

汽车反垄断指南启动 涉事各方“有话要说”

发展改革委价格监督检查与反垄断局今年6月宣布,正式启动汽车业反垄断指南研究起草工作。这个事关全球最大汽车生产国的反垄断文件,牵扯着行业、车企和消费者每个人的神经。在指南出台之前,利益各方都明确表示“有话要说”。

车企:期待零部件等汽车“后市场”成反垄断重点

居高不下的汽车零整比,是汽车修理行业最为诟病的顽疾。有消息称,某知名汽车品牌的某款车型如果零散购买该车所有配件,所花费的费用可以购买近6辆整车。

零整比高的根源,是汽车厂家对零部件等汽车“后市场”的垄断。首先,同样的零部件,4S店的定价远远高于市场价。其次,一些核心零部件的提供和维修服务,只有品牌4S店可以提供。其实,许多经销商从厂家的配件暴利中获利并不多,还要和整车一样接受厂家强行对配件品种和数量压库,且无法向授权体系以外的渠道转售配件。

业内人士指出,整车厂要求旗下授权经销商只能从整车厂或整车厂指定渠道购买配件,而不得外采配件的排他购买、排他供应行为,属于典型的滥用市场支配地位,不利于市场的公平竞争。业内人士呼吁,指南应对这种行为加以限制,同时允许原厂配件进入4S店之外的其他渠道,允许授权经销商在配件环节进行外采。指南的出台能否改善零部件的销售依

然被通过价格等手段控制,能否解决市场环境公开、透明和诚信,备受期待。

行业:让汽车产业互联网化的风暴来得更猛烈些吧

业内人士预测,指南的出台,对基于互联网、大数据等而产生的汽车修理行业新概念新模式,必将起到催化剂、助产婆的作用。

传统汽车厂商在互联网化,互联网企业也在进入汽车行业,跨界融合趋势愈加明显。在大数据的指引与冲击之下,从汽车设计与制造生产到销售终端、售前售后服务模式都面临着全新的挑战。有专家指出,电商平台现阶段无法直接进行汽车交易,仅能起到收取订金的作用,具体销售过程还是要在经销商处完成。也就是说,汽车生产厂家仍有机会通过控制经销商操纵汽车网售价格,从而实现垄断。

近日,一个集“大数据+修车”为一体的服务型品牌,在汽车后市场“吹皱一池春水”。爱马社通过多年的维修大数据测算、汽车零部件性能数据分析及经验数据汇总提炼,精确测算出汽车每一个零

部件的生命周期,最终形成了三个具有核心竞争力的文件:《汽车零部件生命周期概率表》、《汽车零部件BOM表》、《工具、设备、技术标准关联表》。这些表中的数据,能精准计算出每个零部件的生命周期,从而锁定每辆车合理的收费价格。以往汽车维修保养时,客户需要面对一堆需要更换的零部件和高额账单,而使用修车宝后,客户汽车的每个零部件的生命周期都在修车宝的掌握之中。

爱马社的客户按不同公里数一次性缴纳一千多元至几千元不等的费用,在不同公里数期间享受爱马社修车宝的承包式服务。当客户签订了“包修协议”并一次性交费之后,爱马社的团队就要全权负责后续事务,要把包修期内车的维修率降到最低。在这种“先缴费后服务”的约定下,只有当客户的车健康了,不出问题,不来维修,他们的团队才能赚钱,所以,每一次维修服务必须精益求精。

消费者:呼唤真金白银的实惠

不管是生产、销售,还是售后服务,不论是直接还是间接接触消费者,只要哪个环节出现问题,受到损失的必定有消费者。

国家发展改革委近年来深入开展的汽车业反垄断调查与执法,涉及为数众多的中外汽车制造商、上游供应商、授权经销商,目前已依法做出系列处罚决定。这些处罚对行业规范起到了一定的作用,但似乎这些处罚和消费者没有太大关系,相关利益并没有转移到消费者身上。

业内人士认为,反垄断的成效在哪里,行业不断催生的互联网模式究竟能不能从本质上为消费者带来利益,最终要看能不能给广大消费者带来真金白银的好处和实惠。

(据新华网)



12.98万即可拥有德系SUV
您还考虑轿车吗?
Yeti 一起兄弟

