

ICS 03.080.30
CCS A 10

DB3212

泰州市地方标准

DB3212/T 1097—2022

汽车销售服务规范

2022-03-08 发布

2022-03-15 实施

泰州市市场监督管理局 发布

前 言

本文件按照 GB/T 1.1—2020《标准化工作导则 第 1 部分：标准化文件的结构和起草规则》的规定起草。

本文件由泰州医药高新技术产业开发区（泰州市高港区）市场监督管理局提出。

本文件由泰州市商务局归口。

本文件起草单位：泰州市汽车销售行业协会、泰州医药高新技术产业开发区（泰州市高港区）市场监督管理局。

本文件主要起草人：袁沪、王刚、张黎。

汽车销售服务规范

1 范围

本文件规定了汽车销售服务规范的新车术语和定义、基本要求、服务要求、客户跟踪和投诉处理。本文件适用于泰州市境内乘用车4S店新车的销售和服务。

2 规范性引用文件

下列文件中的内容通过文中的规范性引用而构成本文件必不可少的条款。其中，注日期的引用文件，仅该日期对应的版本适用于本文件；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。

GB/T 3730.1 汽车和半挂车的术语和定义

GB/T 19000 质量管理体系基础和术语

3 术语和定义

GB/T 3730.1 和 GB/T 19000 界定的以及下列术语和定义适用于本文件。

3.1

汽车4S店 automobile sales service shop

4S店是一种以“四位一体”为核心的汽车特许经营模式，包括整车销售(Sale)、零配件(Sparepart)、售后服务(Service)、信息反馈(Survey)。

3.2

汽车供应商 automobile supplier

为经销商提供汽车资源的境内生产企业或接受境内生产企业转让销售环节权益进行分销的经营者以及从境外进口汽车的经营者。

3.3

汽车销售商 automobile seller

获得汽车资源并进行销售的经营者。

3.4

汽车售后服务商 automobile aftersales service supplier

汽车销售后提供汽车维护、修理等服务活动的经营者。

3.5

汽车服务商 automobile service supplier

汽车销售商、汽车售后服务商的总称。

3.6

汽车销售服务 automobile sales service

为满足顾客购买汽车产品的需要，通过产品展示和顾客接触，向其出售所需产品，为其提供相关商务服务的过程。包括汽车商务代理服务。

3.7

汽车售后服务 automobile aftersales service

为满足顾客对汽车产品正常使用的要求，通过与顾客以及所售汽车产品的接触，为其提供修理和其它技术服务的过程。包括汽车维护、恢复性维修、零件索赔、备件供应等服务。

3.8

汽车产品 automotive products

用于销售的商品汽车及规定编号的汽车总成和零件、汽车辅件、汽车用流程性材料、汽车装饰美容品、汽车养护品以及与汽车使用相关产品的总称。

4 基本要求

4.1 原则

汽车服务商从事汽车产品有关的商务活动，应依法经营、诚实信用、规范服务、公平竞争。

4.2 资质和要求

4.2.1 外商投资设立的汽车服务商，应符合《外商投资道路运输业管理规定》《外商投资商业领域管理办法》，申报国务院商务部批准，取得《外商投资企业批准证书》。

4.3 人员

4.3.1 素质

所有工作人员应具备良好的文化素养和道德品质，培训上岗。特殊岗位应具备特殊岗位资质。

4.3.2 着装

所有工作人员应统一着装。车间工作人员、保洁员宜着工装，其他服务人员宜着职业装，应佩戴明显的岗位标识。

4.4 制度

4.4.1 应建立与服务项目相适应的质量管理体系，以确保销售的产品和售后服务的质量。

4.4.2 应建立与服务环境相适应的符合消防、环保和职业健康安全要求的环境安全管理体系，以确保员工、顾客和相关方的职业健康安全。

4.4.3 应根据顾客需求和管理需要建立全面的管理制度，制度一般包括管理方案、岗位职责、岗位权限、规章、奖惩以及考核等内容。

5 服务要求

5.1 通用要求

5.1.1 资源和服务环境要求

汽车服务商应策划并提供与服务相适应的资源和服务环境，并进行有效管理。资源和服务环境包括：

- a) 产品销售和售后服务所需的直接的和间接的人员；
- b) 产品展示、业务洽谈、产品修理、备件储存和停车等固定的场所和附属设施；
- c) 产品销售和售后服务所需的设备（硬件和软件）；
- d) 专项技能和技术；
- e) 适宜的服务环境；
- f) 财务资源。

5.1.2 消费者保护

5.1.2.1 发布或告知用户的汽车商品信息、服务信息、收费标准应真实、准确、合法，不应有虚假宣传或误导用户的描述，不应以假充真、以次充好。

5.1.2.2 经销商对汽车的车型、配置等相关信息履行明确和透明的告知义务，尊重用户的选择权、知情权与公平交易权。

5.1.2.3 不应侵害用户的人身、财产安全，不应侵害消费者的人格尊严，不应强制消费，不应强行搭售。

5.1.2.4 不应泄露用户的个人信息，保障用户信息安全，不应以营销电话骚扰用户。

5.1.2.5 严禁篡改车辆行驶里程和排放标准造假。

5.1.2.6 除非法律法规规定，汽车销售商不应将个人信息转让给任何组织和个人。

5.1.2.7 汽车销售商不应使用人脸识别收集顾客信息。

5.2 汽车销售服务要求

5.2.1 基本要求

5.2.1.1 汽车销售商应通过合法途径采购或获取商品汽车。

5.2.1.2 用于销售或已经销售的商品汽车的产品信息应与合格证或海关商检单据一致；汽车的质量安全应通过中国强制认证（3C 认证）；汽车的技术参数和性能指标应符合公告目录；汽车的标识标注应符合《中华人民共和国产品质量法》第二十七条的规定和《汽车产品外部标识管理办法》的规定。

5.2.1.3 汽车销售应告知顾客所销售汽车产品的相关信息，这些信息应包括：汽车的品牌、制造商名、结构配置、技术性能、产品价格、质量保证、售后服务包括售后索赔的规定等。

5.2.1.4 销售进口商品汽车，应提供“货物进口证明书”和“进出口商品检验检疫单”。

5.2.1.5 销售已知经过修复的商品汽车，应告知顾客与修复有关的信息，并保证产品的技术和安全性能。

5.2.1.6 汽车销售商应遵守国家 and 行业有关商品汽车的质量规定和供应商的索赔规定，当二者不一致时，应按有利于顾客的规定执行。

5.2.1.7 汽车销售商应规定并公示产品销售流程。

5.2.1.8 汽车销售过程中，销售商不应附加出厂规定以外的条件或附件，变更顾客的购买要求，变相提价或价外加价。

5.2.1.9 供应商、经销商不应限定消费者户籍所在地，不对消费者限定汽车配件、用品、金融、保险、救援等产品的提供商和售后服务商，但家用汽车产品“三包”服务、召回等由供应商承担费用时使用的配件和服务除外。经销商销售汽车时不应强制消费者购买保险或者强制为其提供代办车辆注册登记等服务。

5.2.1.10 经销商向消费者销售汽车时，应核实登记消费者的有效身份证明，签订销售合同，并如实开具销售发票。

5.2.2 顾客接待

5.2.2.1 应提供适宜的销售服务环境(如展示厅)和设施。

5.2.2.2 应规定汽车销售接待服务规范，建立顾客接待程序(如销售核心流程)。

5.2.2.3 销售人员应经过职业培训，具备相应的专业知识和礼仪常识，掌握销售岗位应知应会技能，遵照规范和流程为顾客提供接待服务。可能时，持有机动车驾驶证。

5.2.2.4 销售人员上岗时，应保持服饰整洁，热情礼貌，用语文明。

5.2.3 产品介绍

5.2.3.1 销售人员应配合顾客需求向其提供产品介绍服务，提供产品资料。

5.2.3.2 介绍产品时，应向顾客提供真实有效的产品和售后服务信息；介绍竞争对手的产品时，也应客观公正。

5.2.3.3 当遇到销售人员不能解答的专业问题时，应及时联系专业人员进行解答。

5.2.3.4 销售人员如记录顾客(含用户和潜在客户)的相关信息，必须承诺并确保这些信息的私密性。

5.2.3.5 销售服务人员在销售过程中不应向用户承诺超出汽车买卖合同条款的任何权益，不应夸大汽车商品的功能。

5.2.3.6 销售服务人员不应以人身成威胁、恐吓等言行强迫用户购买汽车商品或服务项目，不应利用职务之便收取回扣等不正当行为。

5.2.4 试乘试驾

5.2.4.1 鼓励汽车销售商应提供商品汽车试乘试驾服务。试乘试驾汽车应确保安全技术特征和行驶性能，并符合出厂标准。

5.2.4.2 汽车销售商应预先确定安排试乘试驾行驶路线，并确保在安全的条件下提供试乘试驾服务。

5.2.4.3 当顾客有试驾要求时，销售人员应审验试驾人驾车资格的合法性，与其签署《顾客试驾车协议》，由经销商指定工作人员全程指导，告知用户应注意的安全要求，并按照规定的线路行驶并陪同驾驶。

5.2.4.4 在试乘试驾过程中出现异常或紧急情况时，销售人员应启动应急处置措施。应急处置措施包括：

- 如行驶过程中出现暴力或危害安全驾驶的行为，销售人员应立即制止；
- 若试驾过程中出现事故，应立即拨打 120（有人伤情况）、110、单位责任人电话。

5.2.5 销售合同

5.2.5.1 顾客明确购车意向后，销售人员应与顾客签订商品汽车销售合同，销售合同的格式内容应符合《中华人民共和国民法典》规定。

5.2.5.2 有国家、省、市统一的规范合同版本时，应使用规范版本的合同。签订合同之前，应逐条向顾客解释合同条款。

5.2.5.3 经销商在向用户销售汽车时，应核实并留存用户的有效主体信息或身份证明、签订汽车销售合同，经销商应在汽车销售合同上加盖本企业合同章或公章。

5.2.5.4 销售商不应在合同中制订免除自身责任、排除顾客主要权利等不公平、不合理的条款。

5.2.5.5 汽车产品期货交易，双方应在合同中规定产品交付时间、定金给付和违约责任。

5.2.5.6 若合同在履行过程中发生变更，双方应协商一致，重新签订或修改合同，并将变更信息及时通知相关方。

5.2.5.7 汽车产品的商业广告、网上销售或使用说明书，应视为汽车供应商、汽车销售商的承诺，在发布前应评审其可行性，以确保符合相关法律、法规，遵守承诺。

5.2.6 销售款项

5.2.6.1 汽车销售及服务款项应由经销商的财务部门收取和结算，禁止将用户款项划入个人账户或销售服务人员代收。

5.2.6.2 经销商开具的汽车销售发票应符合当地税务部门的要求。

5.2.6.3 汽车销售发票应按照用户实际支付的金额开具。

5.2.6.4 汽车销售发票开具的买卖双方名称应与汽车销售合同一致，卖方(销售单位)名称应与登记注册的经销商名称一致。

5.2.7 信息公示

5.2.7.1 经销商应在经营场所以制式标签或电子显示屏等适当形式明示汽车商品、配件及相关产品的价格，各项服务收费的标准和服务内容，明码标价。由用户自行选购服务项目，不应在标价之外加价销售或额外收取费用。

5.2.7.2 汽车商品信息和服务信息包括但不限于产地、厂家，品牌、车型、规格型号、燃气排放标准、配置、颜色、尺寸，排量、功率、油缸限值(电动汽车为电池能量、续航里程及充电时长)、座椅数量、载重量、安全性能、主要技术参数及使用的新技术、汽车价格、交车日期、代办服务项目及收费标准、三包范围与期限、随车工具与文件清单等。

5.2.7.3 经销商出售未经供应商授权销售的汽车商品(含进口汽车)，应以书面形式向用户做出提醒和说明，并书面告知用户承担相关责任的主体。出售“三包”退换汽车、生产日期超过两年的汽车、曾经办理过机动车临时行驶车号牌或办理过保险的汽车，须事先向用户书面说明，并取得用户的书面确认。

5.2.8 促销活动

5.2.8.1 经销商在发布汽车促销广告、宣传推广活动时，应遵循公开透明的原则，其内容应真实、有效、合法。不应使用有歧义或易引起误解的语言、文字，图片或影像。

5.2.8.2 经销商发布的促销活动应明示促销范围、促销规定以及临时附加性条件等具体信息。不应变更或拒绝兑现促销中所做的承诺；不应排除、限制用户依法请求支付违约金、损害赔偿、提起诉讼等法律权利；不应利用模糊条款掌握最终解释权。

5.2.8.3 经销商不应利用新闻媒体、网络平台、宣传彩页等形式对汽车油耗、配置、功能、性能以及相关主要数据等进行虚假宣传或夸大宣传。

5.2.8.4 禁止经销商以虚构原价、虚构交易金额、成交额、虚假折扣价的方式进行促销或进行价格欺诈。

5.2.8.5 经销商发布的促销活动不应降低促销汽车商品、服务、奖品和赠品的质量，不将质量不合格的物品作为奖品、赠品。

5.2.8.6 各类汽车促销活动应遵守社会道德，避免低俗营销。

5.2.9 销售服务承诺

5.2.9.1 对于为生活消费需要而购买和使用的消费者，经销商应严格按照《家用汽车产品修理、更换、退货责任规定》履行销售者责任。

5.2.9.2 对于非消费者用户，经销商应按照质量保修承诺履行销售者责任。

5.2.9.3 经销商应关注有缺陷汽车商品的质量信息，一旦获悉售出的汽车商品存在质量缺陷或安全隐患，应及时与用户和供应商取得联系，保护用户的合法权益。

5.2.9.4 经销商应在经营场所显著位置明示销售信息和服务信息，并明示销售服务承诺。

5.2.10 交车服务

5.2.10.1 汽车销售商应规定商品汽车交付程序。商品车交付前，应再次进行质量检验，销售商应保证产品符合质量标准和安全标准，并经顾客或授权委托方验收确认。需要时，规定并实施新车交车仪式，表明已向顾客正式递交新车。

5.2.10.2 供应商、经销商应在交付汽车的同时交付以下随车凭证和文件，并保证车辆配置表述与实物配置相一致：

- a) 国产汽车的机动车整车出厂合格证；
- b) 使用国产底盘改装汽车的机动车底盘出厂合格证；
- c) 进口汽车的货物进口证明和进口机动车检验证明等材料；
- d) 车辆一致性证书，或者进口汽车产品特殊认证模式检验报告；
- e) 产品中文使用说明书；
- f) 产品保修、维修保养手册；
- g) 家用汽车产品“三包”凭证。

5.2.10.3 经销商向用户交付汽车时应由用户验收，并签署汽车验收交接书。交接书应由经销商加盖专用印章或公章，并由用户(或合法委托人)签字或盖章确认，相关工具、资料应一并交接。

5.2.10.4 经销商向用户交付汽车时应按照《车辆使用说明书》指导客户(或客户委托提车人)在交付场所启动和操作该辆汽车，鼓励实行交付过程摄录备案和监督。

5.2.10.5 经销商应依据供应商的标准要求和相关规定做好新车售前检查，并将新车售前检查的结果告知用户，不应向用户收取售前检查费用。

5.2.10.6 经销商向用户交付的汽车应是新车，但买卖双方另有约定的除外。

5.2.10.7 商品汽车交付时，销售员应承担下列义务：

- 告知产品售后服务规定和有关保养的时机；
- 介绍售后服务顾问或递交售后服务商名片。必要时，陪同顾客参观修理场所。

5.2.11 销售档案

5.2.11.1 汽车销售商应建立商品汽车或二手车销售档案，用于随后的质量跟踪和数据分析。档案包括：

- a) 汽车销售合同；
- b) 《机动车销售统一发票》(复印件)；
- c) 国产汽车产品合格证或进口汽车关单、商检单(复印件)；
- d) 售前质量检验表；
- e) 商品车交接单；
- f) 顾客有效证件(复印件)；
- g) 其它需要的文件。

5.2.11.2 经销商应建立销售汽车、用户等信息档案，准确、及时地反映本区域销售动态、用户要求和其他相关信息。汽车销售、用户等信息档案保存期不应少于10年。

5.2.12 售后跟踪

5.2.12.1 商品汽车顾客质量跟踪的时机和内容根据汽车供应商的规定，至少应包括以下内容：

- a) 了解产品使用状况和走合期的技术状况；
- b) 询问已经或可能发生的异常情况，并指导其预约修理；
- c) 提醒并预约首次保养；
- d) 履行缺陷汽车产品召回管理规定。

5.2.12.2 当发现产品存在质量缺陷时，按汽车供应商的规定实施主动召回程序或按主管部门的指令实施指令召回程序。缺陷汽车产品召回的程序规定执行《缺陷汽车产品召回管理条例》。

5.2.12.3 汽车销售商应随时保持与汽车供应商的信息联系，随时反馈商务信息。

5.2.12.4 不具备独立的售后服务能力的汽车销售商，应确保与其他售后服务商建立专业代理维修服务关系。

5.2.12.5 汽车销售商售后服务部门应建立汽车销售服务评价机制。宜采取现场评价、问卷调查、设置意见箱等方式，定期对汽车销售服务质量进行测评，获取服务对象及相关方的意见和建议。

5.2.13 汽车商务代理

5.2.13.1 按揭代理

汽车销售商提供销售按揭代理服务，应确保：

- a) 向顾客推荐和提供按揭银行的相关资料；
- b) 审核顾客资信方面的书面材料；
- c) 办理按揭之前，按需可履行公证程序。

5.2.13.2 保险代理

汽车销售商提供汽车保险代理服务，应确保：

- a) 销售商及其保险代理人取得银保监会核发的保险兼业代理证书；
- b) 向顾客介绍、推荐相关的保险公司和险种，供顾客自主选择；
- c) 代理收取规定的汽车保险费。

5.2.13.3 手续代理

汽车销售商应提供下列汽车手续代理服务：

- a) 代办新车证照；
- b) 代理缴纳车辆购置附加税；
- c) 代理汽车保险；
- d) 代办汽车变更、过户、转籍；
- e) 代理补办牌证；
- f) 代办汽车报废。

6 顾客跟踪和投诉处理

6.1 供应商、经销商应建立健全消费者投诉制度。

6.2 明确受理消费者投诉的具体部门和人员，并向消费者明示投诉渠道。

6.3 投诉的受理、转交以及处理情况应自收到投诉之日起7个工作日内通知投诉的消费者。

6.4 涉及重大的投诉和质量纠纷，应通过合法途径合理解决。

参 考 文 献

- [1] 外商投资道路运输业管理规定
 - [2] 外商投资商业领域管理办法
 - [3] 外商投资企业批准证书
 - [4] 中华人民共和国产品质量法
 - [5] 汽车产品外部标识管理办法
 - [6] 中华人民共和国民法典
 - [7] 家用汽车产品修理更换退货责任规定
 - [8] 缺陷汽车产品召回管理条例
-