

# 团体标准《二手车经销企业服务规范》 编制说明

标准起草工作组  
二〇二二年十二月

# 目 录

一、标准概况 .....	1
二、编制背景与目标 .....	1
三、编制思路 .....	2
(一) 总体定位 .....	2
(二) 适用对象 .....	2
(三) 技术特点 .....	2
四、编制依据 .....	2
五、编制过程 .....	2
六、主要技术内容 .....	3
七、与现行法律法规和强制性标准的关系 .....	6

中国汽车流通协会团体标准征求意见稿

## 一、标准概况

《二手车经销企业服务规范》团体标准是中国汽车流通协会 2020 年 4 月标准部编制计划项目，立项名称为《二手车经销企业服务规范》，由中国汽车流通协会技术归口，由中国汽车流通协会二手车经销商分会组织起草。

## 二、编制背景与目标

根据 2015 年 2 月 11 日国务院常务会议“优化标准体系、完善标准管理，对行业标准制定进行改革”指导方针，为规范二手车经销行业服务和管理流程，促进行业整体质量提升的目的出发，解决目前行业普遍存在的问题，实现行业可持续发展，提升消费者感知体验满意度，已经成为我国二手车行业升级发展的当务之急。

在二手车行业快速发展的同时，由于二手车经销企业服务就业门槛的标准不统一，缺乏对二手车经销企业服务管理从业技能的标准化指导和培养，导致我国二手车行业整体服务管理质量水平参差不齐，主要体现在：服务标准不统一、服务品质良莠不齐、顾客满意度指数偏低，严重制约了二手车行业的健康可持续发展。

在此背景下，为了规范中国二手车经销企业的服务体系及运营规范，促进二手车经销企业组织良性发展的标准化建设，为二手车经销企业服务及运营能够切实实施标准化管理提供依据，尤其针对二手车经销企业的各种分类标准、组织架构、功能定位、会员服务等服务方面提出规范性要求。从而提高二手车经销企业的运营管理水平 and 竞争力，推动二手车行业的快速成长发展，并带来显著的社会效益和经济效益。

### 三、编制思路

#### （一）总体定位

目前我国尚未发布有关二手车经销企业服务管理规范，因此本标准立足于规范中国二手车经销企业的服务体系及运营规范促进二手车行业良性发展的标准化建设，为二手车行业服务及运营能够切实实际标准化管理提供依据。

#### （二）适用对象

本标准适用对象是二手车经销企业的服务及运营，通过规范二手车经销企业的管理标准、提高其运营管理水平 and 竞争力，推动中国的二手车经销企业快速成长。

#### （三）技术特点

基于前期分析，标准起草工作组希望本标准具有以下特点：

——针对性，本标准内容、要求等应充分体现二手车经销企业服务特点与需求；

——科学性，本标准所提出运营标准、内容、要素等要求应科学先进、信效度高；

——实用性，本标准旨在为使用者实施服务行为提供可遵循的优质范式，同时不做僵化限制，为多样化社群商业化运营的具体操作预留空间。

### 四、编制依据

在标准研制过程中，本文件参照GB/T1.1-2020给出的规则起草。

### 五、编制过程

根据国家标准编制相关要求，本标准已完成征求意见草案稿及编制说明工作，编制过程如下：

2020年4月，中国汽车流通协会正式发布《二手车经销企业服

务规范》本标准正式立项。

2020年4月，本标准起草工作组正式成立，并在北京召开标准研制启动会，制定了标准研制计划。

2020年8月—2021年12月，标准起草工作组通过对二手车经销企业进行调研和访谈，并邀请行业代表及标准化专家进行讨论，形成标准工作组讨论1稿。

2021年12月—2022年2月，标准起草工作组在前期调研的工作上，按照行业代表意见，进一步修改本标准草案稿，并组织部分服务标准化技术委员会委员专家进行研讨，形成标准工作组讨论2稿。

2022年2月——2022年4月，标准起草组在上一稿基础上，根据二手车经销业态的变化和发展情况继续丰富、修改相应内容，通过召集有关专家及相关企业代表召开研讨会，形成工作组讨论3稿。

2022年4月——2022年10月，标准起草组在工作组讨论3稿基础上，再次扩大工作组研讨范围，邀请二手车领域的资深专家采用线上方式进行召开研讨会，将部分标准内容进行深入分析，最终形成第4稿。

## 六、主要技术内容

本标准结构框架与主要技术内容如下表所示：

章 编 号	章标题	节 编 号	节标题	主要技术内容
-------------	-----	-------------	-----	--------

章编号	章标题	节编号	节标题	主要技术内容
1	范围	-	-	<p>本文件规定了从事二手车经销活动的企业设立、收购管理、信息管理、售前管理、销售管理、售后管理和售后服务改进等要求。</p> <p>本文件适用于从事二手车的收购、销售以及售后服务等项活动，并指导二手车经销企业的经营服务和建立企业标准。</p>
2	规范性引用文件	-	-	<p>下列文件对于本文件的应用是必不可少的。凡是注日期的引用文件，所注日期的版本适用于本文件。凡是不注日期的引用文件，其最新版本（包括所有的修改单）适用于本文件。</p> <p>GB/T 16739.1-2004 汽车维修业开业条件</p> <p>GB/T 30323-2013 二手车鉴定评估技术规范</p> <p>SB/T 11144-2015 二手车流通企业经营管理规范</p> <p>T/CADA 17-2021 二手纯电动车鉴定评估技术规范</p> <p>《乘用车新车售前检查服务指引（试行）》2017.3.10</p>
3	术语和定义	3.1	二手车	从办理完毕注册登记手续到达到国家强制报废标准之前进行交易并转让所有权的汽车。
		3.2	二手车经销企业	依法从事二手车收购、销售并履行售后服务相关承诺的企业。
		3.3	二手车收购	指二手车经销企业从车辆所有人处收购车辆，并将所有权和处置权转移到本企业名下的行为。车辆所有人包括自然人和企业法人。
		3.4	二手车销售	指二手车经销企业将拥有合法处置权的商品车辆出售，并将车辆所有权转移给最终使用者的行为。最终使用者包括自然人和企业法人。
		3.5	二手车整备	二手车经销企业完成收购后为保证车辆外观整洁、技术状态良好而进行的清洁、美容或维修保养等过程。
		3.6	二手车检测/技术鉴定	按照《乘用车鉴定评估技术规范》、《二手纯电动车鉴定评估技术规范》所列项目和要求，结合本企业实际业务需要，由专业人员对二手车技术状况进行检测、鉴定，并给出鉴定结论，填写《车辆技术状况表》。

章编号	章标题	节编号	节标题	主要技术内容
		3.7	二手车认证	指二手车经销企业或第三方鉴定评估机构按照行业协会、汽车生产企业、第三方鉴定评估机构以及其它二手车品牌认证标准输出方的车况质量标准，经专业人员的质量检测与技术鉴定，达到车辆质量标准要求，出具车辆质量报告，并提供质量担保的活动。
4	二手车经销企业的设立	4.1	基本要求	应为依法注册的经营组织，并按要求取得相应的经营资质及许可。
		4.2	设施设备	应根据涉及的服务项目、活动需要和会员需求，配置相应的保障车辆、设备设施、活动及后勤保障物资。
		4.3	相关人员	应按组织机构设置和管理需求明确部门和岗位权力和职责
5	经营与服务管理	5.1	收购管理	应建立车辆收购管理制度、服务流程、管理办法，鼓励企业建立相应企业标准。
		5.2	信息管理	需要在经营场所明示的信息、应告知的信息以及具备售后服务功能的企业应向消费者明示售后服务的收费标准和服务规范。
		5.3	售前管理	在完成收购后，应对车辆进行检测和整备，向最终用户销售的车辆应无安全隐患，符合国家有关检验合格标准。
		5.4	销售管理	二手车销售人员应按规范着装，使用文明礼貌用语接待客户、二手车销售人员应根据客户需求、意愿和条件推介相应车辆、向客户提供的车辆及价格等信息应真实有效、客观公正等。
		5.5	金融服务管理	提供消费贷款或融资租赁服务的二手车企业，应标明金融机构贷款产品要素，包括但不限于贷款产品主体、首付款金额、首付比例、年化利率（单利）、贷款期限、其他费用（如有）等。对于提供消费贷款或融资租赁服务的二手车企业，不得以金融机构名义、或以为客户提供金融服务为由收取费用。在提供消费贷款或融资租赁服务时，二手车企业应保障客户的自主选择权，不得强制捆绑销售、或向客户指定提供金融服务的金融机构。二手车企业应对金融服务人员备案登记，在相应经营场所，如实公示已备案金融服务人员信息。
		5.6	售后管理	提供车辆售后服务时，应明示售后服务清单和收费标准，并经买方确认等。

章编号	章标题	节编号	节标题	主要技术内容
		5.7	代理代办及附加品	鼓励经营者提供代理代办服务，在办理代办业务时应明确说明代理代办服务的性质、内容、收费、服务提供主体以及各方权利义务等信息，收取服务费用应提供相应票据与凭证。若向买方销售车辆以外的附加汽车用品、汽车零部件等产品，应按买方意愿，并明示该产品的质量保证信息和服务条款。
6	服务改进	6.1	投诉处置	建立服务质量投诉处置管理制度，向客户公示投诉渠道等。
		6.2	服务回访	建立服务回访管理制度，并按制度进行客户回访等。
		6.3	持续改进	建立企业服务管理持续改进工作管理办法，并根据改进的信息制定相应改进方案，落实改进措施及验证改进结果等。

## 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》和汽车服务相关法规的规定能够相互协调，本领域暂无相关的强制性标准。