

车·热点

经销商备案制度终止，
汽车大卖场时代将到来？

□记者 许晓洁 文/图

随着10月1日汽车品牌授权经销商备案制度的终止，汽车圈儿里一下子热闹起来。在洛阳晚报记者的微信朋友圈里，车界朋友分享的诸如4S店垄断进口车局面将打破、平行进口车（非中规车）终获合法身份、进口车将降价20%等内容的文章呈现“刷屏”之势，不得不让人揣测，难道汽车市场要“变天”了。

据了解，经销商备案制度就是“一家店只卖一个牌子的车”。对于大多数消费者来说，他们关心的是，经销商备案制度终止，是否能让汽车4S店变身汽车大卖场？进口车价格是否应声下降？洛阳晚报记者就相关问题向两名“跨界大佬”进行咨询，他们不仅经营4S店，还经营平行进口车。

雷正山，开元众山汽车公园董事长，经营有5家汽车4S店，其经营的洛阳万宝星会汽车销售服务有限公司，不仅经销平行进口车，还在主修路虎的基础上维修其他品牌的豪华车型。

于洋，洛阳广本迅利店的总经理，他经营的中鑫之宝洛阳店有平行进口车销售、高端车维修、汽车美容与改装等业务。

1 各品牌车会不会“串场”

雷正山认为，经销商备案制度终止，是国家在汽车市场反垄断道路上的又一项举措，它将引导中国汽车市场走向一个更健康的方向，这一政策很有前瞻性。至于汽车4S店会不会变身汽车大卖场，这事儿还得市场需求说了算。

在4S店地位面临冲击的形势下，雷正山经营的一家汽车4S店却利用迁址的机会进行大幅度提升，虽然他把这形容为“逆势而上”，但从他的话语中不难感受到，他认为如今4S店的主导地位在相当长一段时间内不会被撼动。

他说，4S店是汽车厂家推广品牌、销售产品所布置的渠道，汽车厂家通过管控这个渠道，为消费者提供优质的服务并维护品牌形象。在现有情况下，4S店能够满足大多数消费者的需求，因此这种经销模式自然会继续存在下去。

与雷正山的观点不同，于洋认为2005年颁布的《汽车品牌销售管理实施办法》规定，境外汽车生产企业在境内销售汽车须授权国内企业或者在我国设立企业负责销售。而这次经销商备案制度终止后，意味着工商部门放弃了对经销商是否有授权的监管，经销商可以销售多种品牌的汽车，不仅弱化了汽车厂家对经销商的控制，也可以逐步优化4S店体系中的资源，使汽车大卖场成为可能。“一个店卖多品牌汽车”的经销模式将得到迅速发展。



综合维修机构生意不错，与4S店形成竞争



平行进口车展厅

2 进口车价格会不会下降

从于洋的话中，我们能够读出经销商备案制度终止或将为平行进口车正名的意思。原先应市场需求而生，但处于“灰色地带”的平行进口车如今可以名正言顺地摆在消费者面前。

众所周知，平行进口车的价格比4S店低不少，在平行进口车的“身份问题”被解决后，势必拉低进口车的整体价格，这对于消费者来说无疑是好消息。

在形容平行进口车目前的市场格局时，雷正山改编了毛泽东的一句诗，“乱云飞渡难从容”。他认为，平行进口车所面临的尴尬局面，不仅仅

是因其“身份问题”，像自身缺乏标准、没有成熟的营销模式、没有具备为大多数客户提供满意服务的组织架构等，也都是造成平行进口车尴尬局面的原因。

雷正山认为，经销商备案制度的取消，对平行进口车经销商来说是“利好”，但生意能不能做好，还要看经销商自身的管理经验和水平了。

在进口车价格是不是会下降的问题上，雷正山和于洋的观点是一致的：销售渠道多了，进口车价格有可能下降，但具体能降多少，还要看供求关系。

3 4S店优势会不会减小

经销商备案制度取消后，不少人对4S店的未来不看好，认为它在与平行进口车的竞争中，缺乏价格优势，同时其在售后方面的优势也将逐步减弱。对此，两位“大佬”怎么看？

于洋认为，随着政策的落地，有实力的综合维修连锁机构将走出过去偏安一隅的境地，凭借为客户提供便捷、实惠的服务，逐步成为汽车后市场的主力之一，“在欧美，4S体系所占的汽车后市场份额只有三分之一，这也是中国未来汽车后市场的发展趋势”。

“面对竞争，4S店不会坐以待毙，4S店和平行进口车的双渠道销售将并存下去，4S店的售后也将和综合维修机构

并存下去。”雷正山说，4S店的资源非常丰富，一旦平行进口车对4S店造成巨大冲击，4S店有可能与厂家合作，降低车价，提升竞争力。因此在销售上，平行进口车想依靠价格优势取代4S店是不现实的。汽车后市场的确是大蛋糕，综合维修机构的确有很强的竞争力，但专业化和系统化的技术服务优势也会让4S店在市场上占据一席之地，因此某几家汽车售后维修企业想把蛋糕都“圈”到自己碗中并不容易。

“4S店和平行进口车的竞争，带来了优惠的价格，4S店和综合维修机构的竞争，带来了优质的服务，但无论哪种竞争，对于消费者来说，都是一件好事。”雷正山说。



买车应以体验为王

□张小丽

每次说起买车，朋友中就有两种反应，一种侃侃而谈、成竹在胸，对于发动机、变速箱技术、底盘调校如数家珍；一种羞涩腼腆，欲说还羞，千言万语化作一句：我去试试吧。

对于前者，我个人是非常敬佩的，他们在资料的海洋中不知疲惫地徜徉，才能做到对汽车信息了如指掌，这种钻研的精神值得学习，就连天天跟车打交道的销售人员，有时候都自愧不如。不过，对于大多数人来说，弄清楚那么多技术术语、参数实在有些困难，而且汽车不是单靠一个明星发动机就能实现卓越性能的，如果发动机不能与变速箱、底盘等一系列车身组件完美配合，实际效果也不甚理想。因此这些参数、术语始终都是纸上的东西，最后还得通过体验见分晓。

现在，虽然试乘试驾成了买车的关键环节，但是很多消费者的体验完全是通过销售人员引导完成的，有朋友抱怨，他在试乘试驾时，坐在车上被晃得七荤八素，下了车也没恍过神来，急加速、急刹车、S弯都试过了，好像没什么特别的感觉，自己开了一段路，也觉得每辆车差别不大。对此，我建议消费者在试车前需要做功课，不能稀里糊涂地试乘试驾。

首先，在试车前，要确定自己的需求。如果是上下班代步，就不要追求大而全的功能，主要试试车辆的稳定性和便利性，如果经常旅游，那么爬坡性能、各种路况的适应性以及安全性能，就需要着重考虑。

其次，在具体试车时，主要看性能表现、操控乐趣、乘坐感受、主被动安全设备及做工、空间等内容，通常要进行绕桩、加速、刹停以及噪声等测试，噪声测试可以在开空调、关空调、原地怠速、时速60公里定速时分别进行。试车者可以重点关注一下转弯是否存在不足或过度的情况，急弯侧倾程度，刹车回馈直接还是有虚位，紧急刹停是稳定还是有侧滑，悬挂反应硬朗还是偏软，降挡时迅速还是迟缓等。

对于老百姓来说，买车是件大事，含糊不得，性能、口碑等相关的信息需要查一查，看一看，并根据自己的情况，开车上路试试。对车主来说，一辆车好开好用，比各方面数据优异来得实在。在此希望消费者在买车时能清清楚楚、明明白白，跟着体验走，经销商也可以转变销售方式，不是一味地推销畅销车，而是根据消费者的需求，引导消费者买到适合的车型。