

陈群 许哲虎◎著

汽车经销商 法律风险管理攻略

对内——如何规范汽车经销商内部的管理秩序？
如何选人用人，为经销商保驾护航？

对外——如何运用法律和行业惯例来维护经销商的权益？
如何合理、合法应对各式各样的法律风险？



中国法制出版社
CHINA LEGAL PUBLISHING HOUSE



更多法律电子书尽在 docsriver.com 商家巨力书店

汽车经销商法律风险 管理攻略

陈群 许哲虎/著

中国法制出版社
CHINA LEGAL PUBLISHING HOUSE

图书在版编目（CIP）数据

汽车经销商法律风险管理攻略/陈群，许哲虎著.—北京：中国法制出版社，2018.12

ISBN 978-7-5093-9881-4

I.①汽... II.①陈...②许... III.①汽车-经销-法律-研究-中国
IV.①D922.294.4

中国版本图书馆CIP数据核字（2018）第241496号

策划编辑 陈兴（cx_legal@163.com）

责任编辑 陈兴 赵律玮
计 杨鑫宇

封面设

汽车经销商法律风险管理攻略

QICHE JINGXIAOSHANG FALÜ FENGXIAN GUANLI GONGLÜE

著者/陈群，许哲虎

经销/新华书店

印刷/三河市紫恒印装有限公司

开本/730毫米×1030毫米 16开
字数/200千

印张/17.5

版次/2018年12月第1版
第1次印刷

2018年12月

中国法制出版社出版

书号ISBN 978-7-5093-9881-4
56.00元

定价：

北京西单横二条2号

邮政编码：100031
010-66031119

传真：

网址：**http://www.zgfzs.com**
话：**010-66010405**

编辑部电

市场营销部电话：**010-66033393**
010-66033288

邮购部电话：

（如有印装质量问题，请与本社印务部联系调换。电话：010-66032926）

序言

看到《汽车经销商法律风险管理攻略》这本书，我十分欣喜。在我看来，这也许是第一部系统地为汽车经销商提供专业法律风险评析和指导的书籍。

进入新时代，社会经济高速发展、科技转化日新月异，汽车流通作为支撑社会消费的重要领域，不断出现新情况、新问题、新风险，汽车经销商比以往任何时候都更加需要专业化的法律知识储备和法务实践新理论。《汽车经销商法律风险管理攻略》在这样的时代背景下推出，可以说是恰逢其时，对于汽车流通领域法务创新和实践具有重要的意义。

该书站在行业的高度，集专业性、实用性于一身，概述了汽车流通的历史、现状和未来方向，全面系统地规划了汽车经销商法律风险管理策略和操作指引。除此之外，它还有三个特点：一是提出风险核算的观点及风险博弈的方法，给经销商提供了恰当地、经济地对待风险的全新视角和路径；二是用较多篇幅阐述法律顾问、法务总裁的选聘、维护与管理，帮助经销商意识到风险管理要靠人去实现；法律顾问、法务总裁是风险管理的抓手，提纲挈领就能事半功倍；三是特别重视提升行业惯例的法律地位，帮助实现行业风险的有效管理，特别是对近年来给经销商造成极大困扰和较大损失的“退一赔三”案件，该书力图从源头上、在立法和司法角度帮助经销商长远地维护合法权益。

该书的第一作者陈群是我会的法律顾问，第二作者许哲虎是一位“80后”精英。陈群律师具备的专业法律素养令我敬佩，更难能可贵的是，她是国内少有的既懂法律、又懂汽车的法律专家，能够将法律专业知识有效地运用到汽车流通的实践中；她专注汽车流通十余年，长期为汽车经销商服务，同时参加了我会关于汽车品牌销售管理实施办法、汽车三包规定、汽车国家标准等多项重大行业法律工作。这些宝贵的实践，又进一步丰富和深化了陈群律师对汽车流通行业的理解，对汽车经销商运营特点、服务流程、业务要素的把握。

今天，作者将多年来的宝贵实践经验，编著成了一本指导汽车经销商法务工作的专业书籍，这是实践的结晶、经验的升华、思想的火花。愿更多的汽车经销企业能够从中获益，不断强化法律风险管理意识，不断提升公司治理水平，在汽车流通创新发展的时代大潮中稳步前行！

沈进军

中国汽车流通协会会长

2018年7月30日于北京

自序

从小就喜爱写作，梦想成为作家。也因此，写了不少文章。十多年前就开了博客、时常辛苦码字；近几年更是开了微信公众号“陈群汽车律师”“法律顾问陈群律师”“婚姻家庭与财产传承那些事”；还开了大鱼号“婚姻家庭与财产传承”、百家号“陈姐聊婚姻家庭与财产”、企鹅号“成功者的标配”“婚姻家庭与财产传承”和头条号“陈群律师”。

自以为是个写手，感觉良好。然而，“不吃梨不知梨滋味”，开始写书了，才知道，写书根本不同于写一般文章，写书是个大工程、大动作，非常不容易！

特别想把从事汽车经销商法律服务十来年的种种经验、感受、得失以及对经销商的种种观察了解以《汽车经销商法律风险管理攻略》之名写出来。因为，汽车经销商们太需要这样的书了。这本书的原则、理念、方法、合同文本等，是所有的汽车经销商可以借鉴甚至是可以直接使用的。

2016年，我们写了基本框架和主要内容，基本定稿，但自我感觉不够好，要继续打磨。我们清楚，《汽车品牌销售管理实施办法》很快就要修订，新法要来了。果不其然，2017年4月，《汽车销售管理办法》公布了，同时宣布废止《汽车品牌销售管理实施办法》。这样一来，法律依据有了很大的改变，汽车经销商的经营模式也相应地发生巨大改

变，导致法律风险管理的整个系统必须相适应。因而，此前辛苦写作的内容，很大部分就过时了，我们只好推倒重来！就像一栋大厦，快要建成，却突然被迫要推倒重建，那种感受非常痛苦，那段时间极其失落。

但是，我们很快就振作起来。因为，新法刚刚公布，整个风险管理体系都要重塑、重建，对法律风险管理的需求更强；整个行业都需要重新学习，重新安排，重新标定，需要关注的风险点不少。

后来，党的十九大召开，国家的政治、经济形势更加明晰。新时代，中国梦，“一带一路”，法治中国……种种大政方针、条条路径、幅幅蓝图，令我们激动不已、夜不能寐。

所以，我们重新开始，好好回顾了一下中华人民共和国成立以来，特别是这十来年我国汽车流通行业的发展变化、起伏兴衰，仔细梳理了一下经销商最容易出问题、最需要关注的地方。本书集中力量关注风险管理组织架构的安排、几类主要的风险管理人的选任与相处、经销商法律风险管理的实务、特别是像“退一赔三”这样容易致经销商“重伤”的情形以及行业风险管理等，同时提供一些参考文本，希望能实实在在地帮到经销商；特别是那些风险管理的意识和能力相对薄弱的小微型经销商，他们可以直接把参考文本拿来稍加修改后使用。

陈群 许哲虎

2018年7月5日于广东普罗米修律师事务所

- 第一编 《汽车销售管理办法》深刻影响经销商
 - 第一章 《汽车销售管理办法》的前世今生
 - 第一节 “红旗”国车
 - 第二节 “以市场换技术”
 - 第三节 山雨欲来
 - 第四节 姗姗来迟
 - 第二章 全行业因《汽车销售管理办法》而改变
 - 第一节 解读《汽车销售管理办法》
 - 第二节 新模式、新业态、新规则
 - 第三章 配件管理规范化
 - 第一节 原厂配件
 - 第二节 质量相当配件（同质件）
 - 第三节 再制造件
 - 第四节 回用件
 - 第四章 是机会，还是鸡肋
 - 第一节 所有汽车人的机会？
 - 第二节 如何抓住商机
 - 第三节 拓展县域市场
- 第二编 经销商法律风险管理的新时代、新办法
 - 第一章 汽车行业观及法律服务需求观
 - 第一节 汽车销售经营格局
 - 第二节 汽车法律服务现状与特点
 - 第三节 汽车经销商主要的法律服务需求
 - 第四节 汽车法律服务市场需求前瞻
 - 第五节 汽车法律服务对律师的素质要求
 - 第六节 汽车经销商法律事务特点

- [第七节 汽车经营中常见的道德风险](#)
- [第二章 正确认识法律风险](#)
 - [第一节 法律风险的种类](#)
 - [第二节 预见与化解并重](#)
 - [第三节 风险的经济核算](#)
- [第三章 选聘法律顾问的五个标准](#)
 - [第一节 品行良好](#)
 - [第二节 敬业、勤奋](#)
 - [第三节 文笔流畅，社会经验丰富](#)
 - [第四节 懂得权衡，知利弊，存善念](#)
 - [第五节 排除不靠谱的](#)
- [第四章 汽车经销商与法律顾问的相处之道](#)
 - [第一节 真正尊重，切忌“管”](#)
 - [第二节 富养，切忌“抠”](#)
 - [第三节 信赖，切忌“疑”](#)
 - [第四节 理解，切忌“猜”](#)
 - [第五节 自由，切忌“捆”](#)
 - [第六节 充分认识法律顾问的价值，切忌“贪”](#)
- [第五章 构建法律风险防火墙](#)
 - [第一节 用人之道](#)
 - [第二节 总法律顾问](#)
 - [第三节 法务总裁](#)
 - [第四节 法务部](#)
 - [第五节 规章制度](#)
 - [第六节 人防](#)
 - [第七节 技防](#)
- [第六章 法律风险管理](#)

- [第一节 规章制度管理](#)
- [第二节 合同管理](#)
- [第三节 人力资源管理](#)
- [第四节 印章管理](#)
- [第五节 法人治理](#)
- [第六节 市场风险管理](#)
- [第七节 产品风险管理](#)
- [第八节 知识产权管理](#)
- [第九节 业务发展管理](#)
- [第十节 争议解决风险管理](#)
- [第十一节 财务及税务风险管理](#)
- [第十二节 刑事风险管理](#)
- [第七章 汽车行业商业惯例](#)
 - [第一节 行业惯例](#)
 - [第二节 行业惯例的法律地位](#)
 - [第三节 汽车行业惯例的特点](#)
 - [第四节 PDI](#)
 - [第五节 包干维修](#)
 - [第六节 提前销售](#)
 - [第七节 行业习惯的培育、固化](#)
 - [第八节 汽车行业道德](#)
- [第八章 行业风险的防范及管理](#)
 - [第一节 限号、限行、限购](#)
 - [第二节 “车闹”](#)
 - [第三节 反垄断](#)
 - [第四节 “退一赔三”浪潮](#)
 - [第五节 车辆交接环节](#)

- [后记](#)
- [第六节 法律政策变化](#)

第一编 《汽车销售管理办法》深刻影响经销商

汽车经销商的法律风险管理是个系统工程，因为风险本身是动态地发展变化的，所以对风险的预见、把握及处理技巧就特别体现法律顾问的经验和功力。

经销商要舍得在法律上投入，聘请经验丰富的律师系统地设计、精细地建设风险防控应对体系，并持续地维护、适时地修正。

经销商要切记，不宜追求绝对的完美，不宜面面俱到、眉毛胡子一把抓，提纲挈领就好，把握法律顾问、法务总裁这两个抓手即可轻松地、高效地实现法律风险管理。

同理，律师要进入汽车行业、成为汽车经销商的法律顾问，要先了解汽车经销商及汽车法律服务。

本书作者深入汽车经销商企业和汽车流通行业协会，持续地为众多汽车经销商全面提供法律服务，了解汽车流通领域这十来年的发展变化，了解汽车流通行业的法律、法规、政策、行业惯例，了解汽车经销商的苦处、痛处、难处，了解所服务过的豪华汽车品牌，了解汽车相关热点事件和重大的、典型的案件，感触较多、经验较多、教训也不少，

将这些经验汇集成文字出版，可以让读者少走弯路、多些成功。

本书从律师与经销商两个角度解析汽车经销商法律风险管理的理念、策略、方法、禁忌，着重给经销商一些有用的方法、建议，希望作者的善意能够尽量不受减损地传达到读者，并能实实在在地帮到读者。

可以想见，一本书不可能穷尽风险管理的全部要旨，一两个作者也不代表全部法律顾问的观点或经验，风险管理的规则与规律也不是千篇一律的。本书内容仅供参考，如有不同意见欢迎分享。

第一章 《汽车销售管理办法》的前世今生

第一节 “红旗”国车

一、开国神车

我国早在1958年就能独立自主地生产高级小轿车，该款高级轿车被命名为“红旗”，形神皆颇具中国特色，可以说，红旗轿车代表的就是国家的形象、国家的实力。当年的国家领导人毛泽东、周恩来等人都乘坐敞篷红旗轿车检阅军队、检阅天安门广场上热情高涨的人民群众。红旗轿车作为一种标志，总是与重大典礼、重要国事联系在一起，国家领导人乘坐红旗轿车的形象家喻户晓、深入人心。所以，大部分中国人都知道，红旗车是我国的开国神车、我国国家领导人的专属座驾品牌。

二、黯然停产

从1958年到1981年，我国在20多年里总共生产了1540辆“红旗”牌高级轿车。然而，令人惊愕的是，1981年，一纸批文，这个生产了23年的“国车”停产了。从此，我国的“红旗”牌轿车，世界闻名的中国国产第一车，被迫谢幕退场、从无限辉煌的顶峰陨落。

据说，“红旗”被下马是因为耗油量大、成本高、产量低。难道，这些问题不可以解决吗？背后的原因不得而知。这一批文使中国完全停止了轿车的生产。一个重要的工业品类就这样失去了。