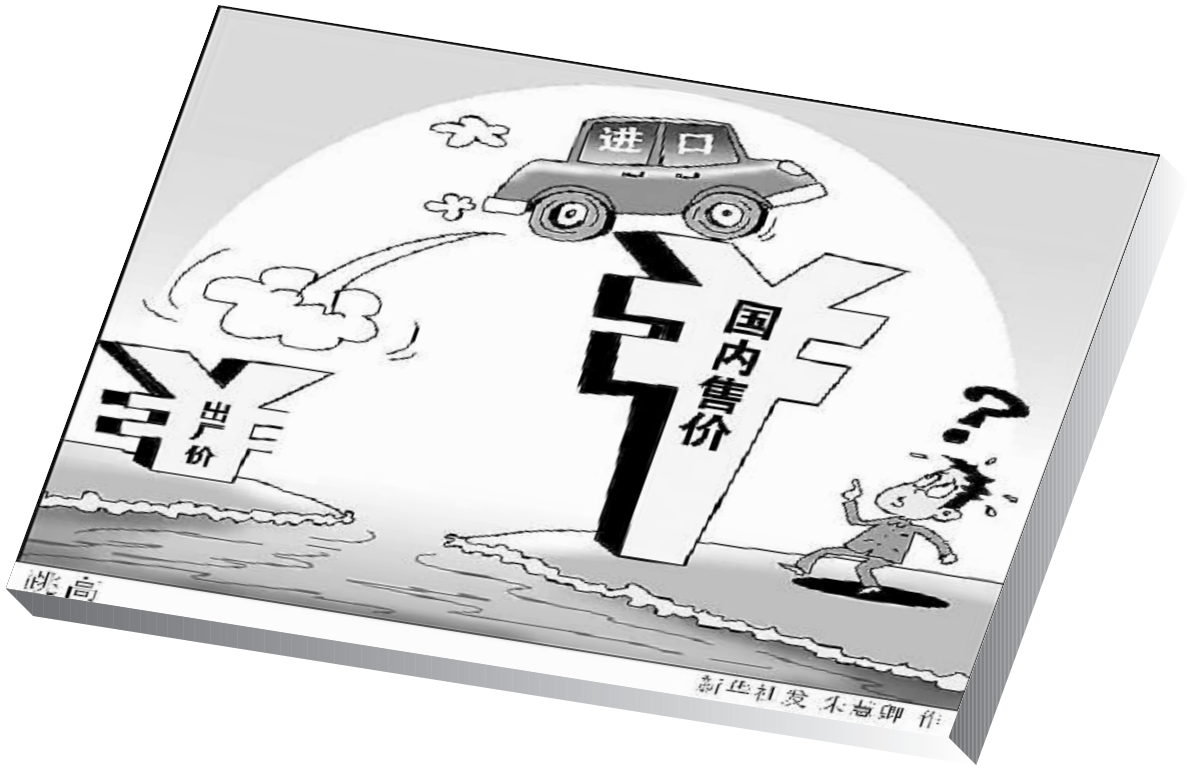
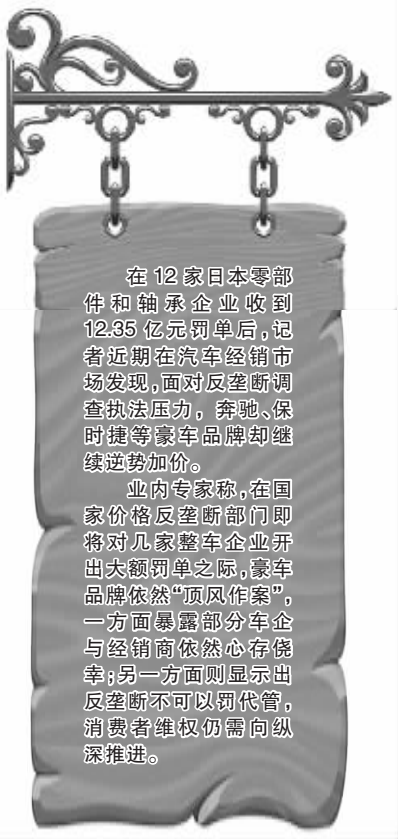


豪车反垄断处罚追踪

奔驰等豪车品牌顶风加价 侥幸心理与监管薄弱并存



加价与搭售成“公开的秘密” 车企与经销商心存侥幸

热销车型加价 提车车搭售配件

从今年 7 月份开始，持续三年的汽车行业反垄断调查逐步升温，包括捷豹路虎、奥迪、克莱斯勒、宝马等一批品牌相继宣布整车或零部件降价，以回应反垄断部门调查。然而，就在对整车企业罚单即将落地之际，部分豪车品牌却涉嫌利用垄断行为对整车逆势加价。

9 月上旬，记者在梅赛德斯-奔驰位于北京大兴区和朝阳区的 4S 店内发现，消费者想要买到“CLA260”这款车，至少需要加价 5 万元，而此车的指导价为 37.8 万元，加价幅度高达 13%。记者采访多家奔驰经销商发现，这款车自上市以来就被经销商长期加价销售，朝阳区这家 4S 店的销售人员说，刚上市时全北京都加价两三万元，现在则是全市范围内都要加价五六万元。而几个奔驰经销商大肆加价的理由都是“各家 4S 店现车都很少”。

而在另一豪车品牌保时捷位于北京朝阳区的一家 4S 店内，当记者询问“Macan”车型价格时，销售人员表示不会加价，但随后却又说：“需要做一个全车贴膜，同时再加一个一年的延保，一共费用大约需要 3 万元。”见记者有些犹豫，这位销售人员暗示这并不算多，“本来正常的话还要加装 5 万元的配置。”对此，记者表示不愿意加价购买这些配件和服务，但销售人员称如果这样的话提车就要等一段时间。

记者调查发现，在国内一些知名汽车论坛上，消费者对于豪车加价行为的不满由来已久，特别是对于某些品牌经销商，消费者的抱怨几乎是“一个模子刻出来的”，那些豪车的加价理由和加价幅度大多高度相似。

据了解，这种加价或搭售的行为几乎是行业“公开的秘密”，长期以来让消费者深恶痛绝。在反垄断巨大压力之下，为何仍有部分车企和经销商心存侥幸？

记者从行业协会了解到，一些豪车品牌部分热销车型的库存量其实并不少，但经销商给消费者的信息却是“供需紧张”，不加价就别想拿到现车。对此，中国汽车流通协会常务理事贾新光说，一些豪车品牌经销商有时会刻意制造供需紧张的假象进行“饥饿营销”，通过加价销售赚取更多利润。

记者发现，一些品牌 4S 店对热销车型加价直言不讳，表现得十分强势。同时，各家 4S 店对于周边同品牌经销商的加价幅度也十分了解。在上海大众一家 4S 店内，一位销售人员说：“别人不加价，我们肯定也不敢加，要加价肯定是一起加的。”

一位参与汽车行业反垄断调查的专家告诉记者，加价销售有可能是整车供应商背后组织的纵向垄断行为，也有可能是经销商之间通过协商价格组织的横向垄断行为。

销商之间通过协商价格组织的横向垄断行为。“如果没有协商，怎么可能一个地区所有 4S 店的加价幅度基本上都一样？”

有专家表示，就算是个别经销商出现加价行为，也是违法的。中国消费者协会律师团律师邱宝昌认为，汽车经销商针对部分紧俏车型加价销售或强制搭售等行为，涉嫌违反消费者权益保护法、反不正当竞争法等多项法律。

在汽车行业反垄断执法处罚的重要关口，部分车企已经意识到加价行为涉嫌垄断，明令禁止经销商加价。捷豹路虎大中华区总裁高博对记者表示，为了满足市场需求，捷豹路虎还将加大对中国市场的供应力度，消费者遇到经销商加价可以通过服务热线反映。

贾新光认为，此前舆论的焦点多集中在零部件企业以横向垄断合谋控制价格，以及整车企业以纵向垄断造成畸高零整比上面，一些车企和经销商因此心存侥幸，仍然想钻空子加价销售。

反垄断不能以罚代管 消费者维权需向纵深推进

部分专家指出，在反垄断高压之下仍有豪车品牌“顶风作案”加价销售，除了暴露出部分车企和经销商心存侥幸，还表现出行业监管的薄弱环节。

目前，汽车经销与售后行业监管的首要薄弱环节，仍然是垄断存在政策漏洞。现行《汽车品牌销售管理实施办法》仍然导致消费者买车、修车必须依赖 4S 店，强化了车企和 4S 店对国内市场的垄断。

北京中保研汽车技术研究院院长冯君指出，部分车企正是钻了政策的空子，才能抬高定价获取巨大利润。对此，中国汽车流通协会有形市场分会副会长苏晖表示，工商总局今年 8 月已发出修改完善行业法规的信号。

与此同时，专家指出，反垄断不能以罚代管。此前，12 家日本零部件企业被罚款后均提出了整改措施，包括对公司全体成员进行反垄断培训、采取实际行动消除过去违法行为的后果并惠及消费者。多位专家对此指出，这些整改措施说得好看，但能

否实现尚不得知。只有工商、价格等多部门联合起来，同时加强对零部件供应、整车销售、售后维修等多个环节的动态监管和执法，才能让市场真正回归合理。

此外，除了行政罚款，未来消费者索赔的介入，也或将促使消费者维权向纵深推进。参与反垄断论证的中国社科院美国所副研究员苏华撰文表示，曾有消费者在湖南和山东起诉车企但均被法院驳回，两案的争议均为 4S 店销售原厂配件时搭售维修服务。

法律界人士称，在反垄断部门进行行政处罚后，消费者民事诉讼将具有更加充分的依据。相信最高人民法院的相关司法解释也会随之细化，届时，车企可能将面临消费者巨额索赔压力。“如果有一家车企因为输了官司作出巨额赔偿，那么，多数车企就不敢铤而走险。”邱宝昌说。

(据新华社北京 9 月 8 日电 记者 杨毅沉 郭宇靖)