

# 广东省商务厅关于汽车销售管理的实施细则（试行）

## 第一章 总则

第一条 为促进汽车市场健康发展，维护公平公正的市场秩序，保护消费者合法权益，根据国家有关法律、行政法规和商务部《汽车销售管理办法》，结合广东实际，制定本细则。

第二条 在广东省内从事汽车销售及其相关服务活动，适用本细则。

从事汽车销售及其相关服务活动应当遵循合法、自愿、公平、诚信的原则。

第三条 本办法所称汽车，是指《汽车和挂车类型的术语和定义》(GB/T 3730.1)定义的汽车，且在境内未办理注册登记的新车。

第四条 鼓励发展共享型、节约型、社会化的汽车销售和售后服务网络，加快城乡一体的汽车销售和售后服务网络建设，加强新能源汽车销售和售后服务网络建设，推动汽车流通模式创新。

经销商可以开展多品牌汽车经营，不同品牌汽车经销商可以共建共享汽车销售网络以及售后服务平台，探索建立汽

车零配件等售后服务追溯体系，鼓励建设和运用汽车超市、汽车电商等创新模式销售汽车。

第五条 汽车供应商、经销商应当建立完善汽车销售和售后服务体系，保证相应的配件供应，提供及时、有效的售后服务，严格遵守家用汽车产品“三包”、召回等规定，确保消费者合法权益。

第六条 本细则所称供应商，是指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并进行分销的经营者以及从境外进口汽车的经营者。

本细则所称经销商，是指获得汽车资源并进行销售的经营者。

本细则所称售后服务商，是指汽车销售后提供汽车维护、修理等服务活动的经营者。

第七条 各级商务主管部门要充分发挥自身职能，协调配合有关单位加强汽车销售管理，共同推动汽车流通有序发展。

省级商务主管部门负责研究制订贯彻国家商务主管部门政策规章的实施细则，指导、协调和监督各地商务主管部门贯彻落实本细则。

各地级以上市商务主管部门依据本细则，指导、协调县（区）级商务主管（执法）部门加强对本行政区域的汽车销售及相关服务活动进行日常监督管理。

县（区）级商务主管（执法）部门按照相关规定，负责本行政区域内汽车销售及其相关服务具体监管行为，督促本行政区域内的汽车销售供应商、经销商按要求完成信息报备工作。

第八条 省商务主管部门指导汽车行业协会、商会制定行业规范，提供信息咨询、宣传培训等服务，建立广东省汽车流通信息管理系统，开展行业监测和预警分析，加强行业自律。

## 第二章 销售行为规范

第九条 供应商、经销商销售汽车、配件及其他相关产品应当符合国家有关规定和标准，不得销售国家法律、法规禁止交易的产品。

第十条 经销商应当在经营场所以适当形式明示销售汽车、配件及其他相关产品的价格和各项服务收费标准，不得在标价之外加价销售或收取额外费用。

有关汽车（含配件等的）产品价格及相关服务收费标准应公开透明、明码标价，可通过价格标签、价格表、合同、电子公告、网上查询等形式向社会告知，便于消费者直接获取、查询。

第十一条 经销商应当在经营场所明示所出售的汽车产品质量保证、保修服务及消费者需知悉的其他售后服务政

策，出售家用汽车产品的经销商还应当在经营场所明示家用汽车产品的“三包”信息。

第十二条 经销商出售未经供应商授权销售的汽车，或者未经境外汽车生产企业授权销售的进口汽车，应当以书面形式向消费者作出提醒和说明，并书面告知向消费者承担相关责任的主体。

未经供应商授权或者授权终止的，经销商不得以供应商授权销售汽车的名义从事经营活动。

第十三条 售后服务商应当向消费者明示售后服务的内容、技术、质量、服务规范及收费标准等。

第十四条 供应商、经销商不得限定消费者户籍所在地，不得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得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。对于消费者自愿增加购买的产品或服务，应在合同中予以明确，并存入经销商或售后服务商档案。

第十五条 经销商向消费者销售汽车时，应当核实登记消费者的有效身份证明，签订销售合同，并在交易完毕后及时如实开具销售发票。

第十六条 供应商、经销商应当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：

（一）国产汽车的机动车整车出厂合格证；

（二）使用国产底盘改装汽车的机动车底盘出厂合格证；

（三）进口汽车的货物进口证明和进口机动车检验证明等材料；

（四）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；

（五）产品中文使用说明书；

（六）产品保修、维修保养手册；

（七）家用汽车产品“三包”凭证。

第十七条 经销商、售后服务商销售或者提供配件应当如实标明原厂配件、质量相当配件、再制造件、回用件等，明示生产商（进口产品为进口商）、生产日期、适配车型等信息。经销商、售后服务商应充分尊重消费者的选择权，向消费者销售或者提供原厂配件以外的其他配件时，应当予以提醒和说明，并在合同中予以明确，双方书面确认后，存入经销商或售后服务商档案。

列入国家强制性产品认证目录的配件，应当取得国家强制性产品认证并加施认证标志后方可销售或者在售后服务经营活动中使用，依据国家有关规定允许办理免于国家强制

性产品认证的除外。

本办法所称原厂配件，是指汽车生产商提供或认可的，使用汽车生产商品牌或其认可品牌，按照车辆组装零部件规格和产品标准制造的零部件。

本办法所称质量相当配件，是指未经汽车生产商认可的，由配件生产商生产的，且性能和质量达到原厂配件相关技术标准要求的零部件。

本办法所称再制造件，是指旧汽车零部件经过再制造技术、工艺生产后，性能和质量达到原型新品要求的零部件。

本办法所称回用件，是指从报废汽车上拆解或维修车辆上替换的能够继续使用的零部件。

第十八条 供应商、经销商应当建立健全消费者投诉制度，明确受理消费者投诉的具体部门和人员，并可以公告、服务手册、合同等形式向消费者明示投诉渠道、投诉流程等。

对消费者的投诉，经销商应及时解决；需供应商解决的，供应商应及时处理。投诉的受理、转交以及处理等情况，供应商、经销商应当自收到投诉之日起7个工作日内通知投诉的消费者。

### 第三章 销售市场秩序

第十九条 供应商采取向经销商授权方式销售汽车的，授权期限（不含店铺建设期）一般每次不低于3年，首次授

权期限一般不低于 5 年。双方协商一致的，可以提前解除授权合同。

授权合同在本细则实施前已签订的，可按照已签订的授权合同执行，或双方协商后按照本细则要求重新签订授权合同。

第二十条 供应商应当向经销商提供相应的营销、宣传、售后服务、技术服务等业务培训及技术支持。

供应商、经销商应当在本企业网站或经营场所公示与其合作的售后服务商名单。

第二十一条 供应商不得限制配件生产商（进口产品为进口商）的销售对象，不得限制经销商、售后服务商转售配件，有关法律法规规章及其配套的规范性文件另有规定的除外。

供应商应当及时向社会公布停产或者停止销售的车型，并保证其后至少 10 年的配件供应以及相应的售后服务。

第二十二条 未违反合同约定被供应商解除授权的，经销商有权要求供应商按不低于双方认可的第三方评估机构的评估价格收购其销售、检测和维修等设施设备，并回购相关库存车辆和配件。

第二十三条 供应商发生变更时，应当妥善处理相关事宜，确保经销商和消费者的合法权益。

经销商不再经营供应商产品的，应当将客户、车辆资料

和维修历史记录在授权合同终止后 30 日内移交给供应商，不得实施有损于供应商品牌形象的行为；家用汽车产品经销商不再经营供应商产品时，应当及时通知消费者，在供应商的配合下变更承担“三包”责任的经销商。供应商、承担“三包”责任的经销商应当保证为消费者继续提供相应的售后服务。

第二十四条 供应商可以要求经销商为本企业品牌汽车设立单独展区，满足经营需要和维护品牌形象的基本功能，但不得对经销商实施下列行为：

（一）要求同时具备销售、售后服务等功能；

（二）规定整车、配件库存品种或数量，或者规定汽车销售数量，但双方在签署授权合同或合同延期时就上述内容书面达成一致的除外；

（三）限制经营其他供应商商品；

（四）限制为其他供应商的汽车提供配件及其他售后服务；

（五）要求承担以汽车供应商名义实施的广告、车展等宣传推广费用，或者限定广告宣传方式和媒体；

（六）限定不合理的经营场地面积、建筑物结构以及有偿设计单位、建筑单位、建筑材料、通用设备以及办公设施的品牌或者供应商；

（七）搭售未订购的汽车、配件及其他商品；



（八）干涉经销商人力资源和财务管理以及其他属于经销商自主经营范围内的活动；

（九）限制本企业汽车产品经销商之间相互转售。

第二十五条 供应商制定或实施营销奖励等商务政策应当遵循公平、公正、透明的原则。

供应商应向经销商明确商务政策的主要内容，对于临时性商务政策，应当提前以双方约定的方式告知；对于被解除授权的经销商，应当维护经销商在授权期间应有的权益，不得拒绝或延迟支付销售返利。

第二十六条 除双方合同另有约定外，供应商在经销商获得授权销售区域内不得向消费者直接销售汽车。

#### 第四章 监督管理

第二十七条 供应商、经销商应当自取得营业执照之日起 90 日内分别通过汽车流通信息管理系统备案基本信息。供应商、经销商备案的基本信息发生变更的，应当自信息变更之日起 30 日内完成信息更新。

本细则实施前已设立的供应商、经销商应当自本细则实施之日起 90 日内按前款规定备案基本信息。

县（区）级以上市商务主管部门应协同有关部门，督促本行政区内供应商、经销商，按上级商务主管部门要求，及时通过汽车流通信息管理系统报送汽车销售数量、种类等信

息。

第二十八条 经销商应当建立销售汽车、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得少于10年。

第二十九条 地级以上市商务主管部门应当指导县（区）商务主管（执法）部门依据“属地管理”原则及职责，协同有关部门加强对汽车销售的事中事后监管。采取“双随机一公开”办法对汽车销售及其相关服务活动实施日常监督检查，建立和完善供应商、经销商名录库和执法检查人员名录库，原则上每年不少于2次的频率，按照检查对象名录库总数的一定比例进行随机抽查。

监督检查可以采取下列措施：

（一）进入供应商、经销商从事经营活动的场所进行现场检查；

（二）询问与监督检查事项有关的单位和个人，要求其说明情况；

（三）查阅、复制有关文件、资料，检查相关数据信息系统及复制相关信息数据；

（四）依据国家有关规定采取的其他措施。

第三十条 地级以上市商务主管部门应指导县（区）商务主管部门和汽车行业协会、商会等，建立供应商、经销商信用档案，纳入广东商务诚信公共服务平台。

县（区）级以上商务主管部门应当会同有关部门建立企业信用记录，纳入全国统一的信用信息共享交换平台。对供应商、经销商有关违法违规行为依法作出处理决定的，应当录入信用档案，并及时向社会公布。

第三十一条 县（区）级以上商务主管部门应当与供应商、经销商建立有效联系机制，集中对行业自律、规范经营加强宣传引导，定期通报违规处置情况，督促供应商和经销商诚信经营。

第三十二条 县（区）级以上商务主管（执法）部门要按照有关规定，建立健全消费者举报投诉处理机制，明确责任，并向社会公布；指导汽车行业协会、商会发挥社会中介作用，建立消费者投诉举报有效协调处理渠道，推动行业良性发展。

第三十三条 供应商、经销商应当配合政府有关部门开展走私、盗抢、非法拼装等嫌疑车辆调查，提供车辆相关信息。

## 第五章 法律责任

第三十四条 违反《汽车销售管理办法》第十条、第十二条、第十四条、第十七条第一款、第二十一条、第二十三条第二款、第二十四条、第二十五条、第二十六条有关规定的，根据属地管理原则，由县（区）级以上商务主管（执法）

部门责令改正，并可给予警告或 3 万元以下罚款。

第三十五条 违反《汽车销售管理办法》第十一条、第十五条、第十八条、第二十条第二款、第二十七条、第二十八条有关规定的，根据属地管理原则，由县（区）级以上商务主管（执法）部门责令改正，并可给予警告或 1 万元以下罚款。

第三十六条 县（区）级以上商务主管（执法）部门应采取突击回检、明察暗访等形式，根据属地管理原则，加强对违规整改情况的跟踪监督。

第三十七条 对供应商、经销商、售后服务商、消费者之间的纠纷、投诉，本细则未具体明确的，依照相关法律法规处理。

第三十八条 县（区）级商务部门执法权已经移交市场监管管理部门的，商务主管部门要加强与当地市场监管管理部门沟通协调，配合当地市场监管管理部门开展执法检查工

作。

第三十九条 县（区）级以上商务主管（执法）部门的工作人员在汽车销售及其相关服务活动监督管理工作中滥用职权、玩忽职守、徇私舞弊的，依法给予处分；构成犯罪的，依法追究刑事责任。

## 第六章 附则

第四十条 地级以上市商务主管部门可结合本地实际情况，制定本细则的具体操作指南，并报省商务主管部门备案。

第四十一条 供应商通过平行进口方式进口汽车按照平行进口相关规定办理。

第四十二条 本细则自 2018 年 3 月 1 日起施行，有效期 3 年。本细则由省商务厅负责解释。