

T/SDAS

团 体 标 准

T/SDAS XXXX—XXXX

新能源汽车销售服务规范

Service specifications for sales of new energy vehicle

（征求意见稿）

在提交反馈意见时，请将您知道的相关专利连同支持性文件一并附上。

XXXX – XX – XX 发布

XXXX – XX – XX 实施

山东标准化协会 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。

请注意本文件的某些内容可能涉及专利。本文件的发布机构不承担识别专利的责任。

本文件由××××提出。

本文件由山东标准化协会归口。

本文件起草单位：

本文件主要起草人：

新能源汽车销售服务规范

1 范围

本文件规定了新能源汽车销售服务的术语和定义、经营者要求、流程要求、质量要求等。

本文件适用于纯电动汽车、插电式混合动力汽车（含增程式）两种类型的新能源汽车经营者的销售服务。

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。

本文件没有规范性引用文件。

3 术语和定义

下列术语和定义适用于本文件。

3.1

新能源汽车销售服务 new energy vehicle sales service

为满足客户购买新能源汽车产品的需要，向其出售所需的新能源汽车产品，为其提供相关服务的过程。

3.2

新能源汽车产品 new energy vehicle products

用于销售/租赁的商品新能源汽车、二手车及规定编号的新能源汽车总成和零件、新能源汽车辅件、新能源汽车装饰美容品、新能源汽车养护品以及与新能源汽车使用的相关产品的总称。

3.3

新能源汽车经销商 new energy vehicle dealer

以自己的名义向用户销售、交付新能源汽车产品并收取货款、开具发票的企业，亦称新能源汽车销售服务企业，包括并不限于4S店、实体汽车经销商、汽车代理商和具有网络新车销售服务功能的平台等。

注1：授权经销商指获得汽车品牌供应商授权，作为其销售、服务终端的新能源汽车销售服务企业。

注2：非授权经销商是指未获得汽车品牌供应商授权的新能源汽车销售服务企业。

4 新能源汽车经销商要求

4.1 新能源汽车经销商（以下简称经销商）应具有完善的的安全管理机制和制度，压实安全主体责任，有效防范各类安全事故的发生，保障用户和员工的人身及财产安全：

——经销商应当采取防护措施，落实消防安全，确保经营场所和设施安全；

——经销商应当建立健全安全值班制度，做到人人讲安全，个个抓安全。

4.2 诚信规范经营，承诺应依法履行，树立良好的企业形象，积极践行企业社会责任。

4.3 经销商需按规定在商务部全国汽车流通信息管理平台上进行备案，自觉接受行政监管和社会监督，自觉参与新能源汽车销售行业的诚信档案建设，履行销售信息的统计报送义务。

4.4 以用户为中心，持续提升服务水平。

4.5 经营场所明示的营业执照等资质证明文件真实、有效，新能源汽车产品货真价实，服务项目明码标价，不应价格欺诈。

4.6 有与经营范围和销售规模相适应的功能性区域。

4.7 公平竞争，禁止商业诋毁行为，构建企业反商业贿赂合规机制。不得仿冒他人名称、商标，不得假冒授权，不得侵犯他人知识产权。不出借、出售、涂改各类资质证明。

4.8 新能源汽车销售服务的广告内容真实、可信。不得虚假宣传，不得夸大汽车产品性能，不得欺骗误导用户。

4.9 不滥用市场支配地位，以不公平高价销售新能源汽车产品。不参与价格同盟，反对不正当竞争。

4.10 具有完善的组织架构和管理制度：

——经销商应当建立健全安全管理制度、进货检查验收制度、新车售前 PDI 检测制度、进销台账制度、合同管理制度、财务管理制度、用户个人信息保护及数据安全制度、投诉处理制度等管理制度；

——新能源汽车销售服务档案至少保存 3 年。

4.11 经销商应关注有缺陷新能源汽车产品的召回信息，一旦知悉要及时与新能源汽车用户取得联系，保护好新能源汽车用户的合法权益。

5 新能源汽车销售人员基本要求

5.1 经销商用工和培训要求

5.1.1 鼓励经销商对入职销售从业人员进行背景调查，确保新能源汽车销售从业人员符合岗位要求。

5.1.2 经销商应与员工应签订劳动合同，自觉维护员工的合法权益。

5.1.3 经销商应当建立培训制度，鼓励销售从业人员参加企业和供应商的职业培训、合规经营培训和行业协会的普法培训，不断提升新能源汽车销售服务水平。

5.2 新能源汽车销售人员的基本要求

5.2.1 具有良好的职业操守和专业素养，身心健康。

5.2.2 掌握业务洽谈、营销技巧、市场开拓的实务操作技能，挂牌上岗，注重商务礼仪。

5.2.3 熟悉与汽车销售服务相关的法律法规和行业规范，掌握电子商务知识。

5.2.4 自觉维护用户的合法权益和企业的商业秘密，不断提升消费者的满意度。

5.2.5 新能源汽车销售人员在经销商授权的时空范围内代表经销商所从事的新能源汽车销售服务行为属于职务行为，由经销商依法对外承担相应责任。

5.2.6 新能源汽车销售人员不得强迫用户购买新能源汽车产品或捆绑提供服务项目。

5.2.7 新能源汽车销售人员应当自觉保护用户数据信息，不应滥用用户信息。

5.2.8 新能源汽车销售人员不得以职务之便谋取不当利益，不得违规收集用户个人信息，不应出售消费者个人信息。

6 服务场所要求

6.1 总则

服务场所应设置如下功能区：停车场区、展车区、洽谈区、客户休息区、办公区、交车区等。各功能区应布局合理、干净整洁，在各功能区交叉口或者楼道、弯角处等显要位置应放置引导牌。

6.2 停车场

6.2.1 停车位标线应清晰可见，车辆摆放整齐。

6.2.2 客户专用停车场区应有专人引导。

6.2.3 库存车辆与员工车辆共放一个停车场区的，应划分区域分开停放。

6.2.4 停车场区应配备消防器材。

6.2.5 停车场区宜设置电子监控系统和充电桩。

6.3 前台接待区

6.3.1 前台接待区包括迎宾区和接待区两部分，应有显著的店面名称和品牌标识。

6.3.2 各区应设专门接待服务人员。

6.3.3 接待区应放置汽车图片资料、商业名片和其他相关资料。

6.4 展车区

- 6.4.1 展车区内、外墙面、玻璃墙等应保持整洁。
- 6.4.2 相关标识的使用应符合各新能源汽车品牌供应商有关要求并悬挂营业时间示意牌。
- 6.4.3 展车区应保持适宜、舒适的温度。
- 6.4.4 展车区的照明应亮度适宜、感觉舒适。
- 6.4.5 在营业期间宜播放舒缓、优雅的轻音乐。
- 6.4.6 每辆展车的显要位置应设有新能源汽车车型说明架，并摆有与该展车一致的新能源汽车配置和基本性能说明书。
- 6.4.7 展车之间宜留有一定的空间和距离。
- 6.4.8 展车车身、车内、车窗玻璃、后备箱应保持清洁干净。

6.5 洽谈区

- 6.5.1 应摆放洽谈桌椅，备有温度适宜的饮用水和饮料。
- 6.5.2 宜配备电视、网络、儿童活动区等娱乐设施和报刊杂志等读物。

6.6 客户休息区

- 6.6.1 应配置沙发、桌椅等设施供客户休息，并有专人为客户提供茶水、饮料等服务。
- 6.6.2 宜配备电视、网络、儿童活动区等娱乐设施和报刊等读物。

6.7 办公区

各部门应设置部门名称牌，办公文件应合理摆放并及时归档。

6.8 交车区

宜设置流程看板、交车客户姓名及预定时间告示牌。

7 销售服务要求

7.1 基本要求

- 7.1.1 新能源汽车产品的质量应符合国家标准和企业出厂标准，具有国家机动车整车出厂合格证或者进口机动车进口凭证等相关质量证明文件。
- 7.1.2 新能源汽车产品进货渠道合法正当，确保所售新能源汽车能够办理注册登记。
- 7.1.3 进货验收发现车辆瑕疵应做好详细记录，并由承运人与接车人书面确认。
- 7.1.4 不得销售下列新能源汽车：
 - 未经海关批准交易的海关监管车辆；
 - 篡改过里程表、车辆识别代码的车辆；
 - 盗抢或假冒的车辆；
 - 非法拼装、改装、组装的车辆；
 - 应当检验而未经检验的车辆；
 - 证件和手续不全的车辆；
 - 不符合强制性国家标准的车辆；
 - 法律法规禁止经营的其他车辆。
- 7.1.5 应在经营场所明示或告知客户销售新能源汽车产品的相关信息，包括但不限于：
 - 新能源汽车品牌；
 - 制造商名称；
 - 结构配置；
 - 技术性能；
 - 产品属性（全新产品、维修后产品或二手车）；
 - 产品价格；
 - 质量保证；
 - 售后服务；

——新能源汽车“三包”规定等。

7.1.6 出售维修后汽车或二手车、未经汽车供应商授权的汽车，应以书面形式向客户做出提醒和说明，并书面告知客户承担相关责任的主体。

7.1.7 销售进口新能源进口汽车应符合国家相关部门的规定。

7.2 车辆展示

7.2.1 宜采取店内展示、展会、网络平台等形式向客户提供销售车辆的展示服务。

7.2.2 在展示服务过程中，应提供真实的车辆信息。

7.2.3 店内展示应符合 6.4 的要求。

7.2.4 展会展示相关标识应符合有关要求。配合促销活动举办时，各项促销举措应真实有效，保证兑现。现场文艺表演应文明健康。

7.2.5 网络展示应选择合规的网络平台，设置联系电话，及时更换信息。

7.3 客户接待

应制定客户接待程序，根据客户需求提供新能源汽车产品介绍服务，介绍产品信息、提供产品资料应真实有效。

7.4 试乘试驾

7.4.1 应提供新能源汽车试乘试驾服务。

7.4.2 试乘试驾服务人员应具备熟练的驾驶技能，驾龄宜不少于两年。

7.4.3 试乘试驾车辆应保持车窗玻璃干净明亮，车内卫生清洁。

7.4.4 应预先确定试乘试驾行驶路线，并有专人陪同。

7.4.5 试乘试驾时，应审验试乘试驾人驾车资格的合法性，签订试乘试驾协议。

7.4.6 应对试乘试驾车辆缴纳座位险。

7.4.7 应制定试乘试驾应急处置预案。

7.5 签订合同

7.5.1 客户明确购车意向后，新能源汽车销售服务人员应登记客户身份证明，签订新能源汽车销售合同，逐条解释合同条款。

7.5.2 预购预定时间，双方应在合同中规定交付时间、定金给付和违约责任。

7.5.3 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。

7.6 车辆交付

7.6.1 在车辆交付前应按照《新车 PDI 检查表》进行交付检查，经客户或授权委托方验收并签字确认，双方签订《新能源汽车车辆交车单》。

7.6.2 新能源汽车交付时，应提供相应的随车物品和资料，包括但不限于：

- 新能源汽车整车出厂合格证；
- 新能源汽车使用说明书、维修保养手册；
- 新能源汽车购车发票；
- 随车工具、附件、备件。

7.6.3 新能源汽车交付时，应告知产品售后服务规定和保养时间。

7.7 销售回访

建立新车客户回访制度，了解新车使用状况和客户意见，提醒并预约首次保养，对已经发生的异常情况，指导其预约修理。

7.8 产品召回

当获知已销售的新能源汽车产品存在质量缺陷时，应按相关规定停止销售并协助新能源汽车制造厂商实施召回。

7.9 档案管理

7.9.1 应建立新能源销售汽车、用户等信息档案，保存期限应不少于 3 年。

7.9.2 档案包括但不限于：

- 新能源汽车销售合同；
- 新车 PDI 检查表；
- 新能源汽车交车单；
- 其他。

8 服务质量管理

8.1 服务评价

应建立服务质量评价机制，明确第一方、第二方或第三方评价的评价方法，定期对服务质量进行评价。

8.2 服务监督

8.2.1 应建立监督检查管理制度，定期对服务质量情况进行监督检查。

8.2.2 应对外公布服务质量监督电话，主动接受服务对象监督。

8.2.3 应积极配合行政管理部门和行业管理部门的监督、检查。

9 服务评价与改进

9.1 应通过客户走访、客户满意度调查等方式收集服务评价。每年应至少进行 1 次客户满意度评价，可采用直接沟通、发放调查问卷、第三方机构测评等方式。

9.2 应及时分析服务评价数据，分析评价过程中发现的问题，对不合格项进行纠正、采取纠正措施，不断改进服务的内容和质量，并对整改结果进行验证，不断提高客户的满意度。
