及。

(北商)

相关链接

汽车延保有何好处

随着人们的生活水平逐渐提高，私家车逐渐走进千家万户。对于爱车的维修保养，已经成为当代人生活的一部分，但对汽车延保，很多人还是存有一定的疑问——汽车延保对爱车究竟有什么好处呢？现在为拥有爱车的朋友补充点相关知识。

我们所说的汽车延保，就是指当爱车在购买后，所规定的原厂保修期到期后，如果想要继续享受保修服务，那么必须对爱车进行保修期的延长，在此期间，爱车发生的一切故障所花销的费用，都将由延保公司承担。相信许多车友在4S店对爱车进行保养时，店员都会介绍相关的汽车延保业务，对于店员热情的推荐，车友们对此半信半疑，究竟汽车延保有什么好处？

一、省钱。只要购买了延保服务，当您的爱车发生延保保修范围内的故障时，延保公司将承担所发生的维修费用，包括人工费、配件费和必要的施救费用。如同保险保障一样，将未来难以确定的可能是巨额的费用，提前进行转移。

二、省心。因为延保的维修服务都是原厂特约的维修中心，无论在技术上还是零部件的质量上，都有良好的保

障，因此车主对整个维修的质量更加放心。

三、省事。如果爱车出现突发情况，车主只需要拨打电话，延保公司就会立即赶到，为车主提供高质量的服务。

四、保值。有一点可能车主朋友都不知道，汽车的延保合同还可以同车辆一起转让，即售车的价格将高于同类的车辆价格，从而达到了保值的效果。