

# 协会汽车后市场分会建设方案

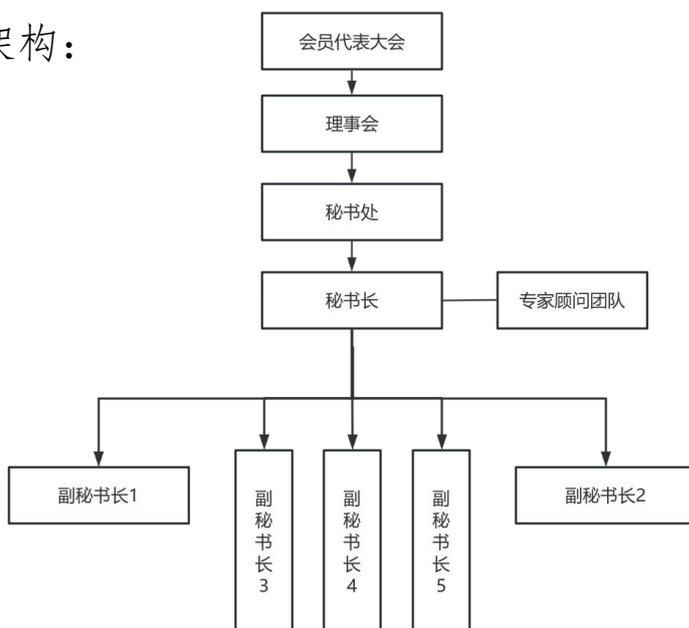
## （一）定位

中汽协后市场分会定位为汽车制造企业后市场管理部门、汽车零部件厂商、二手车经营企业、汽车后市场独立第三方服务企业、政府、行业机构的沟通协调平台，以汽车制造企业后市场管理部门（主要指备件业务、维修业务、二手车业务管理部门）、汽车零部件厂商、二手车经营企业为核心会员，以“优化汽车配件流通”、“维修服务提质”和“促进二手车出口”为目标，以“畅通政企沟通交流渠道，推进汽车后市场高质量发展”为宗旨，是具有鲜明协会特色的汽车后市场行业组织。

## （二）组织机构

分会在业务领域拟下设汽车制造企业协调模块、配件流通模块、维修服务模块、二手车模块，分别服务汽车制造企业、零部件制造企业、行业服务类企业、二手车相关企业。其中汽车制造企业协调模块是核心，由中汽协会直接负责。

具体架构：



理事长单位由中国汽车工业协会担任。副理事长和理事单位，由行业内主要企业及对分会工作有贡献的企业担任。

顾问团队由行业专家及律师、财税方面的专业人士组成，负责协助分会秘书处的运行，为会员企业提供咨询服务。

秘书处设置在协会，秘书长由协会人员担任，负责整车制造企业的对接协调，畅通政企沟通交流渠道，并协调秘书处各服务模块的工作。副秘书长暂定设置 5 位，由行业内具有较强服务能力的企业派员担任。该企业的主营业务跟分会核心会员群体应为上下游的服务关系，而不存在任何竞争关系。

### （三）两大服务体系

#### 1. 基础会员服务体系

基础会员服务体系，指的是向会员所提供的基本资讯信息服务。该体系内囊括信息服务、搭建交流平台等两项行业协会的基本职能。具体要落地以下三项工作：

建立基础信息服务体系，为会员提供政策、行业资讯等行业信息；

编写《中国汽车后市场发展报告》，提升协会在后市场领域的影响力；

举办行业论坛和学术会议，搭建行业交流平台。

资讯服务是后市场分会对会员的基本服务。该服务体系由副秘书长 1 和副秘书长 2 负责，并分别侧重乘用车领域和商用车领域，赋能于业务体系。

## 2. 业务产品体系

业务产品体系，是协会的工作抓手。该体系内囊括配件流通、维修服务、二手车三个领域。

**配件流通领域：**研究制订汽车后市场配件流通标准，规范配件流通秩序；帮助汽车制造企业的备件体系与优质汽车零部件企业的对接；为会员提供管理咨询、海外法规咨询等咨询服务，鼓励零部件企业出海开拓国际市场，保障二手车等产品海外消费者的售后服务需求，支撑中国汽车业的海外品牌建设。

**维修服务领域：**制订后市场领域的人才标准，打通与国际其他国家的资格互认通道，开展后市场人才评价工作。后市场人才评价体系拟采用培考分离制度，培训环节交由社会机构来完成，协会打通需求端，并严控考核环节，提升证书含金量，保障消费者的售后需求。

**二手车领域：**研究制定品牌二手车出口相关标准，推动海外标准互认，打通中国二手车的海外销售渠道；为行业提供海外国别指南服务，举办国别市场考察及展会活动；研究并协同产业配套服务，帮助行业建立车源归集、供应链金融等配套服务体系。

业务产品体系由剩余 3 位副秘书长负责，并专注于各自的专业领域。