

ICS 03.100.01
CCS A 20

团 体 标 准

T/CADA XX-20XX

汽车销售企业竞争力评价规范

Specification for Competitiveness Evaluation of Automotive Sales Enterprises

(征求意见稿)

(本稿件完成时间: 2025年9月16日)

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。

20XX-XX-XX 发布

20XX-XX-XX 实施

中国汽车流通协会 发布

目 次

前言	II
1 范围	1
2 规范性引用文件	1
3 术语和定义	1
4 评价原则	1
5 评价指标	2
6 评价方法	2
7 评价流程	2
8 评价要求	3
9 评价报告	3
10 评价结果的公开与使用	4
11 文档管理	4
12 质量保证和持续改进	5
附录 A (规范性) 指标项名称、说明及权重	6
附录 B (资料性) 企业竞争力评价报告中封面格式及著录项格式	10
参考文献	13

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。

本文件由中国汽车流通协会提出并归口。

本文件起草单位：

汽车销售企业竞争力评价规范

1 范围

本文件规定了对汽车销售企业竞争力评价的原则、指标、方法、流程、要求、报告、结果应用、文档管理和持续改进。

本文件适用于汽车销售企业开展自身管理和中国汽车流通协会开展行业调研及公益性比较评价活动。第三方机构评价活动也可参照使用。

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 27922 商品售后服务评价体系

GB/T 40957 企业竞争力评价规范

3 术语和定义

GB/T 27922、GB/T 40957 界定的以及下列术语和定义适用于本文件。

3.1

汽车销售企业 automotive sales enterprise

提供汽车销售及售后服务的企业（含汽车交易市场）。

3.2

竞争力 competitiveness

参与者双方或多方的一种角逐或比较而体现出来的综合能力。

[来源：GB/T 40957-2021，3.1]

3.3

企业竞争力 enterprise competitiveness

在竞争性市场条件下，企业通过培育自身资源和能力，获取外部可寻资源，并综合加以利用，在为客户创造价值的基础上，实现自身价值的综合性能力。

[来源：GB/T 40957-2021，3.2]

3.4

评价 evaluation

对事物在性质、数量、优劣、方向等方面做出的判断。

[来源：GB/T 27922—2011,3.4]

3.5

竞争力评价人员 competitiveness evaluator

通过培训具备竞争力评价能力的人员。

[来源：GB/T 40957-2021，3.4]

4 评价原则

4.1 科学性原则

评价指标建立在科学的基础上，使评价指标的界定、计算方法、计算口径具有国内和国际可比性。

4.2 规范性原则

在执行评价时，制定详细的操作流程、评分细节、社会监督等方面的规定，切实做到公平、公正、公开。

4.3 可比性原则

指标选择上考虑在总体范围内的一致性 & 指标选取的计算量度和计算方法的统一性。

4.4 合理性原则

指标体系内每一个指标做到概念清晰、表达方式简单易懂、数据来源易于取得，使指标易于量化，以方便实际操作。

5 评价指标

评价指标由基础能力、经营能力、财务能力、创新能力、可持续能力和企业文化共六大类指标构成。具体一级指标到三级指标、指标项说明及权重分值应符合附录 A 的规定。

6 评价方法

采取资料评审、专家评议和现场审核相结合的方式。汽车流通行业企业竞争力评价指标及权重依据附录 A。汽车流通行业各细分领域可以在满足附录 A 的基础上，针对性制定各细分领域的评价指标体系，汽车销售商集团企业竞争力评价可参考附录 B、二手车交易市场企业竞争力评价可参考附录 C、二手车经销商企业竞争力评价可参考附录 D。

7 评价流程

评价流程见图 1。

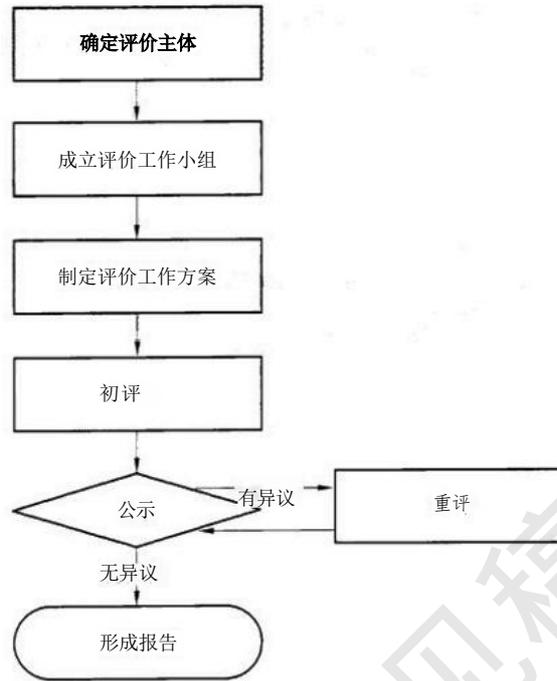


图 1 评价流程图

8 评价要求

8.1 确定评价主体

评价主体分为外部实体和内部实体，外部实体主要包括政府、中国汽车流通协会或受委托的第三方，内部实体主要指企业自身的某个部门。

8.2 成立评价工作小组

评价主体应根据行业领域，选择至少 5 名单数人员组成评价小组，评价人员应具有竞争力评价能力、熟悉企业竞争力指标所涉及专业的相关要求。

8.3 制定评价工作方案

8.3.1 评价机构应制定包括评价原则、评价方法、细分领域评价指标体系、评价机构及人员、工作进度及时间安排、组织管理及人员分工、评价结果等内容的评价工作方案。

8.3.2 细分领域评价指标体系应符合附录 A 的一级、二级指标结构与权重，并在其基础上根据各领域实际情况设计三级指标体系、各指标描述及权重。

8.4 初评

8.4.1 评价采取企业自我声明和现场审核相结合的方式，由企业根据评价指标提供各项证明材料，评价方根据企业情况组织针对资料的有效性和真实性进行现场核查。

8.4.2 初评包括资料收集、确定权重、计算、打分、汇总等过程。

8.4.3 发现违法违规被行政监管部门公布公告或纳入失信黑名单的，或经核实被媒体曝光、出现重大质量问题及出现质量安全事故等情况，应“一票否决”，终止评价。

8.5 企业竞争力分级

8.5.1 企业竞争力评价的总分为 104 分，其中基础项 100 分，加分项 4 分。

8.5.2 评分达到 70 分以上(含 70 分)为评价的最低要求。

8.5.3 对于评分达到 70 分以上(含 70 分),按照以下要求进行级别划分:

- a) 评分 70 分~80 分,可评为 AAA 级;
- b) 评分 81 分~85 分,可评为 AAAA 级;
- c) 评分 86 分~90 分,可评为 AAAAA 级。

8.6 企业竞争力排行榜

8.6.1 企业竞争力评价可针对三级指标进行排名,形成单项指标排行榜。

8.6.2 排行榜榜单可包含全部样本,也可为某一序号段。

8.7 公示

在新闻媒体或公共平台上不少于 15 个工作日的公示评价结果,如有异议,根据异议内容确定是否进行重评。

8.8 重评

重评应重新成立评价工作小组。确定原评审结果存在错误的,应予以改正并重新公示;原评审结果正确的应形成评价报告。

8.9 形成报告

评价结果应形成报告,报告格式参见附录 B。

8.10 形成报告或榜单

企业竞争力评价结果经公示无异议后,形成最终企业竞争力报告或行业企业竞争力排行榜榜单。

9 评价报告

9.1 报告内容

竞争力评价报告应明确以下内容:

- 评价人员的基本信息;
- 评价目的;
- 被评价对象的基本情况;
- 报告使用者和读者;
- 采用途径和方法;
- 评价报告日;
- 评价基准日;
- 评价结果;
- 使用数据的来源;
- 评价过程的概述;
- 使用限制说明。

9.2 评价报告的公正、独立性

9.2.1 评价机构

9.2.1.1 评价机构应满足下列要求:

- a) 应有与开展评价工作相适应的专(兼)职评价人员;
- b) 遵循客观独立、公平公正、诚实信用原则,恪守职业道德,承担社会责任;
- c) 承担相应法律责任。

9.2.1.2 开展第三方评价的机构,应独立于其出具评价结果所涉及的利益相关各方。

9.2.2 评价人员

9.2.2.1 竞争力评价人员应满足下列要求:

- a) 具有相关专业知识,能胜任评价工作,有熟练运用竞争力评价方法完成评价的能力;
- b) 在形成评价意见时,应给出专业的判断并保持独立性和客观性;
- c) 不受任何可能干扰其技术判断因素的影响,确保过程、结果的真实、客观、准确;
- d) 对其出具的评价结果负责。

9.2.2.2 第三方评价机构的竞争力评价人员还应符合:

- a) 独立于其出具评价结果所涉及的利益相关各方;
- b) 恪守职业道德,保守评价对象技术和商业秘密。

10 评价结果的公开与使用

10.1 评价结果可通过中国汽车流通协会、其他受委托的评价机构、媒体等途径向社会公布。

10.2 评价结果可供政府监管部门实施监管提供依据。

10.3 评价结果可用于政策分析,也可用于企业分析。

10.4 评价结果可服务于投资者,也可服务于企业自身。

11 文档管理

11.1 评价过程中所形成的原始记录应有专人保管,保管期限不应少于10年。

11.2 应采取有效措施对文档进行安全保管,并切实加强对涉及知识产权及商业秘密档案的管理。

11.3 评价主体应制定文档的借阅、销毁制度并按要求执行。

12 质量保证和持续改进

12.1 质量保证

12.1.1 评价主体应设立监督机构,由专职人员负责,监督企业竞争力评价运行情况的客观、公正。

12.1.2 持续修正各项竞争力指数评价目标,并通过内部和外部的监督评价活动促进企业竞争力的提升。

12.2 持续改进

12.2.1 日常改进

12.2.1.1 通则

企业日常改进包括收集有关不合格信息,确定信息来源,分析不合格原因,制定纠正措施,对过程或管理机构进行调整,避免不合格再发生。

12.2.1.2 信息来源

企业实施改进的信息包括:

- a) 国家方针、政策;

- b) 测量、检验、试验报告;
- c) 各种记录、报表中反映的数据;
- d) 客户满意度调查;
- e) 员工建议。

12.2.1.3 数据分析

企业应组织有关员工对数据进行分析,确定现有问题和潜在问题的根源,提出处理方案。

12.2.1.4 制定纠正和预防措施

企业应根据数据分析和验证结果,制定纠正和预防措施。

12.2.1.5 持续改进

企业应通过实施纠正措施,对体系进行修改或调整,直至达到预期效果。

12.2.2 评价后的改进

根据定期或不定期的自我评价或社会确认结果,企业应组织相关部门对不合格项进行分析和试校
验,提出改进和预防措施,并付诸实施。同时对改进过程的有效性进行跟踪评价。

附录 A

(规范性)

指标项名称、说明及权重

指标项名称、说明及权重见表 A.1。

表 A.1 指标项名称、说明及权重(续)

一级指标	二级指标	三级指标	指标项说明	权重	备注
1.基础能力 (20%)	人力资源 2	员工平均受教育程度	$(1 \times \text{小学文化人数} + 2 \times \text{初中文化人数} + 3 \times \text{高中文化人数} + \dots) / \text{员工总数}$	1	
		单位劳动成本率	$\text{本年度劳动成本} / \text{营业收入} \times 100\%$	1	
	企业规模 18	人员规模	企业的从业人员数	3	
		有资质人员数量	企业具有相应岗位资格证书的从业人员数	3	
		经营场所面积	企业经营及办公场所总面积	2	
		资产总额		5	
		经营收入总额		5	
2.运营能力 (64%)	经营 32	成本费用利润率	$\text{利润总额} / \text{成本费用总额} \times 100\%$	5	
		人均利润率	$\text{利润总额} / \text{员工平均人数} \times 100\%$	5	
		汽车销售收入总额		7	
		售后服务收入总额		5	
		其他服务收入总额		3	
		零服吸收率	$(\text{售后收入} - \text{配件成本}) / (\text{固定成本} + \text{变动成本})$	5	
		销售利润率	$\text{销售净利润} / \text{营业收入} \times 100\%$	6	
	负债比率 和偿债能力 12	总资产负债率	$\text{负债总额} / \text{资产总额} \times 100\%$	4	
		流动比率	$\text{流动资产合计} / \text{流动负债合计} \times 100\%$	4	
		速动比率	$\text{速动资产} / \text{流动负债} \times 100\%$	4	
	资本运营 20	总资产周转率	$\text{销售收入} / \text{总资产} \times 100\%$	4	
		流动资产周转率	$\text{主营业务收入} / \text{平均流动资产总额} \times 100\%$	6	
		库存周转率	$\text{销售成本} / \text{平均库存金额} \times 100\%$	10	
3.可持续能力 (12%)	知识产权 1	企业拥有知识产权数	根据企业获得专利、软著等知识产权数统计	1	
	信息化水平 8	信息化基础设施	企业数字化、智能化网络设施和硬件设备投入	4	
		信息化应用及管理	企业员工运用信息化系统收集相关的数据并进行科学管理的数据量	4	
	成长性 3	净利润同比增长率	$\text{本年度企业净利润} / \text{上期企业净利润} \times 100\%$	3	
4.加分项 (4%)	社会贡献	资金利税率	$\text{报告期累计实现利税总额} / ([\text{固定资产净值平均余额}] + \text{流动资产平均余额}) \times 100\%$	0.5	
		主持或参与起草国际标准数	参与起草国际标准的数量	1	

	公益事业	公益活动范围、规模	1	
企业荣誉	品牌及标准化荣誉	获国家级荣誉、省级荣誉、企业标准领跑者、示范点示范次数	1	
员工能力提升	员工培训人次	企业员工参加内部、外部培训总人次	0.5	

附录 B

(资料性)

企业竞争力评价报告中封面格式及著录项格式

B.1 评价报告的基本格式

评价报告的基本格式要求如下：

- a) 封面；
- b) **基本信息表**；
- c) 评价目的；
- d) 评价依据；
- e) 评价主要方面和具体评价指标；
- f) 评价所采用的方法；
- g) 评价结果。

B.2 内容、字号及字体

B.2.1 封面

- B.2.1.1 单位名称：三号宋体加粗。
- B.2.1.2 法定代表人：三号宋体。
- B.2.1.3 企业竞争力评价报告：一号黑体加粗。
- B.2.1.4 评价机构类型：三号宋体加粗。
- B.2.1.5 评价机构名称：二号宋体加粗。
- B.2.1.6 评价报告完成日期：三号宋体加粗。

B.2.2 基本信息表

- B.2.2.1 标题：三号黑体。
- B.2.2.2 表格内容：五号宋体。

B.2.3 其他

评价报告主要内容的章、节标题分别采用三号黑体、楷体字，项目标题采用四号黑体字，内容的文字表述部分采用四号宋体字，表格的表述部分可选择采用五号或六号宋体字。

B.3 纸张及排版

- B.3.1 企业竞争力评价报告应采用A4(210mm×297mm)幅面，左侧装订。
- B.3.2 上、下、左、右页边距分别为26mm、26mm、28mm、28mm。
- B.3.3 页码居翻页侧。

B.4 样张

封面及基本信息表组成样张如图 B.1 和 图 B.2 所示。

单位名称
法定代表人
企业竞争力评价报告
评价机构类型
评价机构名称
评价报告完成日期
(评价机构公章)

图 B.1 封面基本信息表

基本信息表

委托单位名称		法定代表人		
单位地址及邮编		联系电话		
评价人员				
评价人员	姓名	职务/职称	资格证书号	签字
项目负责人				
项目组成员				
报告编制人				
报告审核人				

注：此表应根据具体项目实际参与人数编制，签字栏均应亲笔签名。

图B.2 基本信息表

参 考 文 献

- [1] GB/T 19011—2013 管理体系审核指南
 - [2] GB/T 19273—2017 企业标准化工作 评价与改进
 - [3] GB/T 19580—2012 卓越绩效评价准则
 - [4] GB/T 23794—2015 企业信用评价指标
 - [5] GB/T 27925—2011 商业企业品牌评价与企业文化建设指南
 - [6] GB/T 31043—2014 品牌价值技术创新评价要求
-