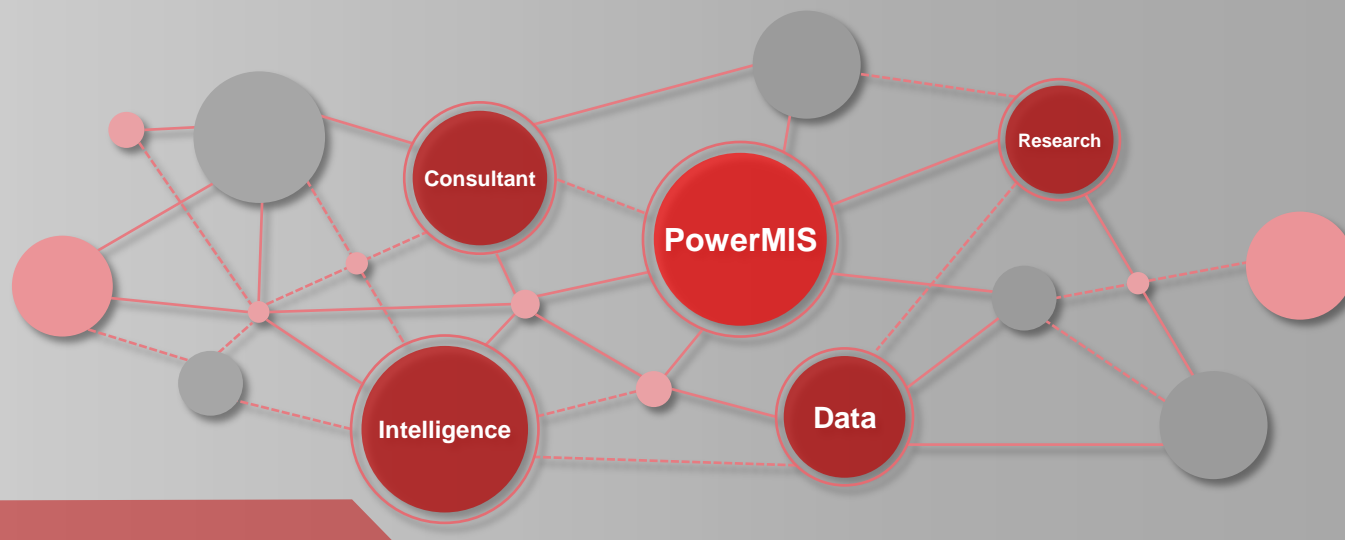


# 从反垄断看汽车行业发展

Insight into auto industrial development from anti-monopoly moves



# 事件介绍：工商总局停止品牌汽车经销商备案

- 8月1日，国家工商总局发布《关于停止实施汽车总经销商和汽车品牌授权经销商备案工作的公告》。《公告》一出，立刻引起汽车行业特别是汽车经销商的关注。一方面，《公告》是“简政放权”下的大势所趋；另一方面，汽车经销商有望在《公告》下提高其话语权。《公告》或将对未来的汽车流通领域产生深远影响。

## 《关于停止实施汽车总经销商和汽车品牌授权经销商备案工作的公告》

### 国家工商行政管理总局文件

工商市字[2014]145号

#### 工商总局关于停止实施汽车总经销商和 汽车品牌授权经销商备案工作的公告

为贯彻落实党的十八大精神和《国务院关于进一步促进市场公平竞争维护市场秩序的若干意见》，切实转变政府职能，使市场在资源配置中起决定性作用和更好发挥政府作用，工商总局研究决定，自2014年10月1日起，停止实施汽车总经销商和汽车品牌授权经销商备案工作。现公告如下：

一、工商总局自2014年8月20日起，不再接收汽车供应商报送的备案材料。对已接收材料中符合备案条件的汽车总经销商和汽车品牌授权经销商名单，将在9月份最后一批备案名单中公布。

二、停止实施备案工作后，从事汽车品牌销售的汽车经销商（含总经销商），按照工商登记管理相关规定办理，其营业执照经营范围统一登记为“汽车销售”。根据工商总局公布的备案名单文件，已将营业执照经营范围登记为“××品牌汽车销售”的汽车总经销商和汽车品牌授权经销商，可以申请变更登记为“汽车销售”。

三、工商行政管理机关将依法强化对汽车经营行为的监管，维护消费者的合法权益和公平竞争的市场秩序。

工商总局

2014年7月31日

## 内容要点

- 自10月1日起，停止实施汽车总经销商和汽车品牌授权经销商**备案工作**。
- 今后将把经销商的营业执照经营范围统一登记为“**汽车销售**”。



## 正确解读八一《公告》



### 观点1

## 简政放权

现行的《汽车品牌销售管理实施办法》仍规定经销商经营需取得厂家授权，品牌操控权仍在厂家手中。停止品牌经销商备案或只是政府简政放权的需要。

### 观点2

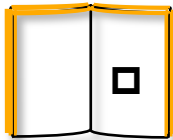
## 剑指反垄断

一家店可以卖多种品牌的汽车，市场竞争将再加剧；厂家对经销商的管控将减弱，**垄断行为**将随之减少。

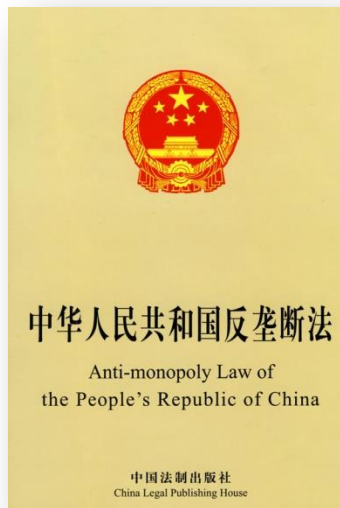


# 法文界定垄断行为

- 《中华人民共和国反垄断法》中，有四章内容从四个方面定义垄断行为，分别是垄断协议、滥用市场支配地位、经营者集中、滥用行政权力排除限制竞争。



## 《反垄断法》界定的垄断行为



### 滥用市场支配地位

- 单个经营者占有50%及以上市场份额，或两个经营者占2/3以上、三个经营者共占75%以上。

中国汽车市场还没有经营者可达到该标准。

### 经营者集中

- “经营者合并”、“经营者通过股权、资产或合同方式取得对其他经营者的控制权”。

不适用于汽车行业垄断。

### 滥用行政权力排除限制竞争

- “行政机关滥用行政权力，排除、限制竞争。”

### 垄断协议

- 横向垄断协议——多个经营者达成**价格同盟**等协议。
- 纵向垄断协议——经营者（汽车厂商）将交易相对人（经销商）向第三人（消费者）转售商品（整车或者零部件）的**价格固定化，或者限定最低价格**。

## 汽车行业垄断

- 属于违反垄断协议。
- 此次调查的12家日本零部件企业属**横向垄断**。
- 整车厂限定经销商整车最低价属**纵向垄断**。

# 多种原因导致垄断，制度缺陷难辞其咎

■ 进口车价格垄断，除了高额的关税、消费税和增值税外，厂商和经销商的利润诉求共同推高了国内进口车价格。巨大的市场需求和制度缺陷也助推了垄断的形成。



# 反垄断是汽车产业发展的需要

- 主机厂的垄断行为使其获得大量不合理利润、损害了消费者的合法权益，并且阻碍了中国汽车市场及汽车产业的快速健康发展。



## 消费者合法权益被损害

- 垄断后虚高的价格让消费者的购车成本猛增，损害消费者利益。



## 车企榨取不合理获利

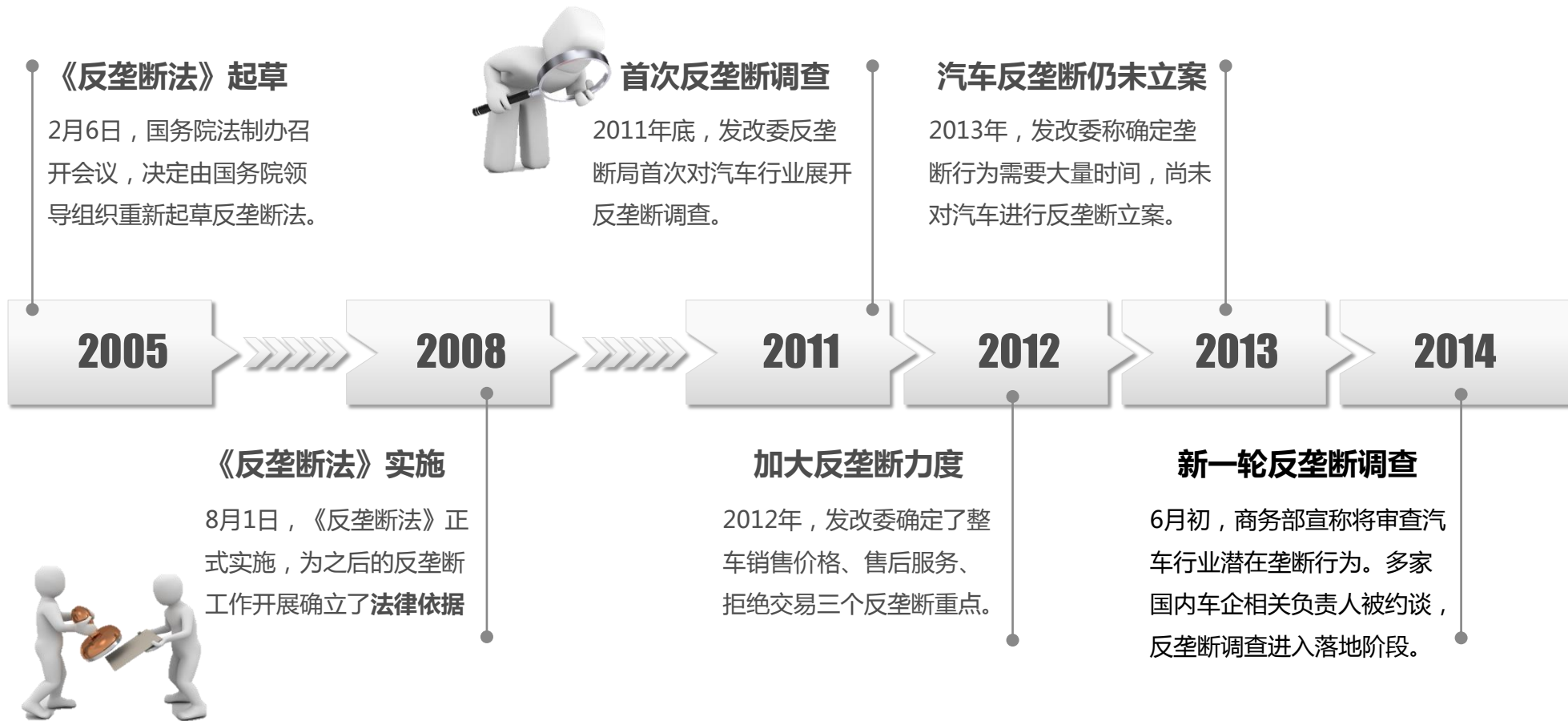
- 车企通过制定偏高的指导价和限制经销商经营行为等措施获得大量不合理利润。



## 我国汽车市场健康发展受阻

- 部分车企的垄断行为，使其获得大量利润，造成资源分配的不公，阻碍我国汽车产业高速健康发展。

■ 从2008年8月1日，反垄断法正式实施到2014年8月1日工商总局叫停经销商备案，汽车行业的反垄断实质性的反垄断举动并不多，直到近期多家车企被约谈，并且确认奥迪和克莱斯勒的垄断行为，带来实质性的反垄断风暴，但是反垄断调查实际上从2011年就开始了。



■ 此次反垄断调查内容不同于以往，在政府部门看来，由地区封锁带来的行业垄断或许才是限制我国汽车行业充分实现市场化、国际化的“始作俑者”。因此，这一轮的反垄断调查才率先向地区封锁“开火”。

5月下旬

商务部下发《关于开展地区封锁行业垄断问卷调查的通知》，调查针对地区封锁和行业垄断，矛头直指**汽车行业**。

8月4日

上海市发改委、江苏省物价局所属的反垄断局，对奔驰上海办事处进行**突击调查**。



8月6日

**国家发改委首次公开回应：**

- 已查明奥迪和克莱斯勒垄断。
- 奔驰是否垄断正在调查取证。
- 已查明12家零部件与轴承日企价格垄断。



8月14日

国家发展委相关人士称，**超过1000家**中外汽车企业正接受发改委的反垄断调查，包括汽车制造商、零部件供应商和经销商。

8月13日

**江苏省物价局宣布：**

- 对奔驰的垄断调查掌握了证据。
- 除宝马、奔驰外，奥迪、大众、斯柯达、雪佛兰、别克等品牌汽车也被调查。

8月13日

湖北省物价局开出**首张罚单**，对4家宝马汽车经销4S店处于金额不等的行政处罚。



■ 随着国内对汽车行业的反垄断调查升温，现已有多家车企主动下调了相关价格作为回应，包括售后价格和整车价格。目前已有奥迪、克莱斯勒和12家日系车企均被认定存在垄断行为，奔驰仍在调查取证阶段。

车企	应对措施：
 Mercedes-Benz	① 下调20%服务费 ② 下调配件价格(涵盖全系车型，超过1万个配件)
 JAGUAR LAND-ROVER	① 下调3款车型价格(包路虎揽胜加长版5.0 V8、路虎揽胜运动版5.0 V8以及捷豹F-TYPE敞篷版全系车型)
 Audi	① 下调国产车型配件价格 (调价后奥迪A6L“零整比”将从411%降至291%)
 CHRYSLER	① 下调20%零配件价格(145种) ② 下调2款车型价格(大切诺基SRT8、大切诺基5.7L旗舰尊悦版)
 B M W	① 下调零部件价格(涵盖2千余件产品，平均降幅20%)
 TOYOTA 广汽 TOYOTA	① 下调部分零部件价格(无说明降幅及种类)
 H 广州 HONDA	① 下调部分零部件价格(接近3万种)

• 按照《反垄断法》规定，在反垄断调查初期，被调查企业积极配合，可以减轻处罚，甚至免于处罚。此次车企的纷纷主动“示好”与此不无直接关系。



- 成熟市场对于对于汽车制造商的垄断行为采取多种措施，较有代表性的有，美国的汽车经销商协会、日本的开放平行进口和欧盟的开放汽车配件流通。

## 美国



### □ 维护经销商权利

- **实施途径**：美国汽车经销商协（NADA）
- **机构作用**：争取经销商与整车厂商平等关系，推动相关法律建立健全。
- **相关法规**：《联邦汽车经销商特许经营法》、《诚实法》等。

- 美国在维持经销商平等权利上采取诸多措施，除了协会以外，各州都有保护经销商权利的法规。

## 日本



### □ 汽车平行进口

政策保障

汽车流通适用手册：总经销商应为平行进口汽车提供售后服务。

认证保障

平行进口的汽车都要符合日本的认证法规才能销售。每辆汽车都进行单独认证。

机构保障

海外车辆输入协同组合：将平行进口商联合到一起，组成完善服务体系。

## 汽车反垄断

### □ 欧盟：汽车配件流通

- **相关法规**：《汽车销售服务新法规》，该法规禁止汽车厂商限制以下3种行为。

① 配件制造商向独立售后市场销售配件。

② 授权经销商和授权维修商向独立维修商销售配件。

禁止厂商限制

③ 授权维修商从独立售后市场获得原厂配件或质量相当配件。



- 发改委对此次反垄断的力度加强，进口品牌首当其冲，成为重点打击对象。而合资品牌，甚至是自主品牌，都将会受到不同程度的牵连与影响。而豪车反垄断调查对于自主品牌而言，既是机会也是挑战。



## □ 降低整车及售后价格 或将促进销量

- 反垄断前后，豪华进口车品牌已经开始对整车及售后价格作出调整。
- 整车和售后价格降低虽会给进口车品牌的利润带来影响，但却会一定程度上促进其销量。



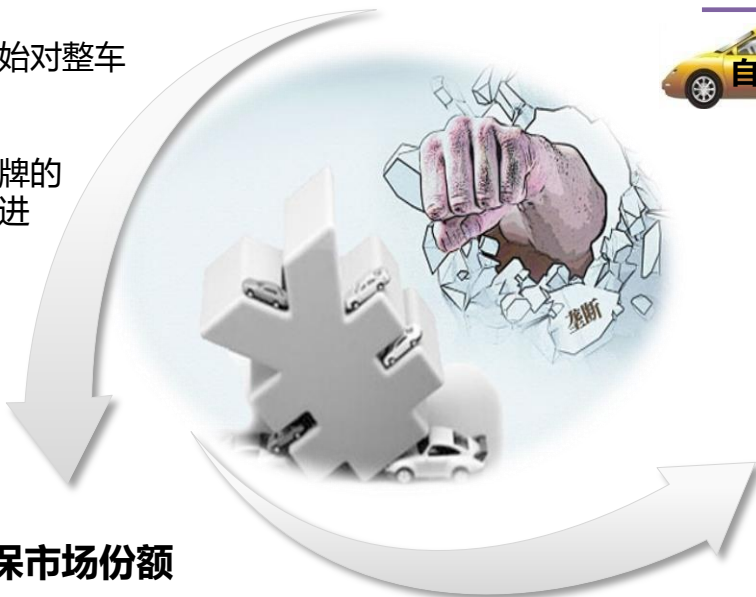
## □ 合资受牵连 或降价保市场份额

- 受到进口车降价的影响，日系合资车企首先降低了其零配件价格。
- 豪华品牌相继推出入门豪车投放市场，价位拉低至30万元以内。这与合资品牌中高端的B级车形成了一定的市场重合。在豪车的保养、配件价格下降后，这部分车型将受到豪车品牌的最大冲击。



## □ 多米诺骨牌最终倒下时，压住的其实是自主品牌

- 进口合资品牌一系列降价后，最终压榨的将是自主品牌的生存空间。
- 自主品牌的市场份额就连续多月下降，对豪车进行的反垄断调查，从长远来看，或将冲击自主品牌的市场份额。
- 反垄断调查将进一步刺激自主品牌发展，最终将优胜劣汰。



- 反垄断调查及今日工商总局日前正式出台的《工商总局关于停止实施汽车总经销商和汽车品牌授权经销商备案工作的公告》，客观上对经销商等行业参与者创造了良好的发展契机。

## □经销商

### • 多品牌经营

开拓“汽车超市”等多品牌经营模式。多品牌授权节省了建设多个品牌维修站的成本，也增加了市场竞争力。



### • 成本过高难以支撑

新车与零配件的价格降低导致经销商利润率下降。这对经营成本过高的经销商而言将是不小的挑战。

## □消费者

### • 渠道更便捷

多品牌车型在同一4S店购买、维修、保养。

### • 用车成本降低

不仅购车成本降低了，维修保养的费用也降低了，甚至车险的投入也减少了。

### • 经销商转嫁费用增加

不必要的零件更换费用增加，易损件以次充好几率增加。

## □其他

### • 险企成本降低

零配件及维修费用的降低，大大降低了险企的出现成本。

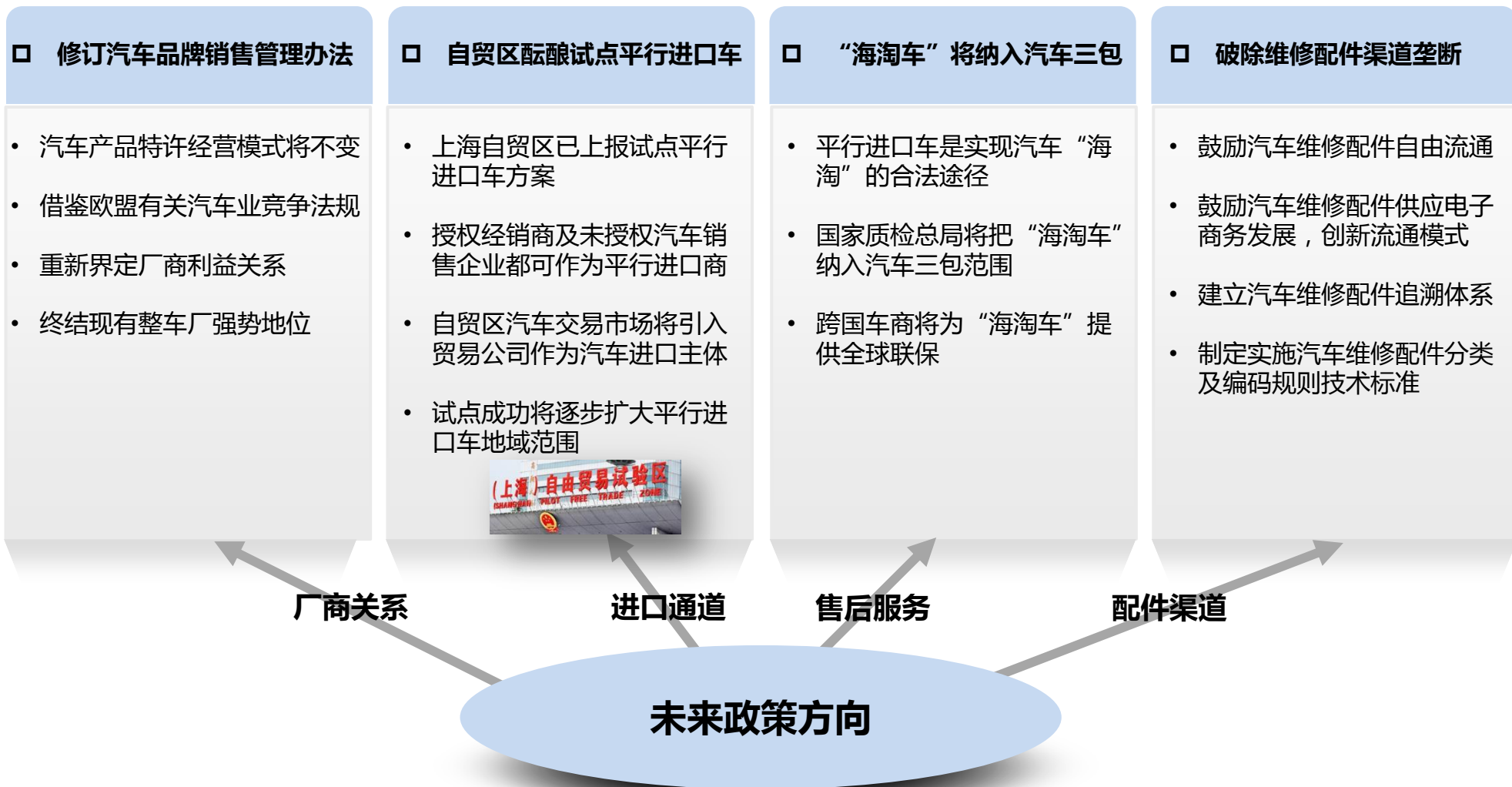


### • 独立维修机构前路未卜

面对授权经销商服务价格的降低，独立维修机构的业务量也随之降低。除非正厂零配件渠道与技术放开。



- 目前国家有关政府部门正在结合产业发展阶段和行业变化趋势，组织汽车行业对《汽车品牌销售管理办法》进行修订与完善，修订方向在于平衡经销商与整车厂之间的关系，改变现有整车厂一家独大局面。同时，针对进口车渠道、维修配件渠道及其售后服务等方面也会出台相应政策，打破车商总经销模式或将成为汽车业反垄断的下一步举措。



- 在简政放权的大环境下，发改委逐渐失去了其对国家经济的影响力，有一种观点认为，发改委如此大力度的对汽车行业进行反垄断调查，是为了展现其职能转变后依然存在的巨大影响力。发改委职能向反垄断倾斜之后，或许对垄断行为会形成长期性、持续性的打击，对市场起到了规范约束的作用，从另一个层面上继续影响着中国经济的发展。

## 反垄断——简政放权形势下发改委的职能转变



国家发改委

### 发改委职能向反垄断倾斜：

- 2013年3月14日，十二届全国人大一次会议表决通过了关于国务院机构改革和职能转变方案的决定。
- 在职能转变要求中，虽并未提及国家发改委，但涉及减少审批、下放地方权力和加强宏观管理的具体条款，显然与之密切相关。
- 2014年国家发改委宣布人员调配将向反垄断职能倾斜。
- 发改委表示未来会启动更多打击价格及市场垄断的行动。

**观点：**2008年《反垄断法》正式实施，为今天反垄断风暴的掀起奠定了法律基础，再加上2011年以来反复的论证、取证，各大豪车企业以为一纸降价公告就可以规避罚单的想法，显然太过乐观，他们低估了发改委汽车反垄断的决心。国家工商总局对汽车销售备案办法的调整，被业内解读为汽车行业反垄断又一记重拳，将给4S店模式带来变革，但是这并不意味着着废除《汽车品牌销售管理实施办法》，特许经营的模式并不会取消，保障消费者和经销商的利益、终结整车厂的强势地位才是办法调整的方向。在不远的将来，会有更多的反垄断政策出台，在这一点上美国、欧洲、日本等成熟汽车市场为中国提供了很好的借鉴，整车厂高利润时代将被终结。未来究竟是否会出现更加多元化的经营业态，反垄断的推行力度以及新政策的出台将起到推动作用，特别是零配件领域反垄断。值得一提的是，虽然反垄断目前针对的都是外资、合资企业，但是这并不能为自主品牌带来多大的利好，在外资、合资品牌汽车降价的同时，压榨的依然还是自主品牌的生存空间，自主品牌将面临的是更加严酷的生存竞争。



THANK YOU