

《Q iche Weixiuye Kaiye Tiaojian》
(GB/T 16739-2014)
Xuanguan Duben

《汽车维修业开业条件》
(GB/T 16739—2014)

宣贯读本

全国汽车维修标准化技术委员会 组织编写
张学利 蔡凤田 主 编



人民交通出版社股份有限公司
China Communications Press Co., Ltd.

责任编辑：何 亮
封面设计：王红锋

《汽车维修业开业条件》 (GB/T 16739—2014)

宣贯读本

《Q iche Weixiuye Kaiye Tiaojian》
(GB/T 16739-2014)
Xuanguan Duben

ISBN 978-7-114-12125-8



9 787114 121258 >

网上购书/www.jtbook.com.cn

定价：36.00元

《Qiche Weixiuye Kaiye Tiaojian》
(GB/T 16739-2014)
Xuanguan Duben

《汽车维修业开业条件》 (GB/T 16739—2014)

宣贯读本

全国汽车维修标准化技术委员会 组织编写
张学利 蔡凤田 主 编



人民交通出版社股份有限公司
China Communications Press Co., Ltd.

内 容 提 要

本书为《汽车维修业开业条件》(GB/T 16739—2014)宣贯读本,除对标准内容进行了详细释义外,还介绍了标准修订背景、汽车维修行业相关法律法规、汽车维修标准体系及其他相关重要标准,并与2004版标准做了细致对比。

本书是汽车维修行业相关人员全面了解、准确执行《汽车维修业开业条件》(GB/T 16739—2014)的重要工具书。

图书在版编目(CIP)数据

《汽车维修业开业条件》(GB/T 16739—2014)宣贯
读本 / 张学利, 蔡凤田主编. —北京:人民交通出版
社股份有限公司, 2015. 4

ISBN 978-7-114-12125-8

I. ①汽… II. ①张…②蔡… III. ①汽车维修业—
工业企业管理—国家标准—中国 IV. ①F426.471-65

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2015)第 054598 号

书 名:《汽车维修业开业条件》(GB/T 16739—2014)宣贯读本

著 作 者: 张学利 蔡凤田

责任编辑: 何 亮

出版发行: 人民交通出版社股份有限公司

地 址: (100011)北京市朝阳区安定门外外馆斜街3号

网 址: <http://www.ccpres.com.cn>

销售电话: (010)59757973

总 经 销: 人民交通出版社股份有限公司发行部

经 销: 各地新华书店

印 刷: 北京鑫正大印刷有限公司

开 本: 787×1092 1/16

印 张: 8.75

字 数: 170 千

版 次: 2015 年 4 月 第 1 版

印 次: 2015 年 4 月 第 1 次印刷

书 号: ISBN 978-7-114-12125-8

定 价: 36.00 元

(有印刷、装订质量问题的图书由本公司负责调换)

编 写 组

组织编写单位：全国汽车维修标准化技术委员会

成 员：张学利 蔡凤田 孟 秋

刘富佳 许书权 佟濬洲

于开成

目 录

第一篇 标准修订背景	1
第二篇 汽车维修行业相关法律法规	15
第三篇 汽车维修标准体系	28
第四篇 标准内容释义	32
第一节 标准属性	32
第二节 标准修订过程	32
第三节 标准第 1 部分释义	35
第四节 标准第 2 部分释义	69
第五篇 相关重要标准简介	103
第六篇 2004 版标准与 2014 版标准内容对比	107

第一篇 标准修订背景

随着汽车保有量的剧增和高新技术在汽车上的广泛应用,当代汽车充分体现了机、电、液一体的高科技水平。与此同时,随着社会的进步和人们生活水平的提高,社会和民众对汽车维修服务也提出了更高的要求。目前,我国的汽车维修企业发展迅猛,并逐步走向成熟,汽车维修产业不断由规模扩张型向质量效益型转变。

汽车维修服务于千家万户,为切实保护消费者的合法权益,维护公平竞争的市场环境,2005年6月24日,交通部发布了《机动车维修管理规定》(交通部令2005年第7号),对汽车维修企业的从业人员资质、设备设施、管理等方面提出了具体的要求;2006年11月23日,交通部发布了《道路运输从业人员管理规定》(交通部令2006年第9号),对汽车维修从业人员的资格条件,也提出了明确的要求;2008年实施的《机动车维修从业人员从业资格条件》(GB/T 21338—2008)也对汽车维修从业人员的类别及资格条件做出了详细的规定。

汽车维修是指以维持或恢复汽车正常技术状况(或工作能力),延长车辆使用寿命为主要目的所进行的维护、修理以及维修救援等相关经营活动的总称。其主要任务不仅为交通运输业提供技术支撑,更是为汽车生产企业提供售后服务保障,为广大社会车辆提供优质、高效、便捷、放心的维修服务。汽车维修行业的发展状况与国民经济发展、人民生命安全、社会稳定和谐密切相关。经过改革开放30多年的奋斗,我国汽车维修行业无论是维修企业的数量还是维修质量都获得了很大的发展,并逐步形成了一个相对独立的、社会化的、技术和劳动密集型的服务行业,具有技术专业性、劳动密集性、作业分散性、市场调节性、服务延伸性五大特性。

1.1 发展现状

(1) 维修行业蓬勃发展,市场规模不断扩大。

汽车工业的快速发展,汽车保有量的上升,带动了汽车维修行业的发展。随着改革开放的深入,汽车维修市场逐步对社会开放,出现了各行各业、各部门、各单位纷纷从事投资少、见效快的汽车维修业的状况。1983—1989年这7年间,汽车维修业户由2万户增长到10万户,之后维修企业数量每年仍以较高的速度增长。目前,全国汽车维修业户已发展到44.7万户,从业人员近300万人,完成年汽车维修3.3亿辆次,年产值达



5000 亿元以上,较好地满足了道路运输车辆和社会车辆的维修需求,为国民经济和社会发展做出了应有的贡献。

(2) 技术水平不断提高,维修能力基本满足需求。

汽车维修行业的维修能力不仅取决于汽车维修业户的数量和不同类别维修业户的构成比例,还取决于维修企业的场地、维修工位、维修技术、维修人员数量和维修检测仪器设备,更取决于维修从业人员的素质。通过行业主管部门多年的不懈努力,我国汽车维修企业的基础设施和服务能力建设取得了较大的进步,绝大部分维修企业能按照行业管理要求进行基础设施改造,设置相应的工位,并根据工位要求配备相应的仪器、设备,基本能够满足目前汽车维修的需要。汽车维修企业的主要工位有机修、电气、钣金和涂装等,维修量构成比例决定了企业工位配备的比例。据调查,各工位维修量占全年维修量的比例为机修工位约占 50%,钣金和涂装工位约占 35%,电气工位约占 15%,其中,对维修工期影响最大的工位是钣金和涂装。从服务质量上考量,机修和电气维修的服务质量较高,而钣金和涂装由于其工艺控制难度较大,引起的维修质量问题较多。从车辆维修业务构成来看,传统的整车大修、总成大修份额逐年降低,不足业务总量的 0.3%,而常规维护和小修成为维修企业的主要业务,且增长较快,增幅达到 80% 以上,以养代修的用车理念在逐步加强。当前,汽车维修企业在服务内容上更加多样化,除了传统修理以外,部分维修企业还提供代办保险、故障救援、技术咨询、二手车鉴定等服务,服务能力上得到了全面提升。

(3) 法律法规基本健全,行业管理日趋规范。

随着汽车科技含量不断提高,汽车维修作业逐渐向不解体诊断、检测技术模式转变,维修技术特征愈加明显,传统经验修车模式已不能较好适应现代汽车技术的发展要求,专业化的维修工具和精湛的技能水平在维修中的重要性更加明显,许多故障诊断、维修需要借助专业的仪器、工具才能加以解决。为了适应汽车新技术的发展以及现代维修方式的快速转变,维修检测技术在汽车维修业中的运用越来越广泛。行业管理部门将维修装备的配备作为维修企业开业审批的重要条件,增强了维修行业的整体服务能力,汽车维修业基本完成了从传统的“劳动密集型”向“技术密集型”特征转变。

一、二类汽车维修企业中,4S 专营店的设备齐全,各专营店的设备配备率均高于行业管理部门对于维修企业开业条件的要求。由于各专营店在建店时都必须按照主机厂的要求配备相关车型的维修专用工具,以及相关的诊断、检测设备,如发动机分析仪、汽车故障诊断仪等,在发展过程中,维修企业的维修设备也随着车型的换代而更新。通过这些设备的应用,维修人员可以快速对客户车辆的故障进行准确的诊断,提高车辆维修的质量和维修速度。由于专营店的服务对象相对单一,因此其维修专用工具、诊断及检测等设备利用率相对较高。

(4)人员素质逐步提升,服务质量取得长足进步。

改革开放以后,我国车辆用途分布发生了本质的变化,车辆的社会化和私家车的大量发展,使汽车维修业走向社会化,并促使汽车维修业从产品型行业向服务型行业转变,按照市场化的要求,形成了一个社会化的、资金和技术密集型的、相对独立的行业。近年来,通过产业结构调整 and 升级,汽车维修行业的规模化、网络化、专业化特征更加明显,行业组织化程度不断提高,主要体现在:一是通过兼并、重组的方式,进一步整合和优化了维修资源,维修服务能力更加扎实;二是网点布局更加合理规范,快修、连锁经营模式逐步得到推广,较好地满足了老百姓就近就便的维修需求;三是市场分工越来越细,一些美容养护、车身养护及变速器专修、轮胎专修、尾气排放治理等专项维修企业不断涌现,维修服务更贴近人心。通过鼓励发展、政策支持,使一批重质量、懂管理、善经营的企业在市场竞争中脱颖而出。一个以中心城市为依托,一类维修企业为骨干、二类维修企业为基础、三类维修企业为补充,综合性能检测站为技术支撑,多种经济成分协调发展的汽车维修服务网络和市场格局已基本形成,较好地适应和满足了车辆维修的需求。与此同时,从业人员服务能力更趋专业化。目前,全国机动车维修从业人员近 300 万人,其中管理人员占 14.7%,技术人员(包括技术负责人和质量检验员)占 18.2%,维修工人占 67.0%。在岗位设置上,呈现出以机修、电气、钣金、涂装工种为主,以专业诊断、维修顾问、服务接待、车辆装饰等工种为辅,一专多能的需求特征。

1.2 存在问题

近年来,我国汽车维修行业快速发展,市场环境不断改善,基础设施和技术能力明显提升,行业规模持续扩大,经营业态和服务模式更趋多元化,较好地满足了不同消费群体的汽车维修需求,一批经营管理规范、质量效益优秀的维修企业脱颖而出。但从总体上看,我国汽车维修行业还存在着资源配置效率和生产组织水平低、行业结构和发展方式不尽合理、市场竞争环境和诚信机制不健全、服务质量和效率普遍不高等问题,在配件供给、人才素质建设、维修质量管理等方面还存在一些制度性障碍,与此同时,维修企业还肩负着更加繁重的安全生产、节能环保等社会责任。因此,对存在的问题需要给予高度重视并加以解决。

(1)服务模式有待改进,资源配置不尽合理。

①企业结构和资源配置仍然不尽合理。主要表现在三个方面:一是企业结构失衡。目前,全国汽车维修企业的数量规模空前,千车维修企业配备率达到 4.0,远远高于国外发达国家 1.2~1.4 的水平;从企业结构配比来看,一、二、三类企业配比为 1 : 5 : 21,与“十二五”时期维修行业结构配比 1 : 3 : 6 的要求相比,在发达国家十分普及的快修企业、连锁企业发展较为缓慢,市场占比低。二是维修供求结构失衡。就北京市而言,全



市机动车维修企业配置的维修工位约为 4.7 万个,具备了每年 2000 多万辆次的维修能力,而目前只有 1000 多万辆次的维修需求,维修能力相对过剩。三是市场资源分配不平衡。3S 店和 4S 店利用国家有关品牌汽车授权经销政策保护和整车售后服务体系维修配件、维修技术的垄断,占有较大的市场份额,虽然企业数量不足全行业的 10%,但所承担的维修任务达到全行业的 60% 以上,而其他非授权企业所占市场份额极低。这些问题,将会加剧市场的不正当竞争,如果不加以控制,这种竞争势必会愈演愈烈,变成恶性竞争。

②“特许服务(4S 店、特约服务站)+综合修理厂+小规模专项维修企业”的模式格局不能有效适应市场的发展需求。特许服务企业对汽车维修行业的发展具有十分重大的贡献,对于改变汽车维修行业的“脏、乱、差”,树立维修行业的新形象起到了排头兵的作用。但是,由于其出现垄断行为,价格高、服务项目不灵活等问题,受到广大车主的诟病。大型综合维修企业,由于服务的车型多、项目多,在市场上很受欢迎,但由于其服务特色不明显,车辆修理技术面广而不精细,存在人员素质跟不上,维修质量难以保证等问题;为数众多的低档路边个体修车店的出现,主要迎合了出租车、低端汽车和一些私家车的需求。

③维修专业化、品牌化发展优势不足。目前,我国维修行业零散经营特征依然突出,企业规模化、专业化、品牌化程度还比较低。一方面,行业专业服务层次落后,传统的大而全、小而全的经营模式没得到实质性改变,什么车都能修、什么车都敢修,各企业的专业优势不明显,同质竞争现象严重;另一方面,维修企业缺少创新与品牌意识,大都处于粗放型经营模式,自主品牌较少也不成规模,与国外品牌差距较大,汽车维修连锁经营模式受许多因素的限制发展缓慢,现阶段还只能作为 3S/4S 经营模式和综合类特约维修经营模式的补充。

(2) 配件管理存在垄断,无法满足市场需求。

由于汽车配件供应渠道与方式的变化,以及维修成本与质量因素的影响,机动车维修业已由过去的就车机械修复法,转变为更换汽车配件维修法,汽车配件质量对维修的影响越来越大。我国现行的汽车配件管理体制是生产制造业由技术监督部门负责,流通领域由工商行政管理部门负责,维修企业处于下游,只管使用,生产企业制造什么、流通领域销售什么,维修企业就得使用什么。有些维修企业、车主由于在市场上买不到原厂配件,被动使用假冒伪劣配件,还有少数维修企业、车主为了降低成本,有意选用假冒伪劣配件,致使维修质量无法保证,质量纠纷时有发生。在现有管理体制下,广大车主期待的是秩序井然的市场环境和品质优良的配件产品,但市场暴露出的诸多问题却事与愿违。2007 年和 2008 年,交通运输部汽车运输行业能源利用监测中心连续两年对北京市汽车配件市场的机动车制动液和发动机冷却液产品质量进行流通领域监测,抽查结

果显示合格率均不足 67%。

(3) 人员整体素质偏低,管理和技术人才匮乏。

① 从业人员文化水平较低。在我国汽车维修企业从业人员中,初中及以下文化程度的占全员比例为 38.5%,具有高中文化程度的占 51.5%,具有大专及以上学历文化程度的仅占 10%。初中及以下、高中、大专及以上学历文化程度的结构比例约为 4 : 5 : 1。与 1992 年我国汽车维修企业从业人员中,初中及以下文化程度约占全员比例 74% 的情况相比较,从业人员的文化水平提高了 30 个百分点,但与发达国家初中及以下、高中、大专及以上学历文化程度之比为 2 : 4 : 4 的结构相比,我国汽车维修从业人员文化结构水平仍普遍偏低,国内外汽车维修从业人员文化程度差异如表 1-1 所示。

国内外汽车维修从业人员文化程度差异

表 1-1

项 目	初中及以下	高中	大专及以上学历
国外	20.0%	40.0%	40.0%
国内	38.5%	51.5%	10.0%

② 从业人员技能水平较低。从技能等级状况来看,高等级技能人才比例偏低(技师和高级技师仅占技工的 8%),且绝大部分年龄偏大(年龄在 55 岁以上者占 30% 左右)。在被调查的 25874 名技术工人中,持有各类等级技能证书的技术工人总数为 20058 人,占 77.6%;在持有技能证书的技术工人中,初、中、高技能等级结构比例为 3 : 4.3 : 2.7,尚有 22.4% 的技术工人未取得任何证书。以北京市为例,持有各类技能证书的从业人员中,初、中、高技能等级结构比例为 10 : 7 : 3,与国外发达国家 3 : 10 : 7 的结构比例相比,高技能人才明显不足。全国四大维修工种(机修、电气、钣金和涂装)技术岗位人员持证率仅为 30% 左右,持证上岗率远远低于国外发达国家水平,如表 1-2 所示。

国内外维修从业人员技能等级对照

表 1-2

项 目	初级工及以下	中级工	高级工及以上
国外	15%	50%	35%
国内	30%	43%	27%

知识、技能以及专业人才结构已经成为影响我国维修行业发展的主要因素,“师傅带徒弟”言传身教的方式已经无法适应现代汽车技术和现代技能服务的发展需要。2003 年,劳动和社会保障部、交通部、教育部等六部(委)将汽车运用与维修纳入了制造业和现代服务业技能型紧缺人才培训和培养工程中,相关部门加大了对职业技术学院与社会培训机构建设、持证上岗、技能培训的力度,但对于行业急需的专业性实用人才的培养仍然缓慢,教学模式、教学规模、师资力量、专业设置仍滞后于行业快速发展的



步伐。

(4) 信息化管理手段有待加强。

《机动车维修管理规定》(交通部令 2005 年第 7 号)第四十六条明确规定“道路运输管理机构应当积极运用信息化技术手段,科学、高效地开展机动车维修管理工作”。信息化建设是管理现代化的重要标志,但由于缺少全行业信息化建设规划和技术规范,加之,各级管理部门对汽车维修信息化建设重视不足,资金投入少,汽车维修业整体信息化管理水平还不够高,管理措施和手段相对落后,仍沿用重点检查与巡查的监管方式,无法实现对维修市场实时、科学、有效管理,也无法完成网上申请、审批、备案、签章、考核等功能。综合来看,汽车维修市场及行业管理工作信息化程度不高,一方面造成消费者获得信息的途径不畅、信息不对称,不能及时、全面了解行业动态及有关政策、法规和标准,也无法了解企业资质、信誉度、维修能力、维修救援等信息。另一方面,信息化管理水平不高也影响了行业管理的效率和质量,许可审批、信息公告发布、统计分析、档案管理、违规处理等工作不能适应现代信息技术的发展需求。

(5) 诚信经营机制尚不完善。

①部分小规模维修企业经营行为不规范。从维修市场格局来看,规模偏小的维修企业特别是三类企业,设备欠缺、技术缺乏、管理低下,发展良莠不齐;作坊式、家族式的汽车维修厂点在数量上仍占有不小的比例,造成整个维修行业经济效率低下,吸引投资无力,无法扩大再生产,企业形象不佳,品牌美誉度高的维修企业屈指可数。低价、低质服务等行为导致不正当竞争等问题普遍,商家之间大打“价格战”和“利润战”。个别维修企业为降低成本,牟取利润,不惜偷工减料,更有甚者购买价廉的伪劣配件或低质配件以次充好;一些维修企业为降低工时收费,吸引对价格比较敏感的私家车主和出租车主,导致“维修不彻底、不到位”、“凑合修、凑合用”的现象时有发生;个别维修企业及从业人员利用维修信息不对称的特点,蓄意夸大车辆故障,虚列维修项目;少数汽车 4S 店利用对维修技术和配件的垄断,虚标维修及配件价格;个别维修企业不按标准、规范实施车辆检测维修,不向消费者公示服务承诺及收费标准,不签发或不规范签发维修竣工出厂合格证,或是在保证期内出现质量问题时推卸责任,不承担免费维修义务。这些行为严重损害了消费者的利益。

②违规经营现象时有发生。由于结构性矛盾带来行业的无序竞争,部分维修业户不经审批盲目进入汽车维修市场,沿街设点、占道经营、超范围经营等行为时有发生。特别是流动性较大的路边店,这类企业投资规模、效益和经营模式处于行业较低标准,质量、技术、管理水平和产业附加值低,生产经营条件简陋,作业环境脏、乱、差,经营状况不稳定,生存周期短,违法违规问题多,严重损害了汽车维修行业的社会形象,严重影响了行业的健康发展。

1.3 面临形势

国家重点产业调整振兴规划的启动,成品油价格与税费改革的实施,综合运输体系建设进程的加快,私人汽车保有量的急速增加,新技术新能源汽车的研发与运用,节能环保政策的逐步推行,以及消费者法律法规知识普及和维权意识的增强,对汽车后市场乃至整个交通运输体系都产生了巨大的影响,同时也给汽车维修行业带来了全新的重大挑战和难得的发展机遇。

(1) 汽车维修数量急剧增长。

“十一五”期间,全国汽车保有量呈现出加速增长的趋势,据国家统计局数据显示,2014年年末全国民用汽车保有量达到15447万辆(包括三轮汽车和低速货车972万辆),同比增长12.4%,其中私人汽车保有量12584万辆,同比增长15.5%。随着国民经济持续高速增长,大量车辆将进入维修期,汽车维修需求将呈现持续增长态势,给汽车维修行业带来良好的发展机遇。

(2) 汽车维修多样化、专业化需求明显。

随着我国城市化进程的不断加快和城市机动化水平的不断提高,我国私人汽车的发展已经进入了快速增长期。据国家统计局数据显示,截至2014年年底,民用轿车保有量8307万辆,同比增长16.6%,其中私人轿车7590万辆,同比增长18.4%。

随着私人汽车保有量的不断增加,维修服务对象发生了深刻转变,这种转变主要体现在三个方面。首先,维修服务对象发生转变,由集体或者团体客户转变为个体,维修服务对象由以前的职业驾驶人逐步转变为一个复杂的群体;其次,维修业务构成发生转变,由于私人汽车的使用强度要低于道路运输车辆,车辆出现故障的频率相对较低,日常维护和小修的比例不断增加;再次,服务方式发生转变,随着私人汽车保有量的增长,车主不仅要求车辆维修服务方便、快捷、优质、高效、节能,而且要求企业不断拓展维修救援、技术咨询、汽车美容等服务内容,维修消费更加个性化和多元化。汽车维修企业只有加快转变自身经营模式并拓展服务功能,才能在不断满足消费者多样化服务需求的同时确保企业的自身发展。

品牌是质量和信誉的保证,是一个企业、一个行业经济实力和竞争力的重要标志。在现实经济中,技术向品牌靠拢,资本向品牌集中,消费向品牌聚集,人才向品牌流动的迹象表明,品牌已成为企业最主要的无形资产。加快我国汽车维修行业品牌建设,是促进行业结构调整和转变发展方式的长远之举;是壮大企业实力,提升行业整体素质的有效途径;是改善服务,满足日益提升的维修消费需求的客观要求。随着汽车维修市场逐步完善,激烈的竞争将使汽车维修市场的分工越来越细化,维修企业将朝着专业化、协作化的方向发展。目前,由汽车制造企业主导发展的4S店以其优良的服务和专业化的维修技术抢占了高端



市场,加之现代服务业的专业化分工、市场开放竞争加剧、行业政策的导向,使得非授权维修企业的发展越来越艰难。在当前激烈竞争的背景下,许多骨干维修企业已经逐渐向三位、四位一体及连锁经营站转变,以适应新时期行业发展和市场竞争的需要。

(3) 汽车维修技术模式有待转变。

当代汽车生产技术正经历着前所未有的进步,电子和计算机技术在汽车上得到了广泛的运用,汽车制造技术的发展以及国家在尾气排放和燃油消耗量方面越来越高的标准,对汽车维修业特别是汽车维修技术带来巨大挑战。随着汽车科技含量不断提高和消费者用车、修车意识的不断增强,汽车维修理念逐渐向“定期维护、视情修理”转变,汽车维修作业逐渐向不解体诊断、检测技术模式转变。汽车维修理念和技术模式的转变,对维修装备、信息化应用和人员技能素质等技术保障条件提出了高标准要求,汽车维修企业只有顺应现代维修理念和高新技术发展的趋势,才能在市场竞争中占据有利地位。

(4) 消费者维权意识增强,服务质量要求更高。

由于汽车保有量不断增长,车辆正以前所未有的速度进入百姓的日常生活,汽车维修行业也日益受到公众的关注。广大车主在享受便捷生活的同时,对汽车维修服务提出了更高的要求,希望维修企业能以方便快捷的服务,透明合理的价格,快速的救援反应,以及其他人性化的服务措施为车主提供全方位的服务。同时,广大车主对于如何维护自身的权益也提出了更高的要求,希望有畅通的渠道和完善的体系,保障自身权益免受损害。

(5) 维修行业规模扩大,对行业管理提出更高要求。

近些年来,随着社会经济的不断发展,汽车保有量及汽车维修业务量成倍增长,维修行业管理也经历了多年的发展。但是,管理手段和方式依然沿袭传统的方式,管理质量和效率无法紧跟时代发展、适应市场需要,转变管理理念、创新管理方式,加快维修行业信息化建设已经成为当年行业管理的重要任务。

(6) 信息化管理手段将得到广泛应用。

传统的汽车维修企业主要依靠人工管理,不仅费时费力,且效率较低。随着计算机应用的普及,信息化管理必然成为我国维修企业管理发展的趋势。信息化管理手段在汽车维修企业的应用,不仅可以提高企业的信息利用率,也能缩短作业环节的等待时间,降低管理成本。通过信息化管理手段的推广应用,维修企业可以实现从汽车零配件、人员、资源到服务的一体化管理,提高企业在市场的竞争力。

1.4 发展要求

(1) 促进维修业转型升级。

①鼓励连锁经营,促进市场结构优化升级。要积极发挥行业规划引导功能。将汽车

维修网点布局规划指标纳入城市建设规划指标体系。各地交通运输主管部门要按照“合理布局、连锁优先、供需平衡、便民利民”的原则,积极会同发展改革、城乡建设等部门,编制发布本行政区的《汽车维修行业发展指导规划》,将本地汽车维修需求纳入当地城市经济社会发展总体规划予以统筹考虑,在城市发展中为汽车服务业预留功能园区和空间,促进汽车维修业发展与人民群众维修服务、汽车消费需求相适应。鼓励企业在大型社区、公共停车场、客货运输站场周边及高速公路服务区布设连锁网点。对于开办连锁维修网点的,在经营场所所在的地级市主城区或县、市行政区范围内,可以共享技术负责人和《汽车维修业开业条件》(GB/T 16739—2014)规定的大型维修设施设备。鼓励汽车生产企业发展特约维修服务网络。

②鼓励规模化发展,提升资源配置效率。鼓励骨干、龙头企业通过资本纽带、市场运作等手段,积极开展重组、并购、扩张,不断创新服务模式,延伸企业价值链,实现企业规模化、集团化发展。鼓励大型企业建立配件集中采购平台、钣喷中心等专业化支持体系,提升企业运作效率和效益。鼓励中小企业在维修装备、维修技术信息共享等方面形成优势互补,壮大发展实力。

③鼓励专业化维修,提升业态发展水平。鼓励发展事故汽车、变速器、轮胎、玻璃维修等技术有特长、服务有特色、附加值高的专修企业,鼓励完善汽车安全状况检查、维护等服务内容,不断满足市场多样化、个性化需求。要加强新能源汽车维修服务能力建设,制定专门维修标准规范,加大维修技术储备、推广力度,加快维修网点建设,不断满足新的市场需求;鼓励新能源汽车生产企业积极开展技术培训和推广,拓展授权维修服务网点。要加强营运车辆维修服务能力建设,鼓励公交、大型客货运输企业建立健全专业化的维修机构或部门,加大基础设施投入和改造,推动技术能力升级。

要会同环保部门,建立并实施汽车检测和维护(I/M)制度。要建立健全汽车检测和维护政策标准体系,明确汽车尾气检测站(I站)和维护站(M站)的职责、认定标准、标识及作业服务流程,制定机动车排放维修技术规范,提升排放维修技术和装备水平,不断提高全社会汽车尾气排放治理能力。各地环保、交通运输部门要结合本地实际,分别选择、扶持一批汽车检测站、维修企业发展成为I站和M站网点,并定期公示、发布网点信息。经认定的I站、M站网点要在经营场所显著位置悬挂、张贴统一标识,开展规范化检测 and 维修技术服务。M站网点要严格按照汽车尾气排放维修技术规范、汽车维护修理技术手册及车型维修技术资料进行排放控制关键零部件维修,不得任意更换。M站要向环保部门定期报送汽车尾气维修信息。

④鼓励品牌化发展,充实行业发展内涵。要围绕企业诚信经营,树立绿色维修理念、积极履行企业社会责任等主题,按照“政府引导、企业创建、社会满意”的原则,积极推进企业和行业品牌建设。要建立健全行业品牌培育、发展、激励、保护的政策和机制,营造



良好的品牌成长环境。要着力扶持、培育一批维修服务质量高、质量信誉优(AAA)的企业尽快成长为地方品牌,并逐步向区域、全国扩展。鼓励企业增强品牌意识,提高品牌创建内生动力;鼓励优质企业依法进行商标注册、品牌保护,不断提升品牌价值和形象;鼓励维修企业积极开展维修技术骨干人员亮牌服务,打造企业核心竞争力,树立企业品牌形象。

要积极推进行业品牌建设,积极围绕营造诚信放心修车环境,加强社会公益公共服务等主题宣传,打造具有地方特色的行业服务品牌,树立优良行风和文明形象。

⑤促进维修行业安全发展,筑牢行业发展基石。维修企业要牢固树立“安全汽修”理念,建立健全安全生产管理制度,有效落实安全生产主体责任。要依据相关从业人员安全生产培训教材等加强安全作业培训。要建立健全安全操作规程,加强对在用汽车喷烤漆房、举升机等重点维修装备的维护管理,并依据相关标准定期开展安全检查和评价,对安全隐患较大的维修装备要限期整改或更新。各地道路运输管理机构要加强行业安全生产监管,按照相关规定推进安全生产达标考评工作,定期向社会公布考评结果。

⑥树立绿色维修理念,促进行业可持续发展。要按照《汽车绿色维修指南》要求,建立健全行业绿色汽修技术和管理体系。企业要制定落实环境保护和资源节约的规章制度。要鼓励企业进行绿色汽修设施设备及工艺的升级改造,推广使用符合节能环保要求的新设备、新工艺和新材料,形成维修废弃物和有害排放少、资源利用率高的成套工艺规范。维修企业要做好废机油、制动液、制冷剂、废铅酸蓄电池等废弃物的回收处置,力争3年内实现全国一、二类维修企业危险维修废弃物规范处置率达到95%以上;要加大喷烤漆房废气治理设施建设,避免大气污染。要不断拓展绿色汽修作业的深度和广度,促进绿色汽修常态化、长效化。

(2)提升维修服务质量。

①维护消费者维修选择权和保修权利,保护消费者合法权益。贯彻落实《中华人民共和国反垄断法》和《中华人民共和国消费者权益保护法》有关规定,汽车产品自售出起,汽车生产企业(包括进口汽车经营企业)不得限制、干预消费者自主选择维修企业和维修服务,不得以汽车在“三包”期限内使用了非原厂配件、非授权维修服务为理由,拒绝继续为车辆提供“三包”服务(但因消费者未按照使用说明书要求正确使用、维护、修理产品而造成损坏的除外)。若汽车生产企业认定存在上述责任免除情况的,要负责举证并提供证明材料。

②加强行业诚信建设,营造放心修车环境。要发挥消费者监督评价对市场消费的导向作用。要进一步完善《机动车维修企业质量信誉考核办法(试行)》(交公路发〔2006〕919号),积极运用互联网和信息化手段,引入消费者监督评价信息,构建企业经营行为和服务质量动态监管机制及信息化监管平台,用市场信息透明和消费者口碑倒

逼和推动市场诚信建设。要发挥专业机构对社会消费的指引作用,鼓励行业协会、保险机构以及授权的第三方机构依据《汽车售后服务客户满意度评价方法》(JT/T 900—2014)开展维修服务质量和客户满意度调查,促进市场服务更加规范、优质。各地道路运输管理机构要将消费者、保险机构及第三方机构评价作为企业质量信誉考核和诚信企业评比的重要内容,建立维修企业服务质量“黑名单”制度。要加强对考核和评比结果的宣传和应用,积极协调政府机关事业单位用车主管部门、保险监管部门,制定鼓励性政策,推动机关事业单位用车、事故车维修优先选择诚信企业。要会同保险监管部门,建立汽车维修配件、工时价格等信息沟通共享和披露机制。在国家信用体系建设框架下,探索建立企业信用制度,将企业经营失范、违规行为纳入企业信用记录,会同社会征信、工商管理部门定期向社会公布违规情况,并依法严肃处理。

要加强舆论引导和监督。要积极树立、宣传各类行业服务的典型和标兵,总结推广企业经营管理的好经验、好做法,带动行业整体进步;要凝聚提升行业的价值追求和服务精神,打造行业文化和软实力,展示行业精神风貌。要会同消费者权益保护部门,曝光侵害消费者权益的案件和行为,宣传维权知识和手段,提高消费者自我保护和防范意识,促进消费者理性消费。

③加强维修行业标准化、制度化建设,提升维修服务质量。各地交通运输主管部门和道路运输管理机构要按照《汽车维修业开业条件》(GB/T 16739—2014)要求严把市场准入关,确保企业维修能力达标。维修企业要遵照《汽车维护、检测、诊断技术规范》(GB/T 18344—2001)等标准及车型维护与修理技术资料开展维修作业,确保维修质量合格。要遵照《机动车维修服务规范》(JT/T 816—2011)开展规范化的维修服务,提升维修服务质量和水平。要强化实施维修质量保证体系,督促企业严格执行汽车维修合同管理、“三检”管理、维修竣工合格证和质量保证期等制度,切实做到行业经营管理制度化、规范化。

④广泛开展便民服务,提升行业服务效能。各地交通运输主管部门和道路运输管理机构要结合本地实际,积极组织企业开展服务质量公约、服务质量标准承诺、阳光维修服务等活动,加强行业自律规范,抵制市场不良风气。要结合消费者权益保护日、道路交通安全日、节能宣传周等,组织开展形式多样的公益服务活动,让汽车维护与修理常识、安全行车知识、消费者维权知识、汽车故障义诊及咨询等公益服务真正走进群众,弘扬汽车文化。维修企业要坚持以消费者为中心,不断增强服务意识,创新服务形式,优化服务流程,透明服务信息,提升便民服务能力。鼓励企业积极开展电话上网预约维修、定制化、延时化服务,提供代步汽车、上门接送车等服务,满足客户时效和便利化需求;鼓励维修企业积极提供综合性汽车消费服务,拓展企业服务能力,延伸价值链;鼓励建立售后服务客户回访机制,不断提升客户服务和满意度水平。