

《汽车经销商管理与服务规范》

国家标准

（征求意见稿）编制说明

标准起草工作组

二〇一七年七月

《汽车经销商管理与服务规范》

国家标准（征求意见稿）编制说明

一、任务来源

《汽车 4S 店管理与服务规范》国家标准（国家标准计划编号：20141419-T-469）是国家标准化管理委员会 2014 年第一批国家标准制修订项目，该标准由中国标准化研究院提出并归口，中国标准化研究院服务标准化研究所负责起草。

二、标准名称变更

本标准批准立项名称原为“汽车 4S 店管理与服务规范”，2017 年 4 月，国家商务部发布了《汽车销售管理办法》，在后期组织的多次专家研讨会中，多位专家提出汽车销售已经从品牌授权销售转向开放渠道销售，并且汽车经销商是本标准规范的真正主体，汽车 4S 店仅是提供服务的窗口，故建议本标准更名为“汽车经销商管理与服务规范”，标准起草组采纳了专家的意见。

三、制定本标准的背景和意义

近年来，随着社会经济的迅猛发展，汽车市场持续迅速发展，我国已经成为目前全球最大的汽车生产国和消费市场。过快的增长速度，暴露出汽车销售市场的诸多问题与发展瓶颈，原有的政策、法规及办法已经不再适用当前发展现状，汽车经销行业乱象丛生凸显，汽车经销商的标准化管管理是解决这些问题的有效途径和重要手段。

为改善汽车销售行业竞争和经营环境，提高售后服务质量，促进汽车经销商市场健康发展，我国在汽车销售与流通等领域进行了一系列改革。如，2016年，国务院反垄断委员会发布《关于汽车业的反垄断指南》，旨在维护公平公正的市场秩序，打破汽车价格垄断行为和地域限制。2016年，商务部发布《汽车销售管理办法》，旨在促进汽车市场健康发展，保护消费者合法权益，将开启了汽车流通和后天市场多元化竞争的时代。基于我国当前汽车经销商运营现状，制定科学和客观的管理和服务规范对促进汽车市场健康发展具有重大意义。具体来说制订汽车经销商管理与服务规范具有以下意义：

（一）促进汽车市场健康发展的有力支撑

汽车产业是国民经济重要的支柱产业，在国民经济和社会发展中发挥着重要作用，我国汽车行业正逐步走向成熟。然而，我国汽车产业高速发展的同时面临产业结构不合理、技术水平不高、消费政策不完善、现代汽车服务业发展迟缓、汽车流通市场不健全等突出问题。近年来，汽车经销商市场风起云涌、二手车市场异军突起、新能源汽车的推广、新销售服务平台的兴起、销售渠道多元化趋势，无时无刻不冲击和影响汽车市场健康发展。在此背景之下，在汽车产业链中具有重要地位的汽车经销商，其标准化管理和服务成为了影响汽车市场健康发展的重要影响因素之一，体现了对汽车经销服务规范的最大诉求。

（二）维护车主合法权益的重要保障

随着汽车行业的不断深入发展，汽车市场环境越来越复杂，汽车

消费陷阱和经销商欺诈行为导致的消费者权益受损的现象屡见不鲜。其中，捆绑消费、“免费检测”欺骗、各种缘由推迟交车、低配“变身”高配是当前汽车销售过程中欺诈消费者的主要现象，同时产品质量、合同争议和售后服务问题是引发消费者投诉的主要原因。随着一、二线城市出现汽车摇号限制和车辆饱和现象，汽车销售市场开始转向三、四线城市和农村市场，资质和服务不合格的汽车经销商大量存在，上述损害车主合法权益的问题普遍存在并由愈演愈烈之势。汽车经销商管理和服务的标准化成为了创造良好的消费环境，确保合理服务价格，维护车主知情权，保障车主自由消费的重要保障。

（三）规范汽车经销商服务提供的有效途径

我国现代汽车服务业发展迟缓且不健全，汽车经销商压力巨大，究其原因之一，就是缺乏完善的管理与服务标准。本标准给予科学的标准制定原则，通过规定汽车经销商运营管理和提供服务内容和要求，并给出服务评价和改进方法，将完善汽车经销商内部管理制度、规范零售和售后服务、二手车交易、汽车保险、投诉方式和渠道等服务，从多方面规范汽车经销商服务，不断提高服务质量。

四、标准编制技术路线与依据

本标准将在考虑我国社会经济发展、汽车经销商管理与服务质量影响因素等标准的实际情况下，结合汽车销售管理的理论与方法，以提升汽车经销商服务质量、保护消费者合法权益、提高客户满意度为目标，构建汽车经销商管理与服务规范，为汽车经销商服务的质量提升、效益改善以及效率提升提供理论与实践支撑。

在研制过程中，本标准主要参考了以下文件：

1. GB/T 3730.1-2001 《汽车和挂车类型的术语和定义》
2. 交通部等八部委 车维修技术信息公开实施管理办法,2015年2月26日
3. 商务部 汽车销售管理办法，2017年4月5日
4. 国务院反垄断委员会关于汽车业的反垄断指南
5. 关于促进汽车维修业转型升级提升服务质量的指导意见
6. 《交通运输部关于修改〈机动车维修管理规定〉的决定》
7. 国家发展改革委办公厅关于组织开展汽车零部件再制造试点工作的通知
8. 汽车零部件再制造试点方案
9. 汽车零部件再制造试点管理办法
10. 汽车品牌销售管理实施办法

五、研制过程

2014年9月-12月份，国家标准化委员会正式发布《关于下达2014年第一批国家标准制修订计划的通知》(国标委综合[2014]67号)，本标准正式立项，项目计划编号为20141419-T-469。本标准起草工作组正式成立，并于同月在北京召开标准研制启动会，制定了标准研制计划。

2015年3月-9月，标准起草工作组研究完成本标准草案1稿，并邀请部分服标委委员与标准化专家在北京组织召开草案1稿研讨会，对标准内容、框架、表达形式等进行了研讨与校准。

2015年10月-12月，根据草案1稿研讨会意见，标准起草工作组对本标准草案1稿进行了补充、调整与删减，在此基础上修改完成本标准草案2稿，并于同月在北京组织部分汽车销售服务领域专家召开草案2稿研讨会。

2016年3月-5月，根据草案2稿专家研讨会意见，标准起草工作组修改完成本标准草案3稿，并于同月在北京组织汽车、销售、金融、售后服务等行业管理和企业代表召开草案3稿研讨会。

2016年6月-9月，根据草案3稿专家研讨会意见，标准起草工作组从更加符合我国汽车经销商发展现状、更加符合我国汽车经销商管理与服务现实需求的角度出发修改完成本标准草案4稿，并于同月在北京组织资深标准化专家召开草案4稿研讨会。

2016年10月-12月，根据草案4稿专家研讨会意见，标准起草工作组再次对标准表达的规范性进行了优化完善，并补充了服务评价与改进的相关内容，形成标准征求意见稿，在中标院网站上公开征求意见。

2017年4月-6月，标准起草组根据新发布的《汽车销售管理办法》，对标准的内容进行了全面调整，并邀请汽车厂商和经销商代表召开集中研讨会，再次形成标准征求意见稿全套材料。

六、标准编制原则和技术内容

（一）编制原则

1.科学性

一方面，服务标准的具体要求，应使用科学的方法和手段而取得；

另一方面，服务标准的编制程序、格式、表述方式等应满足 GB/T1.1《标准化工作导则》等相关文件要求，符合标准化的基本规律，确保标准的科学和严谨。

2.可量化

很多服务质量特性可以直接或间接地以数值来表现，通过这种数量化，可以使服务标准定量化，进而使服务组织和人员明确服务质量目标和服务要求，便于在工作中执行。

3.可操作性

服务标准要求制定过程中，要进行广泛、深入的调研，要广泛征求顾客和一线服务人员或组织的意见，确保标准符合实际。

4.利益均衡

制定标准时，标准起草工作组要考虑所有利益相关方，注意标准起草工作组中利益相关方代表的均衡性，既要有服务提供者代表、相关生产企业代表，也要有消费者代表。

(二) 内容框架

本标准的基本框架如下：

条款	分条款	要点
1.范围		明确了本标准的主要内容(汽车经销商的运营管理、服务提供、服务质量评价与改进)与适用范围(新车汽车及二手车经销商管理与服务)。
2.规范性引用文件		GB/T XXXX 汽车售后服务规范
3.术语和定义	3.1	汽车
	3.2	汽车经销商
	3.3	汽车售前检查
	3.4	原厂配件
	3.5	质量相当配件 同质配件

条款	分条款	要点
	3.6	再制造件
	3.7	回用件
4.运营管理	4.1	服务组织
	4.2	服务人员
	4.3	服务场所
	4.4	服务信息
5.服务提供	5.1	车辆展示
	5.2	车辆销售
	5.3	车辆交付
	5.4	代理代办
	5.5	支付
	5.6	售后服务
6.评价与改进	6.1	投诉
	6.2	评价主体
	6.3	评价方法

(三) 具体内容说明

本标准具体内容说明如下：

1. 范围

本章规定了本标准的主要内容包括，汽车经销商的运营管理、服务提供、服务质量评价与改进内容。

本标准适用于新车汽车经销商管理与服务，二手车经销商可参照适用。

2.规范性引用文件

本章列出了本标准引用的相关国家标准，包括：

GB/T XXXX 汽车售后服务规范

3.术语和定义

本章界定了汽车、汽车经销商、汽车售前检查、原厂配件、质量相当配件（同质配件）、再制造件、回用件七个术语的定义，景区术语的定义引自 GB/T 3730.1-2001。

4.运营管理

本章规定了服务组织、服务人员、服务场所、服务信息方面的要求。其中服务组织部分规定了汽车经销商的要求。服务人员部分规定了汽车经销商管理人员及销售服务人员应具备的知识和技能要求。服务场所部分规定了汽车经销商实体经营场所、网上展示店面、仓储场所的要求。服务信息包括经营信息、客户信息、信息保护。

5.服务提供

本章规定了汽车经销商在提供车辆展示、车辆销售、车辆交付、代理代办、支付、售后服务方面的要求。

6.评价与改进

本章规定了汽车经销商服务质量的投诉、评价主体、评价方法方面的要求。

附录 A 新车售前检查表

本章给出了汽车新车 PDI 检查表。

附录 B 新车买卖合同范本

本章给出了新车买卖合同、商品车辆交接书、委托服务协议书。

附录 C 二手车买卖合同范本

本章给出了二手车买卖合同范本、二手车技术状况表（示范文本）、车辆状况说明书（车辆信息表）。

最后，参考文献部分列明了本标准的依据文件。

七、与现行法律法规和强制性标准的关系

本标准与中华人民共和国主席令第 7 号《中华人民共和国消费者权益保护法》、商务部 2017 年发布实施的《汽车销售管理办法》的相关规定能够相互协调，本领域暂无相关的强制性标准。