主管总编辑助理 王万利 编辑 刘洋 美编 代小杰 实习校对 李爽 E-mail：sbsdcar@vip.sina.com

中东版平行进口车面临“绝版”

国六排放的实施，让平行进口车市场面临部分车型离场的局面。近日，一位平行进口车商向北京商报记者反映，由于国六排放标准先行于国际标准，平行进口车通关难，其中中东版车型自11月1日起，将停止报关。这意味着，占国内平行进口车市场较大份额的中东版车型面临绝版。

“中东版”清库

“卖完店里剩下的车，我就考虑转行了。”一位平行进口车商向北京商报记者表示，从海关部门了解到，受国六排放标准实施影响，11月1日起，中东版平行进口车将无法报关。目前很多车商就已经停止进车。

在一家平行进口车交易区，北京商报记者注意到，区域内颇为冷清，难觅顾客踪影，很多销售人员围在一起聊天，不少平行进口车商已经搬离。

对于中东版车型无法报关问题，一位经销商负责人坦言：“虽然11月距离明年1月北京对小客车实施国六排放标准还有两个月时间，但海关肯定会考虑现存中东版平行进口车型清库问题，11月1日停止报关，已经给市场提供了缓冲期”。

该经销商负责人对北京商报记者表示，因为处在“卖一辆少一辆”的状况，店内正涨价清理中东版车型库存。以丰田普拉多为例，各版本车型价格均上涨数千元。“也不敢涨太多，害怕这些车最后真的砸在自己手上。”他说。

不过，中东版车型整体行情尚无太大波动。上述经销商负责人表示，目前仍在观望市场走势，暂时尚未对中东版车型的价格进行调整，但不排除将来会涨价。

国六标准压力

今年7月，部分省市提前实施国六排放标准，车企和经销商纷纷清理国五排放标准库存车。与中规车相比，平行进口车由于自身流通形式特殊性，能否顺利度过国五国六切换期一直备受外界关注。

根据2016年发布的《轻型汽车污染物排放限值及测量方法（中国第六阶段）》显示，全国统一最晚实施国六a的时间为明年7月1日，统一最晚实施国六b的时间为2023年7月1日。也就是说，最迟明年7月，无法满足国六排放标准的平行进口车将无法上牌。

近日，有消息称，环保部针对平行进口渠道车型有关符合国六排放标准提出新执行要求：自11月1日起，将对每台报关进口车型实行严格监管的上线检测规定，对每台车进行OBD数据的读取与环保信息（含外观检测）比对。

业内人士表示，相对于其他版本平行进口车，中东版车型达到国六排放标准的可能性更低，必然面临严峻的局面。

针对平行进口车经销商能否通过自行改造排放装置使中东版车型符合国六排放标准，一位平行进口车商坦言：“中东版车型排放与国六排放标准差距太大，要想满足该标准，仅简单加装尾气过滤装置并不可行，还需对发动机进行改造，该工作只能由厂家来完成”。

中国汽车流通协会进口车专业委员会主任王存认为，从技术上看，车商几乎不可能自行将平行进口车改造达到国六排放标准。不过，他表示，从全国范围来看，符合国五排放标准的平行进口车仍可以销售到明年6月底。

市场下行风险

目前，平行进口车市场中，中东版车型由于售价更为实惠，且外观和国内版本没有太大区别，因此很受消费者欢迎。

汽车行业专家颜景辉表示，中东版平行进口车能否在国内销售只是纯粹的排放标准问题，国三切换国四排放标准时，部分平行进口车也面临过排放标准不达标的考验。从目前来看，中东版车型确实很难达到国六排放标准，但并不意味着一直不会达到。中东车型何时能将排放标准升级上来，何时就能够重新进口，只是个时间问题。

数据显示，今年上半年我国平行进口车累计进口量同比增长51.3%，占进口总量的17%，创近6年来新高。然而，今年7月和8月，平行进口车进口量下滑幅度均超60%。今年前8个月，我国平行进口车累计进口量增速由正转负，仅为10.99万辆，同比下降1.1%，占进口车总量的15.7%。随着市场持续下滑，平行进口车是否会拖累进口车市场表现也成为外界关注的焦点。

对此，颜景辉表示，平行进口车的销量规模相当有限，即便部分平行进口车型暂时无法在国内销售，对进口车市场乃至整体乘用车市场的影响也很小。此外，如果一部分平行进口车退出市场，反而可能会为拥有相同型号车型的中规车经销商分流一部分消费者，促进这些中规车的销售。

北京商报记者 刘洋 濮振宇/文并摄

·新车·

一汽丰田荣放价格下探抢市场

在丰田卡罗拉和雷凌已完成换代升级背景下，丰田荣放RAV4换代车型也在10月25日正式上市，新车共推出8款车型，官方指导价为17.48万-25.88万元，相比老款车型售价整体下调，一汽丰田欲通过下调售价进一步抢占市场份额，同时强化丰田在华市场的整体战略布局。

据了解，全新RAV4荣放由丰田TNGA-K平台打造，该平台为丰田的前驱中型和中大型车型平台，亚洲龙和雷克萨斯ES也来源于此平台。得益于TNGA-K平台，全新RAV4荣放的轴距增加30毫米、宽度增加10毫米、高度降低10毫米，同时保持TNGA车型宽车体、低车身特点。

业内人士表示，作为紧凑级SUV车型，荣放RAV4在中级车平台打造，不难看出一汽丰田正试图通过全新车型降维打击对手，快速提升在紧凑级市场的份额。

一直以来，紧凑型SUV为国内车市最大细分市场。数据显示，今年7月国内A级SUV车型累计销量为42.9万辆，同比增长7.9%，占SUV市场总销量的66%。业内人士认为，虽然近期SUV车型销售趋缓，但该车型的存量需求仍将使其继续扮演市场支柱的角色。尤其是一汽丰田荣放所处的紧凑型SUV细分市场，在SUV市场中的份额稳定在50%左右。

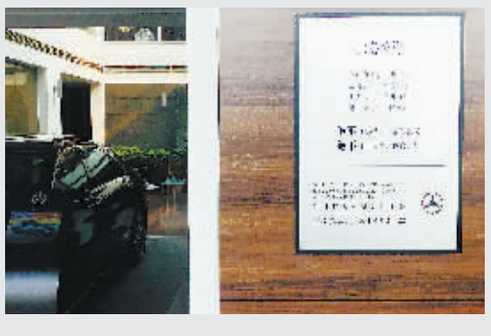
实际上，在紧凑型SUV市场合资品牌一直占据这主导地位，竞争也异常激烈。如上汽大众途岳、东风日产奇骏等，都已经是万辆俱乐部的常客，同为日系品牌的东风本田CR-V更是月销达两万辆。为更好迎战对手，全新一代RAV4荣放相比上一大车型，下调官方指导价，其中入门级车型售价下调2000元，顶配版车型售价下调6000元。

数据显示，今年一汽丰田将全年销量定为74.5万辆，目前一汽丰田距离目标还有20万辆差距。据了解，今年一汽丰田将有多款车型面临退市，在车型布局上一汽丰田也面临产品缩减，此时推出全新一代RAV4荣放将是一汽丰田在年底冲刺销量目标最大的助力。据介绍，全新RAV4荣放在官网开放预售仅一个月，订单已达1.8万辆。**北京商报记者 刘洋 刘晓梦/文并摄**

强化“客户为先”经营理念 奔驰《服务公约》落实了吗

“可以说，《服务公约》实施后，我们真正回归到本源，真正做到从心出发。经销商为客户提供的是服务，我们会根据客户需求进行定制化的介绍，并让客户自己按需按意愿选择。”波士集团运营总监、北京波士诚达汽车销售服务有限公司总经理赵玉江如是说。

今年5月，奔驰联合授权经销商推出《服务公约》，《服务公约》强调了奔驰“客户为先”的经营理念，强调了运营的合法合规性、服务及收费的透明化。业内人士表示，《服务公约》直击捆绑销售、金融服务费等行业潜规则，从这个意义上说，奔驰无疑走在了其他品牌的前面。



合法合规经营

今年5月，奔驰销售服务公司、奔驰金融公司和奔驰授权经销商推出《服务公约》。《服务公约》对授权经销商在日常经营业务中须自主遵循的基本行为规范提出了明确要求，进一步强调运营的合法合规性、服务及收费的透明化，坚决维护消费者在汽车消费和服务过程中的合法权益。

《服务公约》进一步强调了奔驰“客户为先”的经营理念，明确了销售和服务人员在日常经营业务中的行为规范，并保证客户充分了解他们理当且可期待获得的服务水准。《服务公约》以“客户为尊、以礼相待”作为基本服务理念，以“诚信经营、合法得体”作为根本服务准则，还明确指出了“绝不捆绑销售”等明令禁止的行为。

经销商必修课

通过向行业潜规则宣战，《服务公约》引领了一阵行业新风。长期以来，捆绑销售、强制消费一直是不少4S店并不避讳的行为。某豪华品牌4S店的销售人员表示，如果消费者在店内购买新车，除车辆本身的费用，首年保险也必须要在店内购买。

利星行（北京）汽车有限公司的销售顾问表示，伴随着《服务公约》的推出，我们会在客户做出选择和购买之前，更加清楚地告知客户没有任何捆绑销售、一定保证原厂配件，价格也完全公开透明化，让客户明确了解自己的权益并自行选择。

据了解，以价格为30万元的车辆为例，《服务公约》推行以后，奔驰消费者相较于其他汽车品牌消费者，可自由支配的预算能够达到3万元左右，消费者可按需选择购买精品装饰、保险、上牌等业务。

作为众多经销商另一项重要的收入来源，饱受争议的金融服务费也是消费者不得不承担的另一项硬性购车成本。为了赚取这笔钱，4S店销售人员甚至会要求客户必须办理贷款业务。一位消费者表示，北京地区常见的金融服务费为购车贷款总额的3%-4%，而且这笔收费不会在合同中标注。如今，金融服务费乱象在奔驰经销商手中率先终结。

“就汽车行业而言，售车本身的利润比重在不断走低，更多的是依靠后市场（比如金融、保险）作为主要利润来源。《服务公约》的推出可以说彻底颠覆了原有的营销模式。它标志着汽车发明者重新定义、规范行业的运营模式。”北京百得利之星总经理徐涛说。

重塑客户体验

通过杜绝一系列行业“潜规则”，《服务公约》极大地重塑了客户体验。“我们确实舍弃了很大一部分利润。但有失必有得，这一动作帮助我们赢得了很多客户。”北京中升之星总经理姜云鹏表示，“当其他品牌还在继续收取金融服务费的时候，奔驰不收，客人会直接感受到差异，会感受到我们是在用心经营他们。”

虽然消费者的满意度难以量化，但市场的整体反应却不难判断。官方数据显示，自《服务公约》推出以来，奔驰的整体销量状况继续稳健增长，今年前9个月，奔驰在华累计销量为53.32万辆，在汽车行业整体遇冷的情况下，奔驰依然保持了稳健增长。

业内人士表示，在车市寒冬的压力之下，奔驰敢于开行业风气之先，推出并落地《服务公约》，不仅让奔驰授权经销店实现了升级和进化，也让其他品牌看到诚信经营、尊重客户的重要性，从而推动整个汽车行业的服务环节、标准和流程更加公开透明，这也是未来的必然趋势。

·试乘试驾·

奥迪Q5L全新智能四驱更省油

北京商报讯（记者 刘洋 刘晓梦）上市一年的奥迪Q5L消费者并不陌生。面对全新一代宝马X3、奔驰GLC长轴距等车型，奥迪Q5L继承着奥迪车型一贯科技传统。近日，北京商报记者试驾该车型，在变为智能四驱系统后，“Quattro”依然能提供良好行驶表现。

奥迪Q5L诞生自MLB平台，轴距加长至2908毫米。长轴距带来的宽大车内空间，成为该车型的优势之一。而MLB平台采用的横置发动机摆放，也使得奥迪Q5L相比其他传统纵置后驱车型，动力总成侵占车内空间更少，让车内空间最大化。体验中，奥迪Q5L车内乘坐空间非常宽敞，尤其是后排腿部空间很充足。

在带来宽敞空间的同时，“好开”是消费者对于奥迪车型的普遍评价。奥迪Q5L换装7速S tronic双离合变速箱。试驾中，该车型的平顺性成为亮点，无论加速超车还是低速缓行，换挡动作都很顺畅，完全感觉不到顿挫。

同时，奥迪Q5L搭载奥迪quattro ultra智能四驱系统，全新智能四驱系统quattro ultra在继承之前奥迪quattro稳定、可靠基因基础上，在日常驾驶中更智能、更高效、更主动的操控，可以实现更低的油耗。

值得一提的是，全新quattro ultra相比第六代quattro最大的改进在于，以前的托森结构中央差速器中离合器与变速器壳体是刚性连接的恒时四驱，前后轮中间的传动机构不能完全断开，现在中央传动轴及后差速器壳体也能够停止转动，减少由于转动惯量及摩擦产生的能量损失，进一步降低油耗。

为进一步提升Q5L数字化科技，该车型还加入MMI touch触控面板，带有震动反馈功能，不用麻烦的切换数字或者英文，支持自动手写识别，支持多点触控，能提供接近智能手机的操作体验。

自2009年奥迪Q5引入中国市场以来，总销量已超过80万辆。奥迪Q5L基本保留了Q5的精髓，在圆润的外观上加入了更多线条化的细节，显得更有棱角和力量感，就驾驶操控而言，也继承了Q5的感觉。然而，相比于十年前的市场，现在的Q5L强敌环伺，有奔驰的GLCL、还有宝马的X3，另外二线豪华品牌比如沃尔沃XC60、凯迪拉克XT5也是虎视眈眈，对于现在的Q5L而言，竞争也更加激烈，奥迪也欲借助在操控、动力、科技方面均衡调校的Q5L进一步扩展市场份额，全力对标GLC L以及X3。 **刘晓梦/摄**