

国家工商行政管理总局文件

工商市字[2014]190号

工商总局关于加强汽车市场监管的指导意见

各省、自治区、直辖市及计划单列市工商行政管理局、市场监督管理部门:

为深入贯彻落实党的十八大、十八届三中、四中全会和《国务院关于促进市场公平竞争维护市场正常秩序的若干意见》精神,保护人民群众生命健康和财产安全,维护汽车消费者合法权益和公平竞争的汽车市场秩序,现就发挥工商职能作用,加强汽车市场监管提出如下意见:

一、指导思想和总体要求

(一) 指导思想。围绕使市场在资源配置中起决定性作用和更好发挥政府作用,运用法治思维和法治方式履行工商机关市场监管职能,坚持放管并重,实行宽进严管,激发市场主体活力,依法保障汽车消费者合法权益,平等保护各类汽车市场主体合法权益,促进市场主体自主经营、公平竞争,消费者自由选择、自主消费,推动统一开放、竞争有序的汽车市场体系的形成和完善。

(二) 总体要求。坚持简政放权,强化依法监管,加强事中事后监管,建设法治化市场环境。坚持权责一致,将政府统一领导与部门分工协作相结合,落实工商机关汽车市场监管

责任。坚持社会共治，推动汽车市场主体自我约束、诚信经营。坚持日常监管与专项整治相结合，严查违法经营行为，提升市场监管执法效能。坚持行政执法与行政指导等非强制手段相结合，提升市场主体诚信守法水平。坚持市场监管与服务发展相结合，提升汽车产业发展动力。

二、依法明确监管职责

（三）准确把握法定监管职责，不缺位、不越位。汽车产业链长、面广，涉及多个部门。工商机关作为负责汽车市场监管职责的主要部门之一，要综合运用《公司法》、《广告法》、《产品质量法》、《消费者权益保护法》、《反垄断法》、《反不正当竞争法》、《商标法》、《合同法》等法律法规，不断加强和改进汽车市场监管，依法负责汽车市场主体登记注册，查处无照经营行为；负责汽车市场反垄断和反不正当竞争执法；负责汽车市场广告监管；负责职责范围内的汽车市场消费者权益保护和质量监管；负责汽车及汽车配件的商标注册管理；依法监督处理汽车市场合同违法行为。

三、依法强化市场监管，构建长效监管机制

（四）提高工商注册便利化水平，激发市场活力。停止实施汽车总经销商和汽车品牌授权经销商备案工作，依法履行汽车市场主体登记注册职责，支持发展多种所有制、多种经营形式、多元化的汽车市场主体，增强市场活力和竞争力。

（五）强化日常监管执法和专项整治，增强针对性、实效性。将汽车市场作为重要商品市场，不断改进和创新监管方式，提高执法效能，落实日常监管责任。围绕消费投诉的重点、媒体关注的焦点和社会关切的热点，加大对损害竞争和消费者及其他汽车市场主体合法权益的垄断协议、滥用市场支配地位、商业贿赂、违法有奖销售、虚假广告宣传、销售侵权和假冒伪劣商品、不公平合同格式条款、网络交易违法行为等突出问题的整治力度。

（六）推动经营者落实行为规范责任。加强有关法律法规的宣传，指导汽车及汽车配件经营者健全完善进货查验（验明产品合格证等相关证明和其他标识）、质量承诺、不合格商品退市等各项管理制度，推动经营者自我约束、诚信守法经营。结合创建诚信市场示范标准，引导汽车和汽车配件集中交易市场开办者落实管理责任，切实维护市场秩序，保护消费者和经营者合法权益。

（七）强化信用监管，促进经营者守合同、重信用。注重发挥企业信用信息公示系统的功能作用，运用信息公示、信息共享和信息约束等手段，强化对汽车市场主体的信用监管。通过依法公开汽车市场主体登记、监管等信用信息，减少经营者和消费者之间的信息不对称，保障消费者的知情权。坚持守信激励和失信惩戒，对守信主体予以支持和激励，对被列入经营异常名录或者严重违法企业名单的汽车市场主体，要严格执法，依法予以限制或者禁入，提高失信成本。鼓励和引导汽车及汽车配件经营者参与“守合同重信用”企业公示活动，汽车和汽车配件集中交易市场开办者参与“诚信示范市场”创建公示活动，营造失信企业受惩、守信企业获益的社会氛围。

（八）推广使用合同示范文本。会同有关部门和行业协会，按照《合同法》、《消费者权益保护法》等法律法规的要求，制定完善汽车销售和汽车维修等合同示范文本，明确经营者与消费者双方的权利义务，增强合同文本的规范性和实用性。通过推广使用合同示范文本，在经营者和消费者当中普及法律常识和常见不公平合同格式条款的表现形式，增强经营者的学法守法意识，提高消费者的甄别防范能力，提升合同示范文本的社会认知度。

（九）依法强化消费维权行政保护力度。以新修订的《消费者权益保护法》加大汽车消费者权益保护力度为契机，充分发挥12315行政执法体系的作用，提高12315中心规范化水平和维权工作效能，及时受理和依法处理有关汽车的投诉举报，维护良好的汽车消费环境。大力推进12315进市场、进企业工作，积极引导和督促汽车和汽车配件集中交易市场开办者、汽车及汽车配件经营者、汽车维修经营者设立和完善“消费维权服务站”，促进消费纠纷的和解，切实履行消费维权社会责任。强化对12315有关数据的分析利用，按规定程序发布消费警示和消费提示。积极开展汽车消费维权教育，引导消费者理性消费，提高依法维权意识和自我保护能力。

（十）充分发挥社会力量的作用。在地方政府的统一领导下，充分发挥法律法规的规范作用、行业组织的自律作用、舆论和社会公众的监督作用，调动和组织动员社会各方力量参与汽车市场监管，实现社会共同治理，促进市场自我管理、自我规范、自我净化。引导运用和解、调解、仲裁、诉讼或其他方式解决纠纷。支持新闻媒体开展舆论监督，曝光典型案件，震慑违法违规行为，提高公众认知和防范能力。支持消协依法履行职责，提供汽车消费信息和咨询服务，开展监督评议，调处消费纠纷，依法提起公益诉讼，不断提升维权成效。支

持有关组织进行专业调解，支持汽车流通、维修、集中交易市场等相关行业协会制定行业经营自律规范、自律公约和职业道德准则，规范会员行为。

（十一）健全完善汽车市场监管制度。广泛听取消费者、经营者及消协等行业组织的意见和建议，积极参与汽车市场监管有关法律法规的制修订工作。根据监管实际需要和市场变化情况，及时总结汽车市场监管中的经验做法和突出的矛盾问题，建立健全监管政策措施，不断改进监管执法工作。

四、加强组织领导，强化协调配合

（十二）加强组织领导，落实监管责任。各地工商机关要切实加强统一领导和组织协调，认真落实本意见提出的各项措施和要求，结合当地实际，细化实化监管措施，注重督促检查，确保履职到位。不断研究分析汽车市场监管中出现的新情况、新问题，加强工作指导，及时采取措施，解决突出问题。切实做好信息沟通，遇有重要情况和重大问题，及时报告当地政府和上级工商机关。

（十三）强化执法协作和协同监管。汽车市场监管工作系统性强，对内涉及工商职能各个方面，对外涉及多个政府部门。各地工商机关内部要做好上下、区域、职能机构之间的工作协调，建立市场规范管理、内外资企业和个体登记监管、竞争执法和经检办案、商标、广告、消保、合同等业务机构各司其职、协同配合，基层工商局、工商所属地监管的工作机制。坚持地方政府统一领导，强化外部联动，加强与相关部门的工作协作，形成齐抓共管的工作格局和企业“一处违法，处处受限”的局面。

对二手车市场监管的指导意见，将另行研究制定。

工商总局

2014年10月29日

