



《汽车销售管理办法(征求意见稿)》公开反馈意见整理

经销商担忧约束力 生产商注重条文严谨性

汽车人后市场大会暨同质配件供应商培训启动会于1月召开，又一次把同质配件的概念推进公众视野。

被视为汽车流通领域“基本法”的《汽车品牌销售管理办法》于2005年推出，由于其导致主机厂与汽车经销商矛盾频发，早在2008年就传出过要修订的消息，但由于涉及利益链条错综复杂，新的管理办法几易其稿，多次难产。

今年1月6日，商务部终于发布了《汽车销售管理办法(征求意见稿)》(以下简称“新《办法》”)，并于2月6日结束征求意见，将在年内正式实施。新《办法》明确表示，要发展电商销售模式、放开配件销售渠道，建议非强制性放开渠道形式。同时，规定整车厂商不得实施压库、搭售、限制经营其他业务等多项长期受到业内争论的行为。

商务部网站上对新《办法》的公开反馈意见共计58条，意见主要来自汽车经销商、汽车生产企业、汽车零配件生产和流通企业、相关政府部门以及个人消费者。意见类型包含原则性意见、具体条文修改意见、反映情况类意见等，意见主要集中在第三条、第十六条、第二十二条、第二十四条和第三十四条。

经销商—— “对厂家处罚力度明显不足”

新《办法》重新梳理了汽车产业链上的关系，特别是汽车生产企业和汽车经销商之间的关系，大部分经销商在反馈意见中，都为新《办法》的出台表示欢迎。比如新《办法》第二十二条就明确，汽车生产企业不得对经销商实施搭售、压库、限制经营其他供应商商品、限制同品牌经销商内转售、限制经营其他业务等，为缓解汽车生产企业和汽车经销商之间紧张的关系提供了政策性支持。

不过，虽然新《办法》有利于汽车经销商提高自主经营的权利，不少汽车经销商在公开反馈意见中对新《办法》的约束力度还是表示了担忧，认为其对汽车生产企业的处罚力度尚显不足。

新《办法》第三十四条规定，对违反《办法》内相关规定的，由商务主管部门责令限期

改正；逾期拒不改正的，由商务主管部门给予警告或视情节轻重处以违法所得最高3倍不超过3万元的罚款；没有违法所得的，处以不超过1万元的罚款。“处罚力度明显不足，3万元对于销售额超过百亿的企业来说如九牛一毛”，一位来自某汽车销售公司的负责人如此表示。“处罚金额太低，小摊小贩都不会理会这样的处罚力度，何况这么大级别的品牌厂商。建议处罚额度是该厂商年营业收入的20%~500%。”另一位行业相关人士也表达了类似的意见。也有部分人认为，处罚应该以销售额的百分比来实施。

此外，还有部分经销商认为，应该在条文中加入汽车生产厂家不得限定产品的销售区域，以此保证汽车经销商的产品在市场上可以自由流通。

整车企业—— “新车”概念尚需厘清

在商务部网站上的公开反馈意见中，有三家汽车生产企业发表了意见，分别是宝马中国、广汽集团和观致汽车。

宝马中国和观致汽车都对“汽车”的概念范围表达了意见。新《办法》第三条为：本办法所称汽车，是指由动力驱动，具有4个或4个以上车轮的非轨道承载的车辆，且在境内未办理注册登记的新车。宝马中国认为，新《办法》规定的汽车概念范围，会被误读为在国外上过牌的二手车进入国内后可视为新车销售；观致汽车则提出疑问：是否可以理解为未办理注册登记手续的都是按照新车流程操作，并举了客户已购新车未上牌前发生严重质量问题的例子。

广汽集团提出，电商销售管理在条文中尚存潜在矛盾。新《办法》第二十四条规定：除合同另有约定外，供应商在经销商获得授权销售区域内不得向消费者直接销售汽车；而第六条则规定：推动汽车流通模式创新，积极发展电子商务。广汽集团表示，整车供应商发展电商平台向消费者进行产品直销时，由于网络平台不受地域限制，将不可避免地存在最终购买的客户所在区域与经销商授权销售区域范围发生重复的情况。虽然第二十四条

加入了“除合同另有约定”的兜底内容，但由于汽车电商尚属新兴产业，绝大部分与原经销商的合同并未对此进行专门约定，因此很难适用，故建议不保留本条规定或者对本条规定进一步明确。

宝马中国还提出，希望新《办法》与“汽车行业反垄断指南”保持一致，并希望新《办法》能给企业提供至少12个月的过渡期，以便让相关各方(尤其是供应商)进行必要的合同审查和业务调整。

零配件产业—— “同质配件”应予以强调

汽车零配件生产和流通企业以及修理厂的建议主要集中在第十五条和第十六条。他们建议在配件分类中加入“同质配件”的类别，代替“非原厂件”的表述。据记者统计，58条公开反馈意见中，有7条都提出了“同质配件”的概念。

新《办法》第十六条规定：经销商、售后服务商销售或者提供配件，应当如实标明原厂配件、非原厂配件、再制造件、修复件等，明示生产商(进口产品为进口商)、生产日期、适配车型等信息。向消费者销售或者提供原厂配件以外的其他配件时，应当予以提醒和说明。

一位来自北京某汽车维修公司的建议人称：“汽车配件市场目前十分混乱，除原厂配件以外，正厂件、配套件、品牌件、高仿件等产品互相混杂，更有大批假冒伪劣配件产品在市场销售。”有关“同质配件”的建议都认为，同质配件有统一编码，售后便于追溯，可以促进其他汽车零配件生产企业的产品与原厂配件开展公平、公正的竞争。

据记者了解，今年1月1日起实施的《汽车维修技术信息公开实施管理办法》要求“加强同质配件使用推广，促进保险企业依据维修技术信息、同质配件使用精确定损，降低维修成本和保险费用，保护消费者利益。”而修改后的《机动车维修管理规定》中，也首次明确规定了“同质配件”，即“产品质量等同或者高于装车零配件标准要求，且具有良好装车性能的配件”，同时明确托修方、维修经营者可以使用同质配件维修机动车。(新京)

