

监管部门再出重拳 汽车行业加码反内卷

禁止价格串通

国家市场监督管理总局在《征求意见稿》的起草说明中提到,近年来,随着汽车市场尤其是新能源汽车市场的快速发展,新型商业模式不断涌现,价格行为也日趋复杂。实践中,汽车生产销售领域存在价格标示不规范、价格欺诈、价格串通、非理性竞争等行为,严重扰乱市场秩序,侵害了消费者和经营者的合法权益,不利于汽车行业高质量发展。

此次,《征求意见稿》首先就是针对生产企业,细化价格行为规范。明确从整车到零配件生产、从定价策略到销售行为各环节的价格合规要求。包括实行全流程价格管理,要求建立覆盖整车销售、金融服务等环节全链条价格管理制度;规范促销与定价行为,要求返利政策清晰明确且以合同等形式约定,尊重经销商自主定价权;依法打击不正当价格行为,细化了多种表现形式;强化公平定价约束,禁止对同等交易条件经营者实施价格歧视,禁止生产者之间及零配件企业之间价格串通;规范零配件及功能收费,明确“付费解锁”功能需告知免费期限及收费标准,保障消费者知情权。

中汽协方面解读称,《征求意见稿》提到企业要建立以生产成本为基础、市场供求为导向的定价策略,对所属整车销售、金融服务等环节实行全链条价格行为管理,确保价格行为规范。在处理汽车整车生产企业与经销商之间的关系方面,明确提示汽车生产企业除了依法降价处理积压商品外,不得以排挤竞争对手或者独占市场为目的实施不正当价格竞争行为。

针对企业与供应商间价格串通等行为,《征求意见稿》也进行明确提示,实施固定或者变更汽车及零配件价格水平;固定或者变更价格变动幅度;约定采用统一的价格计算标准;其他价格串通行为等,价格串通行为存在重大法律风险。此外,对于有免费期的功能,销售时应当告知免费期限、后续收费标准等内容,免费期自车辆交付消费者之日起计算,免费期结束前应再次提醒消费者;对于需收费的差异化增值功能,销售时应当明确告知,未明确告知的差异化增值功能不得收费。

12月12日晚,国家市场监督管理总局发布《汽车行业价格行为合规指南(征求意见稿)》(以下简称《征求意见稿》)。据了解,《征求意见稿》共五章28条,主要内容聚焦于细化汽车生产企业价格行为规范、明确汽车销售企业价格行为要求、引导建立健全内部合规管理制度等三个方面。中国汽车工业协会相关人士表示,《征求意见稿》对汽车生产、销售企业给予了明确、具体、全面的指导和提示,避免企业在经营活动中某些具体行为触及法律红线,从而有效帮助企业规避可能造成的法律法规风险,在源头治理上促进企业切实做到合法、合规经营。

中国汽车流通协会相关人士表示,部分企业长期价格倒挂,挤压研发创新空间,破坏品牌价值与市场秩序。《征求意见稿》明确禁止低于成本销售、价格串通等不正当竞争行为,划定市场红线,将引导行业竞争从“拼价格”的低层次内卷,回归“拼技术、拼服务、拼价值”的良性轨道,从根本上修复产业生态。

销售应“明码标价”

随着新能源汽车市场崛起,汽车驾驶技术不断迭代,销售形式和销售模式也逐步创新,新车销售环节如何保证,也成为行业聚焦的重点。

《征求意见稿》同样聚焦汽车新车销售环节,着力规范未按规定明码标价、虚假促销等突出问题。《征求意见稿》提到,要细化明码标价规则,要求经营场所及网络平台真实、准确标示商品和服务信息,严格区分汽车产品价格与销售服务价格,严禁价外加价;规范促销行为,要求显著公示促销规则、期限及限制条件,如实标明赠品信息;细化价格欺诈形式,明确禁止误导性标价、虚假比较价格、不履行价格承诺等行为;建立风险提示机制,鼓励平台对显著低价行为进行经营风险和消费风险双向提示;规范服务收费,严禁只收费不服务、重复收费、转嫁收费等行为。

“这些要求将极大促进汽车产品‘价格透明’,有效维护产业链安全稳定,维护消费者

长远利益。”中汽协相关人士表示,合法、合规是企业经营必须坚守的底线,汽车生产和销售企业应建立完善的内部价格合规管理制度,积极开展价格风险识别与预警,自觉规范非理性竞争,有效避免企业因价格违规导致品牌受损、客户流失等问题。

其中,针对价格竞争方面,《征求意见稿》明确汽车销售企业除依法降价处理积压商品外,以排挤竞争对手或者独占市场为目的实施下列价格行为,存在重大法律风险。例如,销售商品的价格低于进货成本;采用高规格、高等级充抵低规格、低等级等手段变相降低价格,使实际销售价格低于进货成本;通过采取折扣、补贴等价格优惠手段,使实际销售价格低于进货成本;采取多发货少开票或不开票方法,使实际销售价格低于进货成本等。

政企合力“稳局”

在提出要求同时,《征求意见稿》也给予制度建设等意见。

国家市场监督管理总局方面表示,指导汽车生产销售企业构建系统化的内部价格合规管理体系,从源头预防价格违法行为。明确制度架构,鼓励企业设立内部价格合规管理机制,负责协调、监督合规工作,开展风险识别与应急处置;规定六大核心机制:包括价格决策、销售合同管理、内部监督、价格应急处置、风险防控及价格合规培训机制,实现价格

行为全流程管控;强化执行与持续改进,要求企业明确内部责任划分,并根据法律法规及政策变化及时修订制度,确保有效执行。

“《征求意见稿》系统构建了覆盖汽车全产业链的价格行为规范体系。生产端遏制非理性定价与渠道压迫,推动‘需求导向’的产销协同;销售端以明码标价为核心,公示车辆配置、价格信息与促销规则,列明价格欺诈负面清单;线上平台端禁止强制商家促销,要求对异常低价进行风险提示。”在中国汽车流通协会相关人士看来,《征求意见稿》鼓励企业建立内部价格合规管理体系,推动从“被动合规”转向“主动自律”,与行业自律行动形成叠加效应。

《征求意见稿》发布后,包括北汽集团、小鹏汽车、比亚迪等多家主流车企迅速响应表态。其中,北汽集团发文称,将完善价格合规管理体系,将指南要求嵌入产品定价、经销商管理、促销推广的全流程。北汽集团相关人士表示,将严守公平竞争原则,坚决杜绝低于成本价倾销、虚假宣传等违规行为,规范明码标价,保障消费者知情权。发挥产业链“链长”作用,带动上下游伙伴共同落实合规要求,构建互利共赢的产业命运共同体。

“内卷”持续降温

2023年,中国汽车产销首次突破3000万辆大关,去年中国新能源汽车年度产量首次



突破1000万辆大关。虽然汽车产销量创出新高,但汽车行业利润率从2017年的7.8%降至2024年的4.3%。今年这一情况也未能好转,今年前4个月,我国汽车产销量继续攀升,首次双超千万辆。同期,国内市场降价车型超60款,诸多车企虽然销量增长了,但行业利润率进一步下滑至4.1%。

此前,中汽协发文称,一段时间以来,行业盈利水平下降,以无序“价格战”为主要表现形式的“内卷”竞争,是行业效益下降的重要因素。产品售后服务保障、企业创新发展需要持续加大投入,而“价格战”严重影响企业正常经营,冲击产业链供应链安全,把产业发展带入恶性循环。汽车行业“内卷”也引起相关政府部门的关注。工信部相关负责人曾表示,赞同并支持中汽协提出的“维护公平竞争秩序 促进行业健康发展的倡议”。车企之间“价格战”,给汽车企业正常的生产经营带来较大冲击,危及行业健康、可持续发展。

同时,工信部方面表示,将加大汽车行业“内卷”竞争整治力度,推动产业结构优化调整,加强产品一致性抽查,配合相关部门开展反不正当竞争执法,采取必要的监管措施,坚决维护公平有序市场环境,切实保障消费者根本利益,推动汽车产业高质量发展。

在相关政府部门和行业协会的关注和监督下,汽车市场价格“内卷”正趋向稳定。据统计,今年11月汽车行业车型降价规模19款,同比减少7款。其中,燃油车同比减少1款;混合动力燃油车同比减少1款;纯电动车型同比减少10款。

汽车行业整体经营情况也正逐步回温。数据显示,今年前10个月汽车行业收入同比增长7.9%;利润同比增长4.4%;汽车行业利润率4.4%。“国家以旧换新新政策效果突出,市场销量增长,‘内卷’降价现象明显减弱,行业运行压力改善,今年前10个月的汽车行业利润率回升到4.4%的中低位,这也是行业规模上升和价格促销趋稳的良好表现。”中国汽车流通协会乘用车市场信息联席分会秘书长崔东树表示,今年乘用车行业促销与降价均正回归理性,市场秩序明显改善。

北京商报记者 刘晓梦

三座荟聚打包变身专项基金 长期资本成“最佳合伙人”

“荟聚打包被卖”传闻靴子落地,一场资产交易悄然改写中国商业地产的格局。近日,英格卡集团正式官宣与高和资本达成战略合作,双方成立专项基金持有无锡、北京、武汉三座核心荟聚项目。荟聚的交易并非孤例,凯德投资在近期也完成了第二只境内子基金募集,旨在运营青岛凯德MALL项目。可见,不论是外资商业巨头还是中国商业地产商,均已彻底告别“开发商时代”,迈入“资产管理人时代”。

英格卡联手高和资本

又一消费领域外资品牌找到了自己的“中国合伙人”。近日,英格卡购物中心宣布与高和资本达成战略合作,双方将成立一只专项不动产基金,共同持有无锡荟聚、北京荟聚、武汉荟聚三座体验中心。

这一合作模式下,英格卡将继续持有荟聚品牌,并继续以荟聚品牌独家管理和运营所有体验中心。据介绍,宜家中国将于无锡荟聚内开设并运营一家新的门店。宜家无锡商场现有物业资产将作为交易的一部分,改造为无锡荟聚全新租赁空间。

英格卡购物中心全球总裁安迪表示,英格卡集团扎根中国市场多年,不断贴近本土需求,提供更加触手可及、可持续的服务和体验。去年,该集团以全球最大的一笔单体投资打造了上海荟聚综合体,如今与高和资本的合作也开拓了集团新的业务与增长机遇,更将深化英格卡集团与长期相伴的本地社区联结。

据悉,自2009年进入中国以来,英格卡购物中心已自主打造和运营了10座体验中心和3个荟聚办公项目,累计投资超过270亿元。

2024年,西安荟聚与上海荟聚综合体相继开业,进一步拓展了英格卡购物中心市场布局。其中,上海荟聚综合体总投资超过80亿元,是英格卡购物中心在全球范围内迄今单体投资额最大的项目。

外企的本土化深耕

上述三大项目均为运营超十年的成熟资产,曾被视为英格卡中国市场的“压舱石”,如今却成为资本交易的核心标的,其背后是买卖双方的精准诉求匹配。苏商银行特约研究员付一夫表示,高和资本与英格卡集团的合作是商业地产存量时代的典型范本,通过“本土资本+外资运营”实现资源互补,既盘活优质成熟资产,又保障运营专业性。

据悉,作为英格卡2009年进入中国后的首批项目,北京荟聚年客流量稳定在3000万人次,无锡荟聚2024年销售额突破43亿元,武汉荟聚出租率连续三年超95%。

对英格卡而言,“卖资产”不等于“退市”,而是轻资产转型的关键一步。付一夫认为,“合资设立基金”最受外资青睐,既保障品牌与运营主导权,又能通过资本联动分散风

险、盘活资产。

付一夫表示,未来外资在华合作将呈现三大新趋势,一是“深耕核心+灵活配置”,聚焦一二线城市优质资产,以基金模式优化资产结构;二是绑定本土头部资管机构,借助其本地化资源降低市场风险;三是“品牌+运营”核心不变,通过轻资产模式回笼资金再投资新项目,如上海荟聚的大额投入与基金合作并行,实现长期布局与资金效率平衡。

不过,不同场景的合作模式,成效也有着显著的差异。付一夫介绍,新开发项目更适配“合资设立基金”,尤其重资产综合体,可依托本土资本解决资金压力,借助外资运营经验把控品质;存量资产改造倾向“品牌输出+运营托管”,外资无需投入大量资金,通过专业运营提升资产价值后分享收益;独自开发仅适用于外资深耕多年、资源密集的核心城市核心地块,目前已逐步减少。

资本介入成商业地产“标配”

商业地产的基金化浪潮,本质是行业分层的重构。对外资企业而言,这是应对全球业绩压力与中国市场变化的战略调整。2024年以来,多家外资商业地产企业通过与本土资本合作成立基金,剥离重资产。不久前,凯德投资完成第二只境内子基金募集,重构青岛凯德MALL新都心项目的资本结构。至此,凯德投资自2021年以来已设立9只在岸人民币基金,累计募集境内资金近550亿元。施罗德资本旗下房地产投资部门与西子国际达成战略合作,共同组建股权投资平台,并联合发起总规模约30亿元人民币的私募房地产股权投资基金。

划,聚焦长三角核心城市的写字楼、消费基础设施投资机会。

险资入股也是一大趋势。大家保险旗下附属公司收购加拿大退休金计划投资委员会(CPPIB)持有的4个购物中心49%权益,交易对价12.9亿元。这4个项目分别是上海闵行天街、苏州狮山天街、成都滨江天街和重庆西城天街,均为龙湖集团旗下核心商业资产,且由龙湖负责后续运营管理。同时,阳光人寿、新华保险等机构通过合营企业或股权投资,相继收购万达48座及14座广场项目。这些交易普遍采用“所有权转移+万达商管继续运营”的模式,与荟聚交易逻辑如出一辙。

行业变革的核心逻辑在于中国商业地产已从“增量扩张”进入“存量优化”阶段,外资的品牌与运营优势无需通过重资产持有来体现,轻资产模式更能实现规模复制与利润提升。仲量联行数据显示,2022—2024年间,保险公司在内地商业地产的直接投资达93亿美元,规模居亚太区首位,成为市场最主要的“接盘方”。

运营方通过基金化实现“轻装上阵”,资本方通过专业化运营保障收益,消费者则因运营团队的稳定而获得持续体验。中国企业资本联盟副理事长柏文喜指出,以英格卡与高和资本的案例来看,在此模式下,英格卡并未因资产股权结构的调整而退出,反而继续保有荟聚的品牌所有权,并独家负责项目的运营管理,确保了项目运营的连续性和专业性。高和则充分发挥其资本运作优势,专注于基金的资本结构优化与退出通道设计,通过专业的资本操作实现资产价值的最大化。这种分工模式既剥离了英格卡的重资产负担,又保留了其核心竞争力,是商业地产企业从“重资产持有”向

“轻资产运营”转型的范本。

柏文喜认为,当前中国商业地产已迈入存量主导的发展阶段,存量资产的盘活与流动性提升已成为行业发展的主旋律。外资将拥有稳定现金流的成熟项目装入基金,实现资产的资本化运作;同时保留专业运营商的操盘权,确保项目运营效率与收益稳定性不受影响。这种模式不仅解决了存量资产流动性不足的痛点,更为REITs、ABS等资产证券化产品的发行铺路,清晰地指明了存量商业地产的价值实现路径,有望成为未来行业发展的主流范式。

“未来,谁能把‘稳定现金流资产’与‘专业运营能力’拆成两个可独立定价的产品,并通过基金、REITs等工具完成高效循环,谁就能在存量赛道上持续领跑。”柏文喜坦言。

不过,商业地产转向专项基金运营模式,是行业适应存量时代、优化资本结构的必然选择,其在提升资本效率、分散风险、实现专业分工等方面的优势显著。但同时,该模式也面临结构复杂、协调成本高、退出依赖资本市场等挑战。

柏文喜表示,专项基金的设立与运作需跨越多重监管维度,各监管规则的衔接与适配难度较大,不仅延长了项目落地周期,也对操作团队的专业能力提出极高要求。多方主体博弈,基金运作涉及LP与GP、资本方与运营方等多个主体,各方在收益分配、改造预算、品牌标准上容易出现目标差异。同时,若出现资本市场波动大或REITs发行窗口关闭等情况,基金可能面临到期无法退出的困境,被迫选择项目展期或折价出售。

北京商报记者 刘卓澜