

《汽车销售企业竞争力评价规范》团体标准 (征求意见稿) 编制说明

一、工作简况

(一) 任务来源

随着汽车流通行业多业态协同发展格局的形成，行业涵盖汽车经销商集团、二手车交易市场、二手车经销商等多个细分领域。但当前行业内企业竞争力评价存在显著痛点：一是评价方式因主体差异呈现碎片化，不同机构制定的评价指标不统一，导致企业需重复适配多种标准，增加运营成本；二是评价维度与行业“服务主导、供应链协同紧密”的特性脱节，现有评价多聚焦销售量、销售额等单一指标，忽视售后收入、金融服务等核心盈利模块，难以真实反映企业综合竞争力。

为解决上述问题，建立科学、统一、适配行业特性的企业竞争力评价体系，引导企业明确发展短板、优化经营策略，同时推动行业资源优化配置、提升整体发展水平，中国汽车流通协会牵头提出编制《汽车销售企业竞争力评价规范》团体标准，旨在为汽车流通行业企业竞争力评价提供统一依据。

(二) 制定背景

近年来，我国汽车流通行业规模持续扩大，新能源汽车渗透率提升、二手车市场规范化进程加快等趋势，进一步丰富了行业业态。但行业竞争力评价体系建设滞后于市场发展：一方面，传统评价指标多沿用制造业标准，包含“工业增加值率”“生产安全事故”等与汽车流通行业无关的内容；另一方面，不同细分领域缺乏差异化评价维度，如经销商集团侧重资产规模，二手车交易市场侧重交易规范性，二手车经销商侧重信誉与服务质量，现有评价难以精准匹配各主体需

求。

据行业调研，头部二手车市场通过增值服务、信息自动化升级吸引合作商户的优势逐渐凸显，但因缺乏统一评价标准，其竞争力难以被量化认可；金融机构在制定信贷政策时，因企业财务能力、可持续经营能力等评价依据不统一，面临信息不对称风险。在此背景下，亟需出台贴合行业实际的竞争力评价规范，填补行业空白。

（三）主要起草过程

预研阶段（2025年1月-7月）：中国汽车流通协会组建专项调研团队，通过实地走访、企业座谈等方式，覆盖汽车经销商集团、二手车交易市场、二手车经销商等不同类型的企业，收集现有评价体系存在的问题及改进建议，同时对比分析GB/T 40957-2021《企业竞争力评价规范》等相关国标、行标，明确标准编制的核心方向。

立项阶段（2025年8月）：完成标准立项论证，确定标准编写工作计划及参与单位。起草单位涵盖主机厂、经销商集团、二手车交易市场、二手车经销商、金融机构及高校科研团队，确保标准的专业性与实操性。2025年8月完成立项公示，同步组织起草组细化附录内容，明确各细分领域三级指标描述。

起草阶段（2025年8月-9月）：9月上旬召开行业征求意见会，邀请十五家不同类型的企业代表参与，针对标准大纲及指标体系提出修改建议；结合意见修订形成标准初稿后，

征求意见阶段（2025年9月-10月）：9月中旬通过协会官网、行业媒体公开征求意见，为期30天，同步选取3家企业开展验证，根据验证反馈进一步优化标准内容，最终修改形成送审稿。

（四）起草单位、主要起草人及其所做的工作

序号	起草单位	起草人	主要工作
1	中国汽车流通协会	标准部核心团队	牵头组织调研，制定标准编写框架，协调各参与方，汇总修改意见，完成标准文本撰写与修订
2	头部汽车主机厂（多家）	技术与市场部门代表	提供汽车流通全链条运营数据，参与行业特色指标设计
3	大型汽车经销商集团	运营管理团队	结合经销商集团经营特点，提出“企业规模”等指标的细分描述，验证评价方法的实操性
4	重点二手车交易市场	市场管理部门	提供交易市场规范化运营案例，参与具体指标设定并细化
5	标杆二手车经销商	经营负责人	反馈二手车流通中的痛点，参与具体指标设定并细化
6	金融机构（银行、汽车金融公司）	风险评估团队	从信贷决策需求出发，优化“财务能力”指标体系，确保评价结果可作为信贷参考
7	高校相关专业院系	经济与管理领域学者	运用层次分析法确定指标权重，保障指标体系的科学性与逻辑性

二、编制原则、主要内容及其确定的来源和依据

（一）编制原则

遵循 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，确保标准格式规范。

坚持科学性原则：评价指标基于行业实际与数据支撑，指标界定、计算方法具备国内可比性，权重通过层次分析法确定，避免主观随意性。

坚持规范性原则：明确评价流程、评分标准及监督机制，确保评价过程公平、公正、公开，同时统一各细分领域评价框架，减少企业适配成本。

坚持适配性原则：剔除与汽车流通行业无关的制造业指标，补充售后收入、其他衍生服务、零服吸收率等行业特色内容，针对不同细分领域设计差异化三级指标，贴合行业多业态特点。

坚持动态性原则：建立每两年一次的指标修订机制，结合新能源汽车流通新模式、行业政策调整等情况优化指标库，保持标准时效性。

（二）主要内容及其确定依据

范围：规定汽车流通行业企业竞争力评价的原则、指标、方法、流程、要求、报告、结果应用、文档管理及持续改进，适用于汽车销售企业开展自我管理、中国汽车流通协会开展行业调研及公益性比较评价活动，第三方机构评价可参照使用。

依据：结合行业多业态特性及不同评价主体（企业自身、协会、第三方）的需求，参考 GB/T 40957-2021 的适用范围表述，补充细分领域适配说明。

规范性引用文件：引用 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》两项国家标准。

依据：GB/T 27922 为售后服务评价提供基础，GB/T 40957 是企业竞争力评价的通用规范，两项标准为指标设计、评价方法提供核心依据。

术语与定义：界定“汽车销售企业”“竞争力”“企业竞争力”“评价”“竞争力评价人员”等 5 个核心术语，明确术语内涵与适用场景。

依据：参考 GB/T 40957-2021、GB/T 27925-2011《商业企业品牌评价与企业文化建设指南》中的术语定义，结合汽车流通行业特点调整表述。

评价原则：明确科学性、规范性、可比性、合理性四项原则，分别对指标设计、评价执行、指标统一性、实操性提出要求。

依据：基于行业对评价公平性、精准性的需求，结合调研中企业反馈的“评价标准不统一”“指标难量化”等问题制定。

评价指标：构建“3+1”指标体系，包括3项基础指标（基础能力、经营能力、可持续能）和1项加分项，各指标下设二级、三级指标，且兼顾经销商集团、二手车交易市场、二手车经销商的业务性质。

依据：

基础指标保留、合并了GB/T 40957-2021的部分一级指标框架，剔除“工业增加值率”等非行业指标，补充“汽车销售收入”“售后服务收入”“零服吸收率”等行业特色二级指标；

加分项纳入“获得企业标准领跑者次数”“国家级试点示范次数”，鼓励企业参与行业标准化实践。

评价方法：采用“资料评审+专家评议+现场审核”相结合的方式，定量指标（如市场占有率）通过数据核验评分，定性指标（如品牌传播）通过专家团匿名打分。

依据：为平衡评价的客观性与全面性，结合行业企业“数据可追溯性”“服务质量难量化”等特点，参考GB/T 19011-2013《管理体系审核指南》的评审方法设计。

评价流程：明确“确定评价主体→成立评价工作小组→制定评价工作方案→初评→公示→重评→形成报告”的全流程，其中初评包含企业自我声明与现场核查，对存在违法违规、重大质量问题的企业实行“一票否决”。

依据：基于行业对评价透明度的需求，结合政府监管要求及企业合规性管理需要制定，确保流程严谨可追溯。

评价要求：对评价主体（外部实体如政府、协会、第三方；内部实体如企业部门）、评价工作小组（不少于5名单数人员，需具备评价资质）、评价工作方案（含原则、方法、指标体系等）、企业竞争力分级（70-80分为AAA级，81-85分为AAAA级，86-90分为AAAAA

级)等提出具体要求。

依据:参考行业评价实践及 GB/T 27922 的分级模式,结合企业对评价权威性的期待设定分级标准。

评价报告:规定报告应包含评价人员信息、目的、被评价对象情况、方法、结果、数据来源等内容,明确评价机构与人员需保持独立公正,恪守保密义务。

依据:参考 GB/T 40957-2021 的报告要求,结合汽车流通行业商业秘密保护需求补充保密条款。

评价结果的公开与使用:明确结果可通过协会、第三方机构、媒体公开,供政府监管、政策分析、企业自我提升、投资者决策参考。

依据:基于“评价服务行业发展”的核心目标,结合政府、企业、金融机构等多方需求设计。

文档管理:要求评价原始记录保管期限不少于 10 年,建立借阅、销毁制度,加强知识产权与商业秘密保护。

依据:遵循档案管理相关规定,结合行业数据安全需求制定。

质量保证和持续改进:要求评价主体设立监督机构,企业通过日常改进(收集不合格信息、制定纠正措施)与评价后改进(分析不合格项、跟踪改进效果)提升竞争力。

依据:参考 GB/T 19273-2017《企业标准化工作评价与改进》,确保评价体系持续优化。

附录:附录 A(规范性)明确指标项名称、说明及权重;附录 B(资料性)提供企业竞争力评价报告封面及基本信息表格式。

依据:为提升标准实操性,结合起草过程中各参与方提出的“明确指标权重”“统一报告格式”等建议制定。

三、采用国际标准和国外先进标准的程度,以及与国际、国外同类标准水平的对比情况

经调研，目前国际上尚无针对汽车销售企业竞争力评价的专门标准，相关评价多散见于通用企业竞争力评价框架中，且与我国汽车流通行业业态（如二手车市场规模、新能源汽车流通模式）差异较大，难以直接借鉴。因此，本标准未采用国际标准或国外先进标准，而是基于我国汽车流通行业实际情况自主制定，指标体系与评价方法更贴合国内行业特点，达到国内领先水平。

四、与有关的现行法律、法规和标准的关系

本标准的制定严格遵循《中华人民共和国标准化法》《汽车销售管理办法》等相关法律法规及政策要求，与现行国家标准、行业标准协调统一：

1. 与 GB/T 40957-2021《企业竞争力评价规范》：保留其一级指标框架，仅针对汽车流通行业特性调整二级、三级指标，避免重复与冲突；

2. 与 GB/T 27922《商品售后服务评价体系》：在“经营能力”中“服务满意度”“常规服务”等指标的设定上，引用该标准的评价方法，确保技术衔接；

3. 与其他相关标准：参考 GB/T 23794-2015《企业信用评价指标》《流通企业信用评价》等标准中的信用评价思路，在“加分项”指标中融入社会贡献、企业荣誉等内容，保持与现有信用评价体系的一致性。

综上，本标准与现行法律、法规及强制性标准无冲突，且与相关推荐性标准实现有效衔接。

五、重大分歧意见的处理经过和依据

本标准在起草与征求意见过程中，各参与方对核心内容无重大分歧。仅在各指标权重比例、指标描述等细节上存在不同意见，经起草组组织专题研讨，结合行业调研数据及企业实操反馈，最终达成共识。

加分项权重设定为4分（总分104分），既体现对企业创新实践与行业贡献的鼓励，又避免过度影响基础指标的评价权重。

所有分歧均通过充分协商、数据支撑的方式解决，确保标准内容符合行业整体利益。

六、实施建议

推广路径：采用“试点先行-反馈优化-全面推广”的模式，优先在行业龙头企业、省级以上汽车流通园区开展试点，总结经验后逐步向全行业推广。

组织保障：成立由中国汽车流通协会牵头的标准推广小组，联合起草单位、行业专家，负责标准解读、培训及实施过程中的协调工作。

宣传培训：通过举办线下培训班、线上直播解读、编写操作手册等形式，向企业普及标准内容，重点培训评价流程、指标计算方法、报告撰写规范等实操要点。

企业自评：组织汽车销售企业对照标准开展自评，提升人员资质、设施设备、运营管理等方面的表现，为参与评价做好准备。

动态优化：按照每两年一次的修订机制，跟踪行业发展新趋势，及时调整指标体系，确保标准持续适配行业需求。

七、废止现行有关标准的建议

目前国内无针对汽车销售企业竞争力评价的现行团体标准或行业标准，因此本标准实施后，无需废止其他相关标准。

八、其他应当说明的事项

无。

2025年9月17日