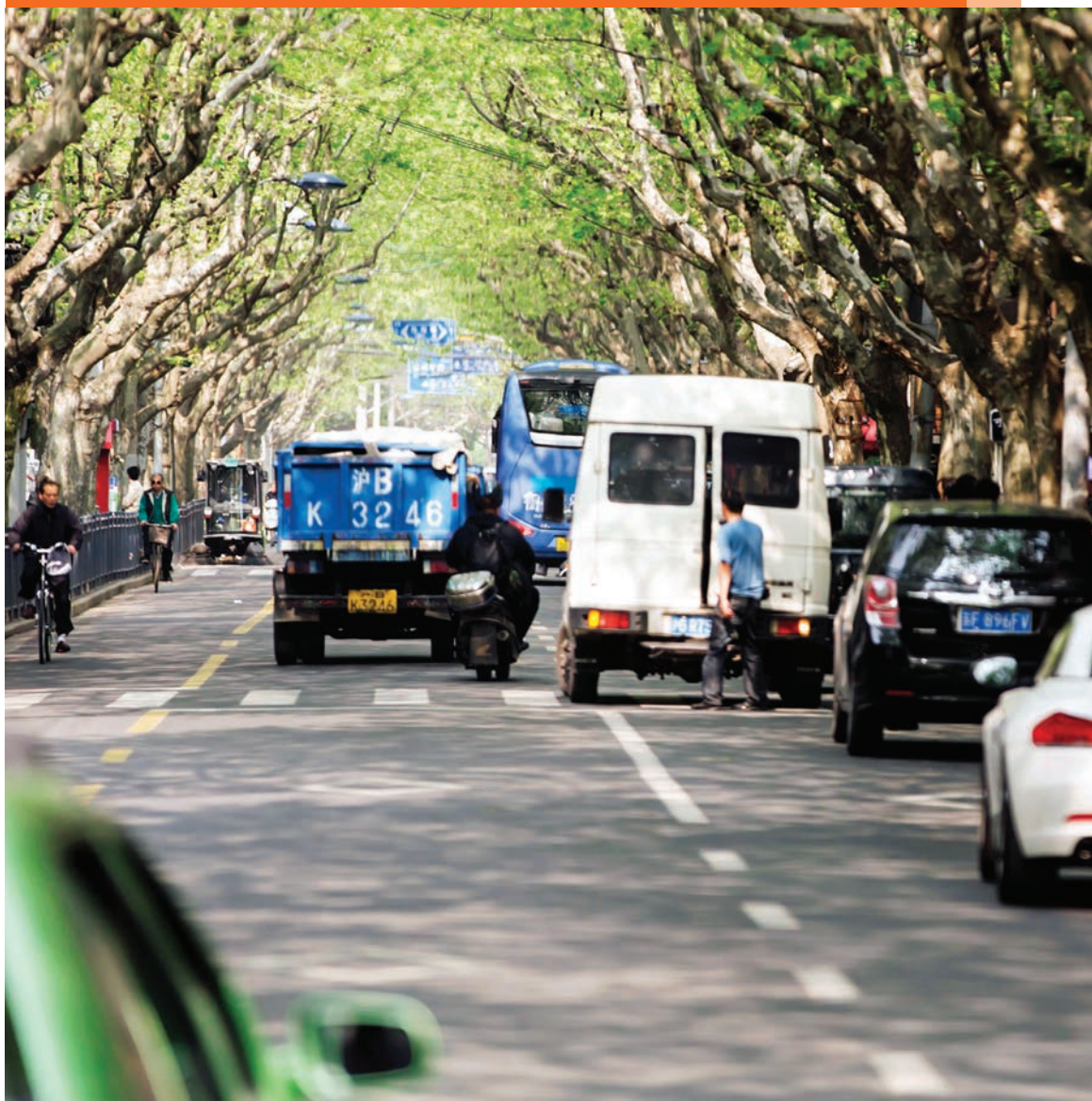


# 汽车行业反垄断

2015年9月





# 目录

## 1、汽车行业特点分析

02



## 2、汽车行业 反垄断的问题和风险

06



## 3、普华永道的解决方案

10





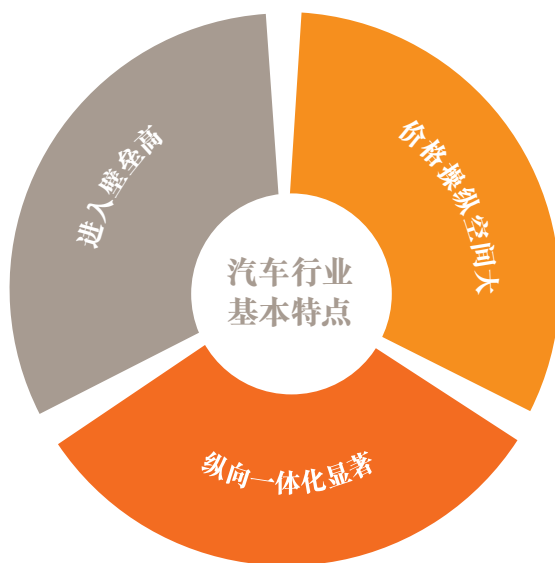


# 1

## 汽车行业特点分析



## 汽车行业基本特点



### 汽车行业基本特点 —— 进入壁垒高

较中国汽车产业发展现状而言, 国外汽车产业发展成熟, 且已建立了较高的行业进入壁垒。这使得在行业内拥有一定规模及知名度的汽车品牌更容易获得垄断地位。

根据张伯伦和罗宾逊提出的垄断竞争市场理论, 容易获得垄断地位的行业通常具有进出壁垒高、产品不可替代性强、规模经济显著等特点。这些特点均映射到汽车行业, 带来的直接结果便是大型汽车品牌公司在行业中建立壁垒, 无形中排除和限制了行业内的良性竞争。

国外汽车公司由于具备以下特点在中国市场占据了品牌优势: 高精尖的核心技术; 严格的质量体系要求; 规模经济效益显著, 生产成本低; 车型定价和品牌溢价能力强; 产业商业化业态成熟。国外品牌汽车可以在中国获取高额利润, 同时也增加了其在滥用市场支配地位以及价格操纵上的风险。

## 汽车行业基本特点——纵向一体化显著

汽车市场各细分产业间的关联性强，整个汽车行业价值链中的参与者较为集中，纵向一体化较为明显。从汽车制造到分销的全流程角度看，汽车零部件生产商处于汽车行业供应链上游，整车生产商（汽车供应商）为中游，而下游则包含汽车经销商。

我国2005年起实施的《汽车品牌销售管理实施办法》使4S授权经销模式成为中国汽车经销市场的主导模式。而随着中国汽车市场的发展，处于中游的汽车整车生产商的强势地位日益凸显，已经全面控制了由4S店承担高额成本建立的经销网络，导致整车生产商和汽车经销商的关系失衡：

此外，整车生产商在选择零部件生产商时也是附有一定的条件和限制的，即所谓的“OEM（整车厂商配套）认证过程”。

换言之，上游的零部件生产商能否为整车生产商提供零部件，无论是进行直接配套还是供给维修，其命运均不是完全由零部件企业自己决定的。只有在成为车企的OEM供应商后，零部件企业才能在售后维修市场获取高额盈利。

不难看出，零部件企业受整车厂商挤压获利艰难，整车厂商在面对其上游企业时依旧拥有强大的话语权，并占据主导地位。







## 汽车行业基本特点——价格操纵空间大

不论是市场份额方面，还是品牌溢价方面，国外汽车制造商面对中国汽车市场均占据主导地位。

一方面，汽车产品是大宗商品，消费者相对处于弱势地位；另一方面，随着物质生活水平的提高，汽车已经逐渐成为一种生活必需品，消费者对于汽车价格的敏感度降低。在市场经济环境中，供给一定的情况下，市场需求的增大会导致卖方市场，使得汽车制造商处于有利的市场地位，也自然地汽车制造商创造了操纵价格的空间。

常见的如：在汽车经销领域，汽车生产商与经销商串通留存畅销车型，营造一种“饥饿销售”的条件，使得对汽车进行加价销售、强制搭售产品等行为屡见不鲜。在汽车售后市场中常见的搭售行为如：4S店向客户出售原厂配件的同时，搭售维修服务。





## 2

## 汽车行业反垄断的问题和风险



## 汽车行业垄断类型及案例

汽车行业的价格垄断行为通常分为两种：纵向垄断及横向垄断。从我国汽车行业垄断现状来看，不仅已经有垄断行为的存在，并且纵向垄断和横向垄断兼而有之。

**纵向垄断行为：**处于市场优势地位的汽车制造商通过对经销渠道、下游产品价格的绝对控制，制定垄断高价，获取高额垄断利润。汽车业涉嫌纵向垄断的领域非常多，主要包括以下几种情况：

- 转售价格限制：进口车企通过“总代理制”掌握绝对话语权，限定经销商的最低售价、限制经销商跨区域销售；

- 搭售：汽车制造商强制向经销商搭售滞销车型；
- 超高定价：制造商和经销商通过垄断零部件销售渠道赚取超额利润。

**横向垄断行为：**具有竞争关系的经营者通过垄断协议，固定或者变更商品价格、限制商品的生产数量或者销售数量、分割销售市场或者原材料采购市场、限制购买新技术、新设备或者限制开发新技术和新产品，以及联合抵制交易的行为。

### 案例——纵向垄断

2013年1月至2014年7月，奔驰公司通过电话、口头通知或者召开经销商会议的形式，限制江苏省不同区域内E级、S级整车的最低转售价格。奔驰公司通过加大对经销商的考核力度，对不执行限价政策的经销商进行约谈警告、减少政策支持力度等多种方式，促使垄断协议得以实施。另外，奔驰汽车的苏州经销商自2010年11月起，南京、无锡两地经销商自2014年1月起，在奔驰公司组织下多次召开区域会议，达成并实施了固定部分配件价格的垄断协议，违反了《反垄断法》规定，排除、限制了相关市场竞争，损害了消费者利益。

奔驰公司在达成并实施垄断协议的过程中，起到了主导和推动作用。江苏省物价局依据《反垄断法》对奔驰公司处以上一年度相关市场销售额7%的罚款，计3.5亿元。对在奔驰公司组织下达成并实施垄断协议的经销商处以上一年度相关市场销售额1%的罚款，其中对主动报告达成垄断协议有关情况并提供重要证据的经销商，依法免除或者从轻处罚。对南京、无锡、苏州三地的奔驰经销商共计罚款786.9万元。

### 案例——横向垄断

日立、电装等8家日本汽车零部件生产企业为减少竞争，以最有利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协商价格，多次达成订单报价协议并付诸实施。经价格协商的零部件用于本田、丰田、日产、福特等品牌在中国市场上销售的20多种车型。涉案的12家企业在投标过程中，相互串通，以一家企业报低价，其他企业报高价“陪标”的方式轮流中标，进而实现了事实上的横向垄断。这些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《反垄断法》规定，通过垄断行为影响了我国汽车零部件及整车、轴承的价格，损害了相关汽车制造商的合法权益和广大消费者利益。

国家发改委对日立、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价格垄断行为依法处罚共计8.3196亿元。对不二越、精工、捷太格特、NTN等4家日本轴承生产企业价格垄断行为依法处罚共计4.0344亿元。对涉案的12家企业合计罚款12.354亿元。

## 反垄断监管现状

目前,我国共有三个反垄断机构:

- **国家发改委价格监督检查司** 负责价格检查,依法查处价格垄断行为。发改委在收到举报、甚至是部分涉案企业的自首(以交换豁免或减轻处罚)等线索后,会对相关企业展开调查,最终根据调查结果开出相应的罚单。
- **国家工商总局反垄断与不正当竞争执法局** 负责除价格垄断行为以外的垄断协议、滥用市场支配地位、滥用行政权力排除限制竞争的具体反垄断执法。
- **商务部反垄断局** 负责依法对经营者集中行为进行反垄断审查,指导我国企业在国外的反垄断应诉。实践中如果企业之间因合并、收

购,设立合资企业等涉及到“经营者集中”这一概念的行为,同时亦触发了申报门槛的,就需要向商务部自愿进行申报。

回顾我国汽车行业反垄断行动的启动,可以追溯到2014年年中,涉案主体包括价值链的上、中、下游参与者。在2014年已经开出的反垄断罚单中,9成来自汽车业。

从2014年8月13日开出第一笔汽车行业反垄断罚单以来,监管机构向汽车行业开出了共计19.072598亿的罚金,处罚对象包含了上游的零部件生产商、中游的汽车整车制造商、以及下游的汽车经销商等汽车行业内各类型的企业。

| 日期        | 受罚单位   | 处罚金额                | 处罚原因  |
|-----------|--|---------------------|---|
| 2014/8/13 | 湖北四家宝马经销商  | 162.67万             | 协商统一收取PDI检测费构成价格垄断协议的违法行为。该处罚为汽车反垄断首个罚单。  |
| 2014/8/20 | 12家日本汽配企业(日立、电装、爱三、三菱电机、三叶、矢崎、古河、住友、不二越、精工、捷太格特、NTN)       | 12.354亿             | 2000年1月至2010年2月,日立、电装等8家日本汽车零部件生产企业为减少竞争,互相协商价格,多次达成订单报价协议并予实施;不二越、精工、捷太格特、NTN等4家日本轴承生产企业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。           |
| 2014/9/11 | 一汽-大众销售有限责任公司;湖北鼎杰、湖北中基等8家奥迪经销商                            | 2.4858亿;<br>2996万   | 一汽-大众销售有限责任公司及部分奥迪经销商在湖北省内达成并实施整车销售及服务维修价格的垄断协议。<br><br>此次为整车制造商首接反垄断罚单。  |
| 2014/9/11 | 克莱斯勒汽车销售有限公司;<br><br>克莱斯勒部分上海地区经销商上海越也、上海名创、上海信佳汽车销售服务有限公司 | 3168.2万;<br>214.21万 | 克莱斯勒汽车销售有限公司及其部分上海地区经销商上海越也、上海名创、上海信佳汽车销售服务有限公司在汽车销售过程中通过限定转售价格、售后价格两方面进行价格垄断。  |
| 2015/4/20 | 奔驰;奔驰南京、无锡和苏州三地经销商   | 3.5亿;<br>786.9万     | 奔驰通过电话、口头通知或者召开经销商会议的形式,限制江苏省不同区域内E级、S级整车的最低转售价格。奔驰公司通过加大对经销商的考核力度,对不执行限价政策的经销商进行约谈警告、减少政策支持力度等多种方式,促使垄断协议得以实施。<br><br>该次处罚创汽车业反垄断金额之最。 |





## 主要反垄断风险

| 风险               | 描述   |
|------------------|--|
| 达成垄断协议抬高整车销售价格   | 无论是零配件商之间、经销商之间、还是整车生产商与零配件商之间、整车生产商与经销商之间，因达成垄断协议而触犯《反垄断法》条例的情形尤为普遍。在企业具体的运营中，垄断协议风险主要体现在采购合同、销售合同等协议方面。在采购和销售合同中出现的反垄断风险具体表现为固定价格、限定最低转售价格等。 |
| 滥用市场支配地位抬高售后服务价格 | 指经营者在相关市场内具有能够控制商品价格、数量或者其他交易条件能力，对市场中的其他经营者进行不公平交易或排斥竞争对手的行为。   |
| 拒绝交易             | 指具有市场支配地位的经营者，由于控制了相关产品的生产，或控制了大部分的市场份额，导致其上游、或者下游企业如果不与其进行交易，就事实上不能开展经营活动。  |





3

普华永道的解决方案



## 普华永道的解决方案——基础预防性服务

企业日常运营中的反垄断风险具有重复性高、贯穿企业生命全过程的特点。因此，无论是上游的零配件生产商、中游的整车制造商还是下游的经销商，均应当建立有效的反垄断合规体系，从而可以最大程度的预防、应对和规避反垄断风险。

| 反垄断合规机制的建立及执行 |   |
|---------------|---|
| 服务            | 描述  |
| 合规手册编制        | 编制完整的反垄断合规手册、政策和指南等，帮助企业梳理现有流程及控制，为员工在从事相关业务时提供明确的指引。以上制度的建立，可以增加汽车行业在反垄断检查中的主动性。   |
| 内部培训开展        | 为管理层及员工（尤其是那些因特定职位存在较高风险的人员）提供相应的培训和指导，确保员工了解、熟悉最新的反垄断规定。以上培训可以增加企业整体应对反垄断检查的准备充分性，减少因为内部信息传递不畅导致的风险。                                       |
| 合规监督审计        | 从内部监督和外部监督两方面入手对企业进行定期的合规监督和审计。作为企业的外部力量对公司开展合规审计（包括经销商等敏感部分），通过审计来发现合规体质本身是否存在不足，并针对不足提供初步解决方案，从而提高企业反垄断风险防范的效果，并且可以更好的预防与反垄断检查过程中可能发现的问题。 |



## 普华永道的解决方案 (续)

### 成功案例

普华永道在反垄断机制的建立方面拥有着庞大的客户群以及丰富的咨询经验。我们的客户行业涉及汽车、医疗、电器、金融、能源、食品、航空运输等。我们曾提供的服务如：

- 为中海油制作反垄断手册；
- 为国航提供合作协议反垄断审查服务；
- 为德国博世公司中国所有子公司及合营企业的高级管理人员提供反垄断合规培训；
- 为多美滋提供经销协议反垄断审查服务等等。

我们作为专业的第三方咨询机构，已经协助多家跨国企业或国内企业制定反垄断合规指引，提供反垄断培训，进行反垄断风险筛查，建立并完善内控制度，并经常就日常商业运营中涉及的反垄断法律问题为不同行业的客户提供咨询意见。





## 普华永道的解决方案 (续)

### —— 并购过程的程序性及增值性服务

我们认为,相比日常运营中存在的反垄断风险而言,企业并购中的反垄断风险重复率不高,然而应对并购中的反垄断风险所需要的专业性更强,也更加需要普华永道以第三方咨询方的身份为企业提供专业和必要的支持。

| 经营者集中审查的申报 |  |
|------------|--|
| 服务         | 描述   |
| 申报评估       | 通过对并购企业营业额的计算、相关市场的界定、相关市场份额的计算以及并购前后相关市场的结构和竞争的变化,评估企业的并购交易是否需要在中国进行经营者集中反垄断审查和国家安全审查申报。                              |
| 救济服务       | 代表客户参加对附加条件的谈判,设计并提交救济方案,与商务部沟通具体的救济措施。作为受托人,对救济措施的实施情况进行监督。   |
| 提交举报       | 代表客户就竞争对手、上下游企业应申报未申报的交易进行举报;代表客户对商务部正在审查的经营者集中案件提出反对或处理意见。我们将通过对相关企业营业额的计算、相关市场的界定、相关市场份额的计算以及并购前后相关市场的结构和竞争的变化来进行分析。 |



## 普华永道的解决方案 (续)

### 成功案例

普华永道提供的一系列的并购审查申报、谈判及相关领域服务, 如:

- 代表塔塔汽车就其向福特收购捷豹和路虎业务向商务部提交经营者集中申报;
- 代表德国博世公司就其收购一家欧洲能源公司向商务部提交经营者集中申报;
- 代表戴姆勒股份公司与一家领先的德国集团新设合营企业进行混合动力车以及电动车关键零部件的生产和制造向商务部提交经营者集中申报;
- 为一家日本知名风险投资公司投资中国打车软件项目提供经营者集中反垄断申报风险评估服务等等。

此外, 我们受商务部反垄断局的委托, 分别自2013年和2014年开始, 担任丸红收购高鸿案件的以及嘉能可国际公司收购斯特拉塔案件的监督受托人。普华永道拥有为海外大型并购交易提供救济服务监督的服务的经验, 从合规的角度协助反垄断监管机构的执法。



## 普华永道的解决方案 (续)

### ——反垄断行政调查过程中的主动应对性服务

普华永道为客户提供全阶段的反垄断调查服务, 帮助客户最大化的减少不利后果。同时, 对于在反垄断调查中扮演不同角色的客户, 我们的服务也会保护其合法利益。

| 反垄断行政调查的应对 |   |
|------------|---|
| 服务         | 描述  |
| 突击检查防范     | 为企业提供突击检查应对策略的培训, 准备突击检查应对指引、手册以及清单。  |
| 执法机关交涉     | 一旦企业面临反垄断行政调查或是民事诉讼, 我们将帮助审查并评估所有已有执法机关掌握的相关材料及证据, 通过相关市场的界定分析、市场支配地位的分析、以及损害赔偿的计算, 代表客户同反垄断执法机关进行沟通和协调并争取最优结果。                   |
| 设计整改措施     | 对于已发现涉嫌违法行为的企业, 我们将帮助企业设计并提出具体的整改计划, 同监管机构沟通和调整监管计划, 协助企业对整改计划实施进行事后评估, 并与负责监督整改计划实施的政府监管机构保持密切沟通。帮助企业以实际行动消除相关违法行为的后果, 主动维护竞争秩序。 |

## 普华永道的解决方案 (续)

### 成功案例

我们的团队在帮助企业客户应对反垄断调查的领域内有着专业的经验, 客户资源广泛, 例如:

- 在发改委卡特尔调查中代表一家日本汽车零部件制造商与执法机关进行交涉;
- 为一家世界领先的电子行业企业如何回应反垄断执法机关在对某全球半导体企业的反垄断调查中的意见询问提供法律咨询;
- 在发改委调查中为一家日本汽车零部件制造商提供程序性事宜的咨询服务等等。

普华永道与中国反垄断执法部门建立的良好合作关系, 帮助我们在深入了解反垄断法例及政府监管要求的同时, 联通被监管企业与监管机构, 帮助企业更好的与监管方交涉, 更加高效应对政府的监管。

## 联系人

邓诚丰 (*Stephen J Ducker*)

电话: 010- 6533 2279

电邮: [stephen.j.ducker@cn.pwc.com](mailto:stephen.j.ducker@cn.pwc.com)

武瑶

电话: 010 - 6533 7089

电邮: [sadina.wu@cn.pwc.com](mailto:sadina.wu@cn.pwc.com)

季瑞华

电话: 010 - 6533 2269

电邮: [william.gee@cn.pwc.com](mailto:william.gee@cn.pwc.com)





[www.pwccn.com](http://www.pwccn.com)

本文仅为提供一般性信息之目的，不应用于替代专业咨询者提供的咨询意见。

© 2015 普华永道。版权所有。普华永道系指普华永道网络中国成员机构，有时也指普华永道网络。每家成员机构各自独立。详情请进入[www.pwc.com/structure](http://www.pwc.com/structure)。  
CN-20150824-3-C1