

路虎 4S 店加价销售部分车型

内部人称厂家鼓励加价

在汽车业反垄断调查的大背景下,路虎调低了其旗下6款车型的价格。然而,记者采访中发现,在部分路虎4S店购买路虎揽胜行政版3.0和5.0等车型却需加价。有专家指出,加价售车的行为违反了价格法、消费者权益保护法等法律法规的相关规定

国家相关部门针对汽车行业的持续两年多的反垄断调查终于显示威慑力。

从8月1日起,捷豹路虎中国对旗下6款车型下调官方售价,涉及的车型主要有路虎揽胜5.0 V8和捷豹F-TYPE敞篷版,降幅最高的为路虎揽胜5.0V8巅峰创世加长版,官方售价从359.8万元降至329.8万元,直降30万元;降幅最小的是捷豹F-TYPE 5.0T V8 S敞篷版,官方售价从154.8万元降至149.8万元,直降5万元。

然而记者发现,一些车主在汽车论坛上反映:“虽然路虎宣布降价的车型优惠幅度高达二三十万元,但在路虎4S店购买某些型号的车时,仍然需要加价数万元才能提车。经销商通过加价销售紧俏车型。”

记者近日电话寻访全国部分地区路虎4S店,发现网友反映的情况确实存在。



反垄断 12 家日企 被罚款 12.354 亿元

近日,国家发展改革委对日本住友等八家汽车零部件企业价格垄断行为依法处罚 8.3196 亿元,对日本精工等四家轴承企业价格垄断行为依法处罚 4.0344 亿元,合计罚款 12.354 亿元。

来自国家发展改革委网站的消息称,经查实,2000年1月至2010年2月,日立、电装、爱三、三菱电机、三叶、矢崎、古河、住友等8家日本汽车零部件生产企业为减少竞争,以最有利的价格得到汽车制造商的零部件订单,在日本频繁进行双边或多边会谈,互相协商价格,多次达成订单报价协议并予实施。价格协商涉及中国市场并获得订单的产品包括起动机、交流发电机、节气阀体、线束等13种。经价格协商的零部件用于本田、丰田、日产、铃木、福特等品牌的20多种车型。截至2013年年底,当事人经价格协商后获得的与中国市场相关的多数订单仍在供货。

2000年至2011年6月,不二越、精工、捷太格特、NTN等四家轴承生产企业在日本组织召开亚洲研究会,在上海组织召开出口市场会议,讨论亚洲地区及中国市场的轴承涨价方针、涨价时机和幅度,交流涨价实施情况。当事人在中国境内销售轴承时,依据亚洲研究会、出口市场会共同协商的价格或互相交换的涨价信息,实施了涨价行为。

八家汽车零部件企业和四家轴承企业涉嫌达成并实施了汽车零部件、轴承的价格垄断协议,违反了我国《反垄断法》规定,排除、限制了市场竞争,不正当地影响了我国汽车零部件及整车、轴承的价格,损害了下游制造商的合法权益和我国消费者利益。两个案件中,当事人多次达成并实施价格垄断协议,违法行为持续时间超过10年,违法情节严重。国家发展改革委依法予以从重处罚,同时对主动提供重要证据的相关当事人适用了《反垄断法》减轻或免除处罚的条款。

汽车零部件价格垄断案的处罚决定为:一、对第一家主动报告达成垄断协议有关情况并提供重要证据的日立,免除处罚。二、对第二家主动报告达成垄断协议有关情况并提供重要证据的电装,处上一年度销售额4%的罚款,计1.5056亿元。三、对只协商过一种产品的矢崎、古河和住友,处上一年度销售额6%的罚款,分别计2.4108亿元、3.456万元和2.904亿元。四、对协商过两种以上产品的爱三、三菱电机和三叶,处上一年度销售额8%的罚款,分别计2976万元、4488万元和4072万元。

轴承价格垄断案的处罚决定为:一、对第一家主动报告达成垄断协议有关情况并提供重要证据的不二越,免除处罚。二、对第二家主动报告有关情况并提交涉及中国市场所有证据和销售数据的精工,处上一年度销售额4%的罚款,计1.7492亿元。三、对2006年9月退出亚洲研究会但继续参加中国出口市场会议的NTN公司,处上一年度销售额6%的罚款,计1.1916亿元。四、对提议专门针对中国市场召开出口市场会议的捷太格特,处上一年度销售额8%的罚款,计1.0936亿元。

同时,涉案企业均提出了整改措施:一是立即根据中国法律对销售政策和销售行为进行整改;二是对公司全体成员进行反垄断培训,确保员工行为符合中国法律要求;三是采取实际行动,消除过去违法行为的后果,主动维护竞争秩序,并惠及消费者。(新华)

有路虎 4S 店加价销售部分车型

近日,记者以消费者身份拨通路虎4S店——北京嘉诚陆华汽车销售有限公司电话,该4S店称路虎揽胜运动版2014款4款车型均有销售,店里有少量现车。其中,2014款5.0 V8 SC锋尚创世版Dynamic售价181万元,除了购置税、保险共21万元以外,没有加价销售。销售人员表示,购买揽胜运动版可以和经理协商优惠价格,200万元左右能买下来。

但是北京嘉诚陆华汽车销售有限公司的一位销售人员表示,路虎揽胜行

政版3.0和5.0等车型还在加价出售。该销售人员告诉记者:“加价出售是因为数量有限。”

随后,记者又以消费者身份询问北京中进捷旺捷豹路虎旗舰4S店、北京中德奥达汽车销售服务有限公司等路虎4S店。

记者询问路虎揽胜行政版3.0和5.0是否按照官方指导价格出售,北京中进捷旺捷豹路虎旗舰4S店的一位销售顾问表示:“日后到店的现车均为加装选装件的高配车型,所以价格上会比

基础价格高。”

对于购买路虎揽胜是否存在“提车加价”现象,北京中进捷旺捷豹路虎旗舰4S店的销售顾问虽三缄其口,但是仍然表示:“我们目前仅接受订单,不过价格还需看现车配置与颜色,到店后再与客户进行协商沟通定最终售价,而售价肯定会超过官方给出的价格。”

记者在爱卡汽车、汽车之家、易车网等汽车社区上发现,此前有不少车主吐槽路虎4S店的加价行为。

内部人称厂家鼓励经销商加价

中国汽车流通协会有形汽车分会副会长苏晖、北京北辰亚运村汽车交易市场中心总经理迟亦枫多次在车市论坛、行业沙龙上表示,豪车动辄加价几十万元是极不正常的现象。

自2003年,路虎进入中国市场以来,一直采用区域代理经销商销售制度。

2010年7月1日,路虎中国销售公司成立,公司规定,销售公司有权自行招募经销商。自此,路虎中国收回了代理商把控了7年之久的进口权,并掌握

了国内路虎销售的定价权。

时任路虎中国区总经理的狄斯豪表示:“成立销售总公司的目的就是为直接控制车辆、车型的分配,我们可以更清楚地告诉消费者,他订的车需要等多久。”

“路虎中国销售公司在订金支付、订单提交的过程中的参与,导致提车时间加长。经销商以此为理由,通知前来买车的消费者,如果想早提车,就要加价。一些全新车型需求旺盛,但供应量不足,也会加价。”北京市亚运村汽车市

场总经理迟亦枫表示。

路虎中国总裁高博曾不止一次公开表示:“经销商以加价的形式售卖给消费者,一旦被我们发现会对经销商进行严肃处理。”

然而,记者从北京中兴宝隆汽车销售服务有限公司一位不愿意具名的市场经理处了解到:“厂家是鼓励经销商加价销售的,有时候厂家还会从加价销售中拿一部分提成。当然也有经销商擅自加价获得更多收益的,但是厂家通常睁一只眼闭一只眼。”

加价售车如何监管

汽车行业专家贾新光表示:“路虎的一款畅销车型的月产量只有2万辆,而市场需求达到3万辆。经销商拿到的货源越多,就意味着获利越丰厚。一些4S店为了拿到更多的车,就会向掌握指标配权的厂商高管输送利益。”

“这就是为什么有的4S店有车,有的却拿不到车,购车者加价能提到车,不加价只有干等。”贾新光说,4S店加价销售,部分所得归自己,部分所得要让渡给厂商高管,也就是将多拿车的成本转嫁到购车者身上。

一名不愿透露姓名的路虎经销商

告诉记者,加价提车背后,可能还隐藏着腐败甚至犯罪。热销车型的货源分配权限在厂商的某些部门、某些人手里,有的经销商甚至通过贿赂的方式取得更多货源,然后加价销售。

2012年6月初,一汽大众销售公司副总经理静国松因为经济问题被纪检部门带走调查。据媒体报道,静国松或涉嫌在给经销商分配紧俏车辆时获取了非法收入。静国松出问题后不久,一汽大众就发布了《关于禁止对大众品牌产品进行加价销售的通知》。

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,利用消费者急于提车的心理加价销售或强制搭售精品等行为,涉嫌违反了消费者权益保护法、反不正当竞争法等多个法律法规规定。”

北京两高律师事务所律师董正伟表示:“价格法规定经营者不得在标价之外加价出售商品,不得收取任何未予标明的费用。加价提车明显违反了价格法的上述规定,当有消费者投诉的时候,价格主管部门完全可以进行查处。”

(法治周末特约撰稿 王赫)