



# 售后服务管理条例

## 前 言

一汽-大众汽车有限公司至今已经走过了整整十一年的发展历程，大众品牌宝来轿车的投产，标志着其产品技术状况已经具备了参与国际竞争的条件。

同样，这也给一汽-大众的售后服务工作提出了更高的要求，如何能将产品技术的资源优势转化为对广大用户的优质服务，打造全新的大众品牌服务管理新模式，让用户在买到产品的同时能充分享受到服务所带来的快乐，也为了强化全国各经销商的服务管理水平，全面落实 2002 年服务年会的精神，我们重新对原有的《服务组织手册》进行了全面的修改和完善，并更名为《售后服务管理条例》，做为各经销商组织服务过程中的指导性文件。

请各经销商能认真组织学习，共同为大众品牌的服务贡献我们的力量，赢得更高的用户满意度！

一汽-大众汽车有限公司  
销售服务部售后服务科

---

## 目 录

1. 经销商基本概念	4
2. 经销商岗位分工	9
3. 经销商岗位人员描述	10
4. 经销商岗位设置要求及人员任职管理	23
5. 经销商专用工具、设备订购与管理条例	25
6. 培训管理条例	27
7. 经销商应用 R3 系统管理条例	32
8. 技术与管理资料的配备及管理条例	42
9. 经销商建设有关规定	43
10. 过渡服务管理	45
11. 服务（开业）管理条例	47
12. 售后服务核心流程	49
13. 经销商技术管理条例	56
14. 大众品牌轿车质量担保管理条例	61
15. 经销商内部管理软件	69
16. 信息管理条例	78
17. 备件仓库管理条例	85
18. 经销商备件订货管理条例	105
19. 经销商备件管理相关要求	125
20. 环境管理条例	130

---

## 经销商基本概念

### 1. 范围

对一汽-大众经销商的基本概念进行描述，适用于对一汽-大众与经销商间关系的理解。

### 2. 管理内容

#### 2.1 经销商概念

##### 2.1.1 一汽-大众特许经销商（3S）

一汽-大众销售有限责任公司授权在指定区域内从事合同产品的销售、服务等经营活动的法人实体。

##### 2.1.2 一汽-大众特许经销商（服务）

一汽-大众汽车有限公司授权在指定区域内从事合同产品服务的法人实体或企业。

2.1.3 售后服务管理条例中提到的“经销商”，指三位一体或单一服务的一汽-大众特许经销商，简称“经销商”。

#### 2.2 经销商责任

与一汽-大众公司共同对所负责区域合同产品的市场进行充分开拓，为提高产品的市场份额和持续增长做出努力。维护一汽-大众公司的产品信誉和声誉，树立一汽-大众公司的产品形象和服务形象，履行其协议中承担的责任。

#### 2.3 经销商与一汽-大众公司的关系

是合作伙伴关系。经销商自主经营、自负盈亏，一汽-大众不参与经销商的经营管理。经销商开展销售、服务方面的业务必须规范，符合一汽-大众公司的标准要求。经销商应接受一汽-大众方面的监督指导，一汽-大众在业务方面给

予支持。

## 2.4 服务宗旨

“信誉第一、用户至上”是一汽-大众公司严格恪守的服务宗旨。一汽-大众公司的服务网络成员必须按照这一宗旨，做好本地区的服务工作。

## 2.5 经销商的服务范围

- 2.5.1 授权产品的质量担保；
- 2.5.2 授权产品规定里程的免费保养；
- 2.5.3 业务和技术方面的咨询；
- 2.5.4 授权产品的维修；
- 2.5.5 一汽-大众原厂备件销售。

## 2.6 一汽-大众对经销商的支持

- 2.6.1 提供统一的建筑标准；
- 2.6.2 提供统一的形象建设标准及标识标准；
- 2.6.3 贯彻先进的管理模式；
- 2.6.4 免费提供技术培训、管理培训、索赔培训、备件培训及计算机业务培训；
- 2.6.5 疑难维修技术支持；
- 2.6.6 提供技术资料、管理资料；
- 2.6.7 统一订购专用工具、仪器设备，指导通用工具订购；
- 2.6.8 提供 R3 网络及经销商内部管理软件；
- 2.6.9 提供原厂备件；
- 2.6.10 免费提供产品宣传及服务宣传资料；
- 2.6.11 授权开展售前整备、首保及索赔业务；

2.6.12 指导经销商开展服务营销。

## 2.7 一汽-大众特许经销商建设及投资规模

### 2.7.1 经销商规模计算模式

市场保有量：设定为 2000 台

本站欲占市场份额：2000 台  $\times$  50%=1000 台

忠实用户所占份额：0.5  $\times$  2000 台  $\times$  80%=800 台

平均每台车一年需要的卖出小时：25 小时/台年

本站一年潜在的卖出小时：25 小时/台年  $\times$  800 台=20000 小时/年      劳动

效率：110%

本站一年潜在的实际维修小时：20000 小时/年  $\div$  110%=18182 小时/年

本年工作日：300 天/年

每天潜在实际维修小时：18182 小时/年  $\div$  300 天/年=61 小时      每人每天

实际出勤小时：8 小时

劳动生产率：90%

每人每天实际维修工时：8 小时  $\times$  90%=7.2 小时/人天

本站需设立的有效维修人员数：61 小时/天  $\div$  7.2 小时/人天=8.4 人

工位数：8.4  $\times$  1.2=10

注：上述提供的数据均为假设，目的是清楚提供经销商规模计算方法。

2.7.2 维修面积      基本工位：4000mm  $\times$  7000mm+4000mm  $\times$  3mm=40m<sup>2</sup> 常规维修

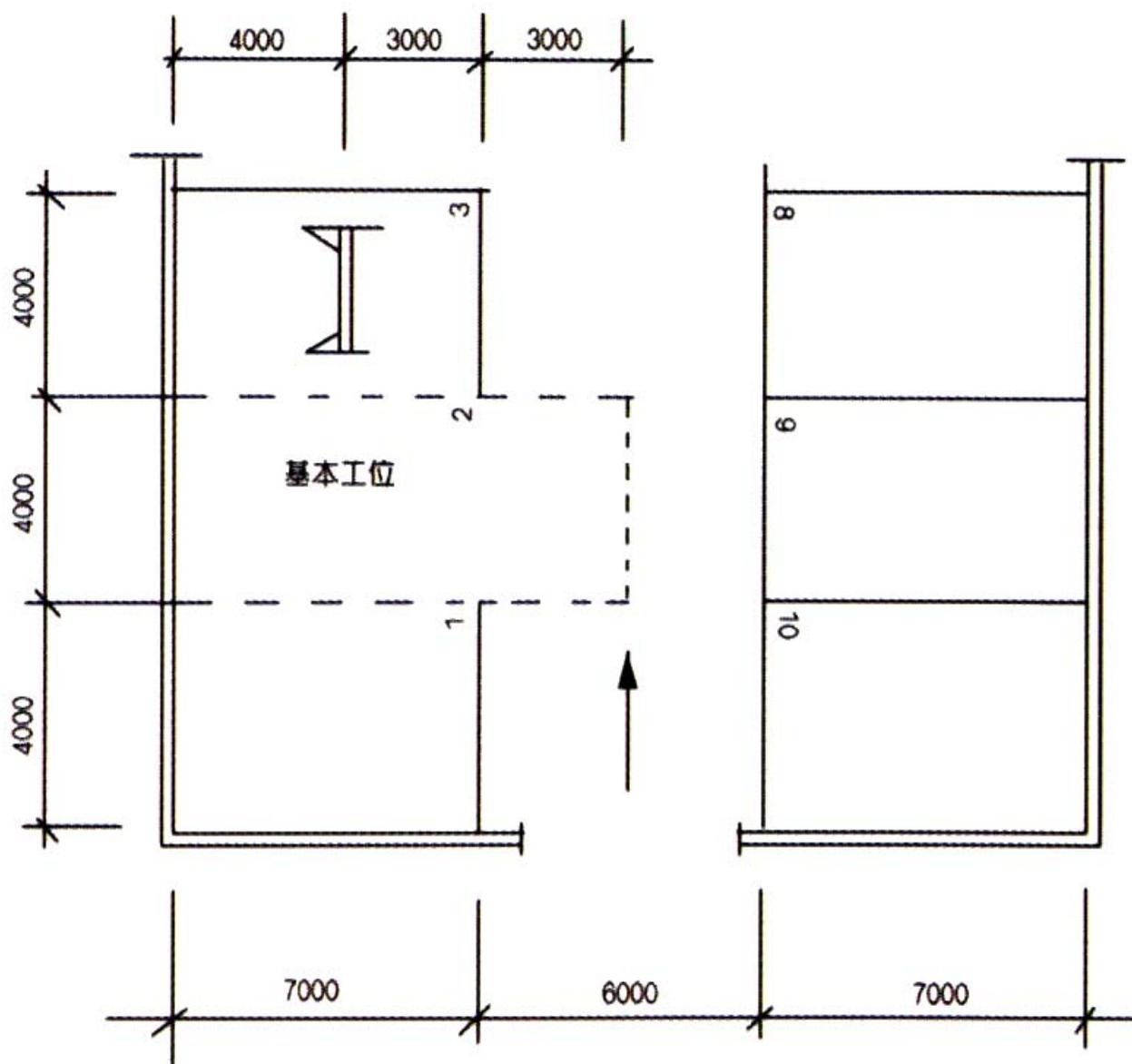
工位：40m<sup>2</sup>  $\times$  10=400m<sup>2</sup>      钣金工位：5000mm  $\times$  7000mm=35m<sup>2</sup>

35m<sup>2</sup>  $\times$  4=140m<sup>2</sup>

油漆工位：3600mm  $\times$  6000mm=21.6m<sup>2</sup>

$21.6\text{m}^2 \times 2 = 43.2\text{m}^2$     其它:  $350\text{m}^2$

总计:  $1000\text{m}^2$



### 2.7.3 维修车间主要功能空间最小面积要求

功能空间	服务站规模		
	大	中	小
总成修理间	2 m <sup>2</sup> /机修工位		
工具资料室	22 m <sup>2</sup>	18 m <sup>2</sup>	16 m <sup>2</sup>
零件清洗间	16 m <sup>2</sup>	13 m <sup>2</sup>	10 m <sup>2</sup>
拆装件库	3 m <sup>2</sup> /钣金工位		
钣金工具设备库	24 m <sup>2</sup>	20 m <sup>2</sup>	16 m <sup>2</sup>
工人休息室	1.5 m <sup>2</sup> /钣金工位		
男更衣室	1.0 m <sup>2</sup> /钣金工位		
女更衣室	1.2 m <sup>2</sup> /钣金工位		
油漆库、调漆间	16 m <sup>2</sup>	14 m <sup>2</sup>	12 m <sup>2</sup>
洗手间	0.6 m <sup>2</sup> /人		
备件库	25 m <sup>2</sup> /工位		

#### 2.7.4 建设投资

厂房建筑投资： $1000\text{RMB}/\text{m}^2 \times 1000\text{m}^2 = 100$  万 RMB

三位一体展厅投资（标准 2 伞形支撑）：350 万 RMB

业务接待大厅（单项服务）： $2000\text{RMB} \times 300 = 60$  万 RMB

通用工具设备投资：50 万元

专用工具投资：50 万元（含宝来专用工具）

服务车：15 万元

IT 系统投资：15 万元

办公系统投资：10 万元

合计：

三位一体投资：100 万+350 万+50 万+50 万+15 万+15 万+10 万=590 万元（不含土地费）

单一服务投资：100 万+60 万+50 万+50 万+15 万+15 万+10 万=300 万元（不

含土地费）

### 一汽-大众经销商（服务）岗位分工图

总经理

### 一汽-大众经销商(服务)岗位分工图



## 经销商人员岗位描述

### 1. 范围

明确各岗位人员的职责和权限，保证工作有效、有序进行。

适用于经销商各岗位人员的管理。

### 2. 岗位描述

#### 2.1 总经理

2.1.1 职务名称: 总经理

2.1.2 直接下属

2.1.2.1 营销部部长

2.1.2.2 服务总监

2.1.2.3 财务部部长

2.1.2.4 综合部部长

2.1.3 职责与权限

2.1.3.1 落实国家及行业的各项法律、法规，制定、落实企业方针、政策，并贯彻一汽-大众的各项政策；

2.1.3.2 直接领导各部长及服务总监的工作；

2.1.3.3 负责公司内文件的审批；

2.1.3.4 负责定期对公司的经营状况、管理、服务质量等进行评审；

2.1.3.5 负责公司所需资源的配备；

2.1.3.6 有投资决策权、经营权、人事任免权、现金使用审批权等。

2.1.4 管辖范围: 公司内所有部门和人员。

2.1.5 素质要求(略)

## 2.2 服务总监

2.2.1 职务名称:服务总监

2.2.2 直接上级:总经理

2.2.3 直接下属

2.2.3.1 服务经理

2.2.3.2 备件经理

2.2.3.3 技术经理

2.2.4 职责与权限

2.2.4.1 按品牌服务的要求,对经销商进行管理;

2.2.4.2 负责与一汽-大众售后服务科的业务联系,并落实其各项工作安排;

2.2.4.3 直接领导服务经理、备件经理和技术经理的工作;

2.2.4.4 重大质量问题及服务纠纷的处理;

2.2.4.5 定期向总经理和一汽-大众报告经销商的生产、经营和管理等工作;

2.2.4.6 具有生产指挥权、监督权、站内人员调动权,对公司投资、经营等活动的建议权。

2.2.5 管辖范围:服务部所有部门和人员。

2.2.6 素质要求

2.2.6.1 具有大专或以上文化程度,汽车及相关专业;

2.2.6.2 精通市场营销管理、财务管理、人事管理等企业管理知识;

2.2.6.3 具有较强的计划、组织、协调能力;

2.2.6.4 能够进行计算机操作。

## 2.3 服务经理

2.3.1 职务名称:服务经理

2.3.2 直接上级:服务总监

2.3.3 直接下属

2.3.3.1 服务顾问

2.3.3.2 索赔员

2.3.3.3 IT 信息员

2.3.4 职责与权限

2.3.4.1 负责解决服务过程中与用户发生的纠纷;

2.3.4.2 负责同备件经理联系, 解决维修所需备件;

2.3.4.3 负责外出救援服务、预约服务、用户投诉、走访用户等工作的管理, 并参与对重大维修服务项目的评审;

2.3.4.4 参预维修工具和设备的配备;

2.3.4.5 负责下属劳动纪律的管理;

2.3.4.6 负责所辖区域现场环境的管理;

2.3.4.7 监督、检查、指导维修人员工作;

2.3.4.8 负责组织开展服务营销。

2.3.5 管辖范围

2.3.5.1 机修车间

2.3.5.2 钣金车间

2.3.5.3 油漆车间

2.3.5.4 索赔件库

2.3.5.5 业务接待厅

### 2.3.6 素质要求

- 2.3.6.1 具有大专以上学历，汽车或相关专业；
- 2.3.6.2 三年以上汽车维修工作经验；
- 2.3.6.3 具有一定的服务营销知识、丰富的汽车理论知识和汽车维修经验；
- 2.3.6.4 能够熟练地操作计算机；
- 2.3.6.5 有较丰富的管理经验及较强的组织、协调能力；
- 2.3.6.6 有较强的语言表达能力；
- 2.3.6.7 熟悉汽车驾驶，有驾驶执照。

### 2.4 技术经理

2.4.1 职务名称:技术经理

2.4.2 直接上级:服务总监

2.4.3 直接下属

2.4.3.1 质量检查员

2.4.3.2 内部培训师

2.4.3.3 工具/资料管理员

2.4.4 职责与权限

2.4.4.1 负责定期收集技术疑难问题及批量投放的质量信息；

2.4.4.2 负责 HST 等技术资料的消化、吸收并指导使用；

2.4.4.3 协助一汽-大众售后服务科开展技术支持工作；

2.4.4.4 负责控制、监督经销商的维修质量；

2.4.4.5 负责疑难故障的诊断及维修技术攻关，指导车辆维修；

2.4.4.6 负责监督、指导维修人员使用专用工具；

2.4.4.7 负责建立文件化的质量体系，推行 ISO9001 标准认证。

2.4.5 管辖范围：工具库

2.4.6 素质要求

2.4.6.1 大专或以上学历，汽车或汽车维修专业；

2.4.6.2 三年以上汽车维修工作经验；

2.4.6.3 具有一定的外语阅读能力，能够熟练地操作计算机；

2.4.6.4 具有良好的语言表达能力、文字表达能力及沟通能力；

2.4.6.5 具有较强的组织、协调能力；

2.4.6.6 熟悉汽车驾驶，有驾驶执照。

## 2.5 备件经理

2.5.1 职务名称：备件经理

2.5.2 直接上级：服务总监

2.5.3 直接下属

2.5.3.1 备件销售计划员

2.5.3.2 备件仓库管理员

2.5.4 职责与权限

2.5.4.1 负责保证维修所需的充足的备件供应，对是否一汽-大众原厂备件负责；

2.5.4.2 负责建立合理的备件库存量，指导库管员对库房的管理；

2.5.4.3 负责备件订购计划的审批；

2.5.4.4 负责组织备件的到货验收及备件的入库检验；

2.5.4.5 负责定期组织人员进行库存盘点；

2.5.4.6 负责审核备件管理帐目，抽检库存备件状况；

2.5.4.8 负责实施备件管理方面的培训；

2.5.4.9 负责制定备件位置码。

2.5.5 管辖范围

2.5.5.1 备件库

2.5.5.2 材料库

2.5.6 素质要求

2.5.6.1 具有大专或以上文化程度；

2.5.6.2 具备一定的营销常识；

2.5.6.3 具有丰富的汽车构造知识；

2.5.6.4 有丰富的管理经验，一定的组织能力及协调能力；

2.5.6.5 能熟练地操作计算机；

2.5.6.6 熟悉汽车驾驶，有驾驶执照。

## 2.6 服务顾问

2.6.1 岗位名称:服务顾问

2.6.2 直接上级:服务经理

2.6.3 直接下属:机/电技工、油漆技工、钣金技工

2.6.4 职责与权限

2.6.4.1 引导、受理用户预约；

2.6.4.2 负责维修车辆用户的接待工作；

2.6.4.3 负责用户车辆的故障诊断，与用户达成协议（任务委托书）；

2.6.4.4 负责车辆维修后的电话服务跟踪；

2.6.4.5 负责向索赔员传递车辆状态信息，并负责索赔技术鉴定；

2.6.4.6 负责向维修技师传达用户的想法，描述车辆的故障形态，分配维修工作任务；

2.6.4.7 负责交车工作，解释维修内容；

2.6.4.8 负责建立、完善用户档案。

2.6.5 素质要求

2.6.5.1 具有大专以上学历程度，汽车专业或汽车维修专业；

2.6.5.2 有较丰富的汽车维修经验；

2.6.5.3 能够准确地判断故障原因，并能准确估算维修价格及维修时间；

2.6.5.4 具有管理经验，较强的语言表达能力、组织协调能力；

2.6.5.5 能熟练地操作计算机；

2.6.5.6 熟悉汽车驾驶，有驾驶执照。

2.7 索赔员

2.7.1 岗位名称:索赔员

2.7.2 直接上级:服务经理

2.7.3 职责与权限

2.7.3.1 负责故障件的原因分析，判定是否为索赔范围；

2.7.3.2 负责正常索赔申报及超出权限的索赔申请；

2.7.3.3 负责索赔件及索赔件记录的管理，建立索赔件台帐；

2.7.3.4 负责向一汽-大众返还发生索赔的故障件；

2.7.3.5 负责索赔件库的管理工作。

2.7.4 素质要求

- 2.7.4.1 大专以上文化程度，汽车专业；
- 2.7.4.2 熟悉产品结构性能，从事汽车维修行业工作三年以上；
- 2.7.4.3 熟悉计算机操作；
- 2.7.4.4 具有一定的语言表达能力和协调能力,年龄在 35 岁以下；
- 2.7.4.5 具有一定的损伤件鉴定能力；
- 2.7.4.6 熟悉汽车驾驶，有驾驶执照。

## 2.8 内部培训员

- 2.8.1 岗位名称:内部培训员
- 2.8.2 直接上级:技术经理
- 2.8.3 职责与权限:负责本站内的各项技术培训工作。

### 2.8.4 素质要求

- 2.8.4.1 大专以上文化程度，汽车或汽车维修专业；
- 2.8.4.2 熟悉汽车构造及相关知识，具有较强的汽车维修技能；
- 2.8.4.3 较强的语言表达能力；
- 2.8.4.4 熟悉计算机操作
- 2.8.4.5 具有一定的英语阅读能力
- 2.8.4.6 熟悉汽车驾驶，在驾驶执照。

## 2.9 质量检查员

- 2.9.1 岗位名称:质量检查员
- 2.9.2 直接上级:技术经理
- 2.9.3 职责与权限

- 2.9.3.1 负责维修质量的检验；

- 2.9.3.2 负责监督维修人员的维修工作；
- 2.9.3.3 负责不合格品返修质量的监督、检查；
- 2.9.3.4 负责参与重大、疑难故障的分析、鉴定。

#### 2.9.4 素质要求

- 2.9.4.1 具有中专以上文化程度，汽车专业或汽车维修专业；
- 2.9.4.2 具有丰富的汽车维修知识和汽车理论知识；
- 2.9.4.3 具有一定的组织能力、协调能力及管理经验；
- 2.9.4.4 熟悉汽车驾驶，有驾驶执照。

### 2.10 机/电技工

2.10.1 岗位名称:机/电技工

2.10.2 直接上级:服务顾问

2.10.3 职责与权限

- 2.10.3.1 负责车辆的机修、电修工作；
- 2.10.3.2 负责本工位设备及使用工具的维护、管理；
- 2.10.3.3 负责工序质量的自检；
- 2.10.3.4 负责工位区域环境的清洁和保持。

2.10.4 素质要求

- 2.10.4.1 高中或技校以上文化程度，熟悉汽车驾驶；
- 2.10.4.2 具有一定的汽车理论知识，丰富的汽车维修经验，年龄在 40 岁以下的男性。

### 2.11 钣金技工

2.11.1 岗位名称:钣金技工

2.11.2 直接上级:服务顾问

2.11.3 职责与权限

2.11.3.1 负责车辆的钣金维修工作;

2.11.3.2 负责本工位设备、使用工具的维护、保管;

2.11.3.3 负责工序质量的自检;

2.11.3.4 负责工位区域环境的清洁和保持。

2.11.4 素质要求

2.11.4.1 高中或技校以上的文化程度;

2.11.4.2 具有一定的汽车理论知识,丰富的汽车维修经验;

2.11.4.3 从事过二年以上的汽车钣金维修工作,年龄在40岁以下。

**2.12 油漆技工**

2.12.1 岗位名称:油漆技工

2.12.2 直接上级:服务顾问

2.12.3 职责与权限

2.12.3.1 负责车辆维修的调漆、喷漆工作;

2.12.3.2 负责本工位设备及使用工具的维护、管理;

2.12.3.3 负责工序质量的自检;

2.12.3.4 负责工位区域环境的清洁和保持。

2.12.4 素质要求

2.12.4.1 具有高中或技校以上文化程度;

2.12.4.2 具有一定的汽车理论知识,丰富的汽车维修经验;

2.12.4.3 年龄在40岁以下,二年以上本工种工作经验。

## 2.13 工具/资料管理员

2.13.1 岗位名称:工具/资料管理员

2.13.2 直接上级:技术经理

2.13.3 职责与权限

2.13.3.1 负责建立工具、设备台帐档案;

2.13.3.2 负责建立工具借用记录;

2.13.3.3 负责库存工具的管理;

2.13.3.4 负责维修技术资料的管理。

2.13.4 素质要求

2.13.4.1 高中或中专以上文化程度;

2.13.4.2 具有文件资料管理知识;

2.13.4.3 了解库房管理知识。

## 2.14 备件销售计划员

2.14.1 岗位名称:备件销售计划员

2.14.2 直接上级:备件经理

2.14.3 职责与权限

2.14.3.1 制定备件订购计划,并向一汽-大众发出备件订单开展备件订货工作;

2.14.3.2 负责备件订货发票的审核;

2.14.3.3 负责备件订货资料的存档;

2.14.3.4 负责填写《索赔申请单》,向一汽-大众备件科提出备件索赔;

2.14.3.5 通知财务部及时向一汽-大众结算备件款;

2.14.3.6 负责制定备件的储备定额及最低库存量；

2.14.3.7 负责到货备件的信息输入电脑，填写本单位备件业务报表，对市场及订货行预测，并将有关信息反馈给一汽-大众备件科。

2.14.4 素质要求

2.14.4.1 具有中专以上文化程度；

2.14.4.2 能够熟练地操作计算机；

2.14.4.3 具有一定的管理知识及管理经验；

2.14.4.4 具备一定的汽车构造知识，了解车辆维修常识和营销知识。

## 2.15 备件仓库管理员

2.15.1 岗位名称:备件仓库管理员

2.15.2 直接上级:备件经理

2.15.3 职责与权限

2.15.3.1 负责按要求对库存备件进行规范化的管理；

2.15.3.2 负责备件的入库验收及维修备件的发放工作，建立库存帐目，保存各种原始凭证；

2.15.3.3 根据库存储备情况，向计划员发出订货需求；

2.15.3.4 负责库存备件的定期清典工作；

2.15.3.5 负责备件库的环境、安全及防火。

2.15.4 素质要求

2.15.4.1 具有高中以上文化程度；

2.15.4.2 熟练掌握计算机操作；

2.15.4.3 具有一定的汽车理论、汽车构造及维修常识；

2.15.4.4 有一定的仓库管理经验。

## 2.16 IT 信息员

2.16.1 岗位名称：IT 信息员

2.16.2 直接上级：服务经理

2.16.3 职责与权限

2.16.3.1 负责车辆销售一周内的电话质量跟踪；

2.16.3.2 负责用户来电记录，来信、来函的收集，并将信息向相关部门传递；

2.16.3.3 负责来自一汽-大众及其它部门的信息接收、登记、传递及管理，并负责信息反馈工作。

2.16.3.4 负责 R3 信息(基础信息、人员信息、培训信息、售后服务月报等)的维护、接收与反馈。

2.16.3.5 负责 WEB 信箱信息的接收反馈与存档。

2.16.3.6 负责经销商内部的 IT 信息工作。

2.16.4 素质要求

2.16.4.1 具有中专以上文化程度，计算机或相关专业；

2.16.4.2 了解汽车构造、汽车维修知识，二年以上工作经验；

2.16.4.3 具有较好的语言表达能力；

2.16.4.4 熟悉汽车驾驶，有驾驶执照。

## 经销商岗位要求及人员任职管理

### 1. 范围

对经销商岗位设置、人员任职条件及审批程序进行规定。

适用于经销商管理人员及技术人员任职管理。

### 2. 管理内容

#### 2.1 岗位设置要求

2.1.1 服务总监：1名

2.1.2 服务经理：1名

2.1.3 服务顾问：每名服务接待负责每天接待15—18位客户

2.1.4 索赔员：1名（年索赔量超过2000台次，设2名）

2.1.5 IT信息员：1名（日维修量超过60台次时设专职，不足60台可由服务顾问兼任）

2.1.6 技术经理：1名

2.1.7 工具/资料管理员：1名

2.1.8 质量检查员：1名

2.1.9 内部培训师：1名（可由技术经理兼任）

2.1.10 维修人员：每名维修人员平均每天维修车辆2.8台次

2.1.11 备件经理：1名

2.1.12 备件销售计划员：1名

2.1.13 备件仓库管理员：1名

#### 2.2 人员任职管理

2.2.1 全部人员任职都应符合《经销商人员岗位描述》的规定。

2.2.2 经销商服务总监、服务经理、索赔员、服务顾问、技术经理、质量检查员、内部培训师任职前需填写《一汽-大众特许经销商人员任职资格审批表》，报一

汽-大众售后服务科审批，合格后发上岗证；备件经理任职前填写《一汽-大众特许经销商人员任职资格审批表》报备件科审批，合格后发上岗证。要求上述岗位人员必须做到持证上岗。

2.2.3 经销商的其它岗位业务人员由经销商推荐和指派,报一汽-大众备案,即可上岗。

2.2.4 各类人员上岗前必须按要求参加一汽-大众组织的业务培训,经考试合格方能上岗。

2.2.5 任何岗位的员工,如不能胜任本职工作或因工作失误或人为因素给一汽-大众及经销商造成不良影响,一汽-大众有权向经销商提出更换,同时执行原人员任职审批程序。

2.2.6 经一汽-大众培训、审批上岗人员,原则上在其岗工作期限至少为一年,二年内不得离开任职经销商处。

2.2.7 某岗位人员更换,必须提前半个月通知一汽-大众服务科及备件科,经过一汽-大众认可同意,新上岗人员经培训合格后,方可正式上岗工作。

2.2.8 对擅自撤消、更换管理人员的经销商,我们将视情节作如下处理:

2.2.8.1 网内通报批评,经销商评比降低一个档次;

2.2.8.2 撤消经销商的索赔资格或备件订货资格,直至撤消一汽-大众特许经销商资格;

2.2.8.3 对于未经过培训上岗人员负责的业务,一汽-大众将不予受理。

## 经销商专用工具、设备订购与管理条例

### 1. 范围

本条例对配备专用工具、检测仪器及设备(以下简称专用工具)订购方法和管理要求进行规定。

适用于经销商专用工具订购及内部工具的管理。

### 2. 管理内容

#### 2.1 专用工具订货要求

2.1.1 一汽-大众特许经销商在签定意向性合作协议之后必须配备一套相应的专用工具,以用于对一汽-大众产品进行规范的检测与维修。如专用工具未配备到位,则不能开展过渡服务或正式开业。

2.1.2 专用工具订货通过 R3 系统进行。

2.1.3 初次订货时各经销商必须按一汽-大众售后服务科制定的标准清单订购全套专用工具,不得以任何理由不订、少订或分批订购。

2.1.4 为保证经销商维修效率及维修质量,专用工具实行品牌独立原则,不得与非一汽-大众公司品牌产品共用专用工具。对同为一汽-大众公司品牌的大众与奥迪经销商,专用工具中的相同部分,不可互相顶替,应按各自品牌要求分别订购。

2.1.5 各经销商应根据各自类型订购相应类型专用工具,对类型不符的订货不予办理。例如,单一捷达经销商不能订购宝来轿车专用工具。

2.1.6 经销商应在接到一汽-大众公司专用工具汇款通知后七日内汇出工具款。如有延误,交货期将顺延。

2.1.7 经销商在每批专用工具到货后应根据装箱单在一周内清点完毕,并认真填

写清点反馈单，传给发货人。若一周内不传回反馈单，则视为全部收到，逾期提出异议，将不予受理。若清点结果与装箱单不符或货物存在质量问题，可直接与发货人协调解决。经销商可自行提货。

2.1.8 经销商在配备专用工具后，如在使用中发生工具损坏或丢失应及时向一汽-大众公司补订，若因不及时补订工具而影响服务，后果由经销商自负。

2.1.9 专用工具的质量担保期为一年（特殊情况除外），自各经销商反馈清单日期开始计算。如专用工具在包修期内出现故障，经销商可与一汽-大众指定的售后服务商联系获得免费维修服务（人为损坏或其它意外损坏除外）；超过包修期的，将收取维修成本费及手工费。

2.1.10 专用工具配备到位是经销商开展过渡服务或开业的必要条件之一，如经销商未在规定时间内按要求实施专用工具订货，且经通报仍不订购，一汽-大众将取消其签订的意向性协议。

## 2.2 专用工具使用及管理规定

2.2.1 经销商必须严格按照维修手册要求，使用专用工具进行车辆保养或维修工作，不得使用其它非正规工具或进行非正规操作。

2.2.2 专用工具的使用必须规范，以免造成工具的非正常损坏，影响维修质量。

2.2.3 专用工具必须存放于独立的专用工具间，工具上挂板，并设专人负责其日常管理。

2.2.4 经销商必须建立专用工具档案，对专用工具的日常借用应认真登记，并随时按售后服务科要求上报有关数据。

2.2.5 以上各项规定，由一汽-大众售后服务科驻各地现场代表负责监督检查，对不按规定执行者，售后服务科根据情节给予相应处理。

## 培训管理条例

### 1. 适用范围

对一汽-大众为经销商提供的培训进行了规定。

适用于对经销商技术培训、管理培训、索赔培训、备件培训等的管理。

### 2. 管理内容

**2.1 培训项目：**培训分技术培训、管理培训、索赔培训、备件培训和计算机业务培训等，具体培训项目及说明见《培训项目表》。

#### 2.2 培训有关规定

2.2.1 经销商在签订《售后服务意向性协议》后，即可通过 R3 网或因特网了解培训信息，准确及时地通过 R3 网申报培训、查询培训通知及回复回执（若有特殊原因未连通 R3 网，可通过传真与相关业务组联系），并应在过渡服务或开业前完成各项培训。

2.2.1.1 对于技术培训中的基础培训和专家级培训，售后服务科根据经销商状况统一编排培训计划，安排培训，经销商不必另行申报。

2.2.1.2 对于新车型、新项目培训，由售后服务科依据销售方案制定培训计划，经销商不必另行申报。

2.2.1.3 售后服务科、备件科将根据服务网的需求，定期对培训项目做适当调整（以 R3 中提示的项目为准）

2.2.1.4 经销商应至少提前培训日三个月申请培训，以便给售后服务科/备件科充足时间安排培训班次。

2.2.2 对于经销商申请参加并经一汽-大众确认的各类培训，经销商若无特殊理由不参加，第一次将给予警告，第二次给予通报批评，第三次交由服务网络考

核部门处理。

2.2.3 培训时间和地点及食宿将由一汽-大众统一安排。食宿费用及交通费用由经销商自理。

2.2.4 每次培训结束后，学员需经一汽-大众考核，对成绩合格者发给培训记录册并录入 R3 培训信息库。

2.2.5 对于技术培训，每次培训结束后，参加培训的学员需要对所在经销商（服务）的其他员工开展培训，将此次培训所学到的知识点与其他员工共享，并尽快地将《经销商（服务）内部培训信息反馈单》回传到售后服务科培训组，无此反馈单者将不予发放培训记录册。

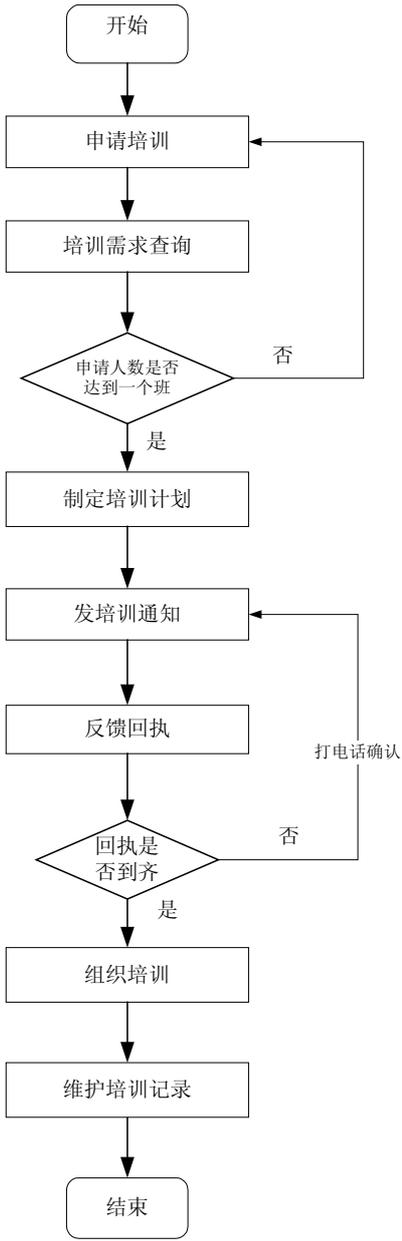
2.2.6 经过一汽-大众培训的人员脱离服务网时，经销商必须以书面的形式通知一汽-大众售后服务科或备件科，同时经销商应收回该人的培训记录册。

2.2.7 学员必须遵守培训纪律，听从培训教师安排，如违反纪律一汽-大众将取消其参加培训的资格。

### 培训项目表

项目		培训内容	代码	培训天数	参加人员	备注	
维修技术	基础培训	维修保养	AFBT015	3	维修人员		
		电气系统	AFBT075	4	维修人员		
	高级培训	汽/柴油发动机	各系统结构、原理、拆装、调整，常见故障排除等	AFAB025	5	内部培训师、技术经理	每年每站每项目限报2人次
		底盘/变速箱		AFAB045	5	内部培训师、技术经理	
		电气/电子舒适系统/空调		AFAB075	5	内部培训师、技术经理	
		钣金	AFAB085	5	钣金工		
		油漆	AFAB095	5	油漆工		
	专家级培训	汽/柴油发动机	交流、总结多发故障及疑难故障的分析与排除方法、深入解析系统原理，为服务网提供技术经验，为HST提供素材和依据	AFEX025	2	技术经理或内部培训师	选有一定技术实力和影响力的经销商派人参加
		底盘/变速箱		AFEX045	2	技术经理或内部培训师	
		电气/电子舒适系统/空调		AFEX075	2	技术经理或内部培训师	
管理培训	服务营销	时间控制模式、小组工作模式、经营分析	AFFGZ	4			
	管理模式及用户沟通	用户抱怨与冲突、核心流程、用户关系技巧	AFFGJ	4			
索赔培训	索赔业务培训	索赔管理条例、索赔件管理 离网上传，在网录入、修改索赔单	AFSYJ	6	索赔员	开展过渡服务前必须完成	
计算机业务	R3系统	R3中人员管理、信息管理、车辆信息反馈	AFFR3	3	索赔员		
	经销商内部管理软件	内部管理软件安装、调试、使用	AFFDJ	3	索赔员或服务顾问		
备件培训	备件业务	一汽-大众备件体系、备件订货及管理系统，备件管理条例及电子目录系统	ABP21	4	备件经理		
	计算机网络订货	电子目录使用、在R3建立订单及发送、订货跟踪、ID卡使用	ABP22	4	备件计划员		

经销商培训工作流程

负责部门	流 程	说 明
经销商  培训员   培训员  培训员  经销商   培训员   培训员	 <pre>                     graph TD                         Start([开始]) --&gt; Apply[申请培训]                         Apply --&gt; Check[培训需求查询]                         Check --&gt; Decision1{申请人数是否达到一个班}                         Decision1 -- 否 --&gt; Apply                         Decision1 -- 是 --&gt; Plan[制定培训计划]                         Plan --&gt; Notice[发培训通知]                         Notice --&gt; Feedback[反馈回执]                         Feedback --&gt; Decision2{回执是否到齐}                         Decision2 -- 否 --&gt; Notice                         Decision2 -- 是 --&gt; Organize[组织培训]                         Organize --&gt; Record[维护培训记录]                         Record --&gt; End([结束])                     </pre>	在R3中申请
编制：  日期：	审核：  日期：	批准：  日期：

## 培训项目表

	培训内容		代码	天数	总计	
维修技术	基础培训	维修保养	BT015	4	8	
		电器系统	BT075	4		
	高级培训	汽油发动机			5	45
		柴油发动机			5	
		手动变速箱			4	
		自动变速箱			5	
		悬挂/车轮定位			4	
		制动系统			4	
		空调系统			4	
		电子舒适系统			4	
		油漆			5	
		钣金			5	
	专家级培训	汽油发动机			2	20
		柴油发动机			2	
		手动变速箱			2	
		自动变速箱			2	
		悬挂/车轮定位			2	
		制动系统			2	
		空调系统			2	
电子舒适系统				2		
油漆				2		
钣金			2			
	合计	73 天				
管理培训	服务管理 服务管理					
索赔与计算机培训	索赔 计算机					
备件培训	初级 R3 联网 市场营销 电子目录					

---

## 经销商应用 R3 系统管理条例

### 1. 范围

对经销商安装 R3 系统及其应用进行规定，适用于所有经销商 R3 系统的管理。

### 2. 管理内容

#### 2.1 业务范围

2.1.1 经销商基础信息管理（基础信息、人员管理、培训管理、技术支持、专用工具订购、售后服务月报）

2.1.2 索赔业务管理（首保索赔业务处理、索赔款查询、索赔件管理）

2.1.3 备件订货业务

2.1.4 办公自动化（收发邮件）

#### 2.2 接入方式

2.2.1 单点拨号方式：使用长途电话线远程登录到一汽-大众公司的 R3 系统。

2.2.2 Internet 方式：利用 Internet 登录到一汽-大众公司的 R3 系统。

#### 2.3 R3 系统有关要求

2.3.1 各经销商的相关人员必须参加《R3 系统基础信息管理培训》，索赔员及备件订货员必须参加一汽-大众索赔及备件 R3 系统培训，培训合格后才能上岗进行相应的业务操作，IT 信息员必须参加相应培训。

2.3.2 所有经销商必须使用 R3 系统录入经销商人员信息，培训申请，办理索

赔及备件业务。

2.3.3 经销商专机专用，也可作为《经销商内部管理软件》的一台工作站使用。

2.3.4 机器由专人负责，使用 R3 的业务员不能随意将密码、口令告诉其他人。

如因密码、口令泄漏而给一汽-大众公司造成的损失由经销商承担。

## 2.4 购买方法

目前，我公司已使用 R3 系统处理索赔业务及备件订货业务，为了增加 R3 系统的安全性及保密性，我公司耗巨资，在我公司内成功地安装了 ACE Secur ID 安全认证系统。

为真正发挥该系统的作用，我公司决定所有一汽-大众特约经销商采用统一软、硬件平台，并统一由一汽-大众负责安装及维护，详见附件一。

2.4.1 经销商按此方法，请将签好的附件一的《协议》一式两份邮寄至一汽-大众公司，地址为：

长春市东风大街  
一汽-大众汽车有限公司管理服务部  
信息系统室  
米岩收  
邮编：130011  
电话：0431—5750187

2.4.2 同时请将一次性费用 20000 元整（详见《协议》第五条第一款），电汇至一汽-大众公司，并将汇款凭证复印在《汇款反馈表》（附件二）上，将此表传真至我公司（传真号：0431—5990560）。

2.4.3 我公司收到经销商的汇款后，一汽-大众公司将对已汇款经销商发放计

计算机，经销商可直接安装，所需现场条件：

2.4.3.1 具备稳定的电源，需要有四个电源插口。

2.4.3.2 两根具有 RJ11 插头的电话线：（一根是国内长途：用于直接拨号上网，登录到一汽大众公司。一根市内电话：用于出现故障时，一汽大众管理员远程登录解决问题。）两根电话线，不需要实时占用，只要在计算机附近有，需要时可及时插到 Modem 口即可。

2.4.4 上网方式

2.4.4.1 通过 Modem 直接拨号上网。特点是使用长途电话费，费用高。

2.4.4.2 先上 Internet，再登录到一汽一大众。特点是节省费用。

2.4.5 业务咨询

2.4.5.1 经销商在运行 R3 系统时，如出现系统故障请咨询：

一汽一大众管理服务部

咨询电话：0431-5750187、传真：0431-5750170

2.4.5.2 经销商在运行 R3 系统时，如出现业务问题请咨询：

一汽一大众销售服务部售后服务科

咨询电话：0431-5990891、传真：0431-5990560

一汽一大众汽车有限公司



管理服务部



销售服务部

2.4.6 补充说明:

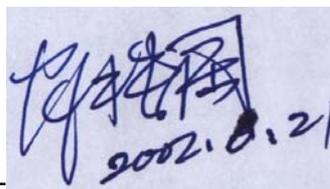
如经销商已拥有 R3 系统，并能满足在 R3 系统中售后服务部分（售后服务基础信息、索赔处理、备件订货）的功能，可以不重新购买，请填写下表，并发传真至一汽-大众售后服务科。

R3 权限申请表（不新增购买 R3 系统）

经销商代码		经销商名称	
联系人		联系电话	
联系传真		E-Mail	
请交高雪峰收（售后服务科） 传真：0431—5990560 电话：0431—5990891 E-Mail: xuefeng.gao@faw-volkswagen.com			

以下经销商不填写： \_\_\_\_\_ 年 月 日

使用 R3 系统工作内容（请按权限说明进行描述）  申请 R3 权限，权限内容与 VV-F7581101 一致。
业务部门领导签字：  管理服务部权限管理人签字：



一汽-大众汽车有限公司售后服务科---

附件一：

## 协 议

甲方： 一汽-大众汽车有限公司

乙方：

### 第一条：总则

甲、乙双方本着互利互惠的原则，甲方为乙方提供应用软件产品、技术咨询服  
务、用户许可和权限，乙方为甲方提供的产品、服务、许可和权限支付相应的  
费用。双方经友好协商，共同签署本协议。

### 第二条：定义

#### 第一款：应用软、硬件产品

甲方为乙方提供可使用的应用软件产品。该产品包括离线应用软件产品  
(用户端可使用的)和在线应用软件产品(远程可使用的)两种，及该产品在运行  
过程中所必须的工作平台。详见附件三。

#### 第二款：技术咨询服务

甲方为乙方提供针对乙方在使用甲方为其提供的应用软件产品过程中遇  
到的技术支持服务和培训服务。方式包括设备安装、联网调试、技术培训、  
电话咨询、远程诊断、乙方送修和现场服务。

#### 第三款：用户访问许可

甲方为乙方提供允许乙方进入甲方系统的权力。以用户个数来计算。该权

---

力的表现形式为令牌卡。有关令牌卡的信息请参见附件二。

#### 第四款：用户访问权限

具有访问许可的乙方用户进入甲方系统后，具有一定范围的访问权力，即该用户在系统内可以接触到的业务范畴及其相应的浏览、创建、修改和存贮权。

#### 第三条：咨询范围

甲方可在下述范围内为乙方提供咨询

第一款 申请使用第二条第一款定义的应用软件产品

第二款 申请提供第二条第二款定义的技术咨询服务

第三款 申请第二条第三款定义的用户访问许可

第四款 申请第二条第四款定义的用户访问权限

第五款 其它咨询服务甲方暂不受理，待条件成熟后甲方将逐步考虑为乙方提供 E-Mail 等其它服务，具体细节甲、乙双方另行商定

#### 第四条：申请、提交程序

当乙方需申请第三条所限定的咨询时，甲、乙双方需遵照本条款执行。

- 乙方填写咨询需求申请表(详见附件四)。
- 乙方将申请表送到一汽-大众管理服务部信息系统室(E-mail, Fax, 或送交)
- 甲方审批核准后，将根据乙方需求提出具体实施方案及所需费用
- 甲方将咨询需求申请表反馈给乙方

---

- 乙方收到反馈后有权拒绝甲方的实施方案，若同意采纳须签字盖章后返给甲方

- 甲方收到乙方确认函后，将尽快安排实施。

若甲、乙双方处于同一城市，甲方将在接到确认函后 24 小时内到达乙方现场并在尽可能短的时间内完成乙方在咨询需求申请表中所描述的内容。

若甲、乙双方处于异地，甲方将搭乘由甲方所在地至乙方所在地的最早航班赶到。

乙方现场，并在尽可能短的时间内完成乙方在咨询需求申请表中所描述的内容。

## 第五条：资费标准

### 第一款：一次性费用

每一个用户收费人民币 20000.00 元整。该费用包括下列内容：

一套第二条第一款定义的应用软、硬件产品及光盘介质、手册。

第二条第二款定义的设备安装、联网调试和技术培训。

第二条第三款定义的用户访问许可(一个)

第二条第四款定义的用户访问权限

### 第二款：年度服务费（可选项）

每年度甲方将按每个用户一次性费用的 15%收取年度服务费，第一年免交。

---

年度服务费所包括的服务涵盖下列内容：

第三条第一款之电话咨询、远程诊断、乙方送修。

后台系统维护、系统升级。

客户端系统升级(以光盘形式提供)。

甲方举办的不定期用户培训(培训地点、内容及时间由甲方指定,乙方可提出建议)

如每年度乙方不交付此费用,则乙方享受不到所列的服务内容。

第一年均都享受所列的服务内容。

### 第三款 现场服务费

若甲、乙双方处于异地,乙方承担甲方人员的往返机票及甲方人员的食宿费。食宿标准按一汽-大众公司人员旅差费标准计。

维修过程中所需备件费,按成本价收取。

### 第六条:付款

每年一月三十一日前,乙方须付清当年应交纳之所有费用(不包含一次性费用)

### 第七条:有效期

双方都不提出中止此协议,视为此协议持续有效。双方都有权提出中止此协议的执行。

---

甲方签字：	乙方签字：
甲方签字日期：	乙方签字日期：
甲方开户行：建行一汽支行	乙方开户行：
甲方账号：261031594	乙方账号：
甲方纳税人识别号：	乙方纳税人识别号：
220106605120697	
电话：0431-5990170	电话：
传真：0431-5750170	传真：
E-Mail	: E-Mail :
<a href="mailto:HelpDesk@FAW-Volkswagen.com">HelpDesk@FAW-Volkswagen.com</a>	

附件二：

汇款单凭证表

经销商代码				经销商名称											
联系人				联系电话											
联系传真				E-Mail											
邮编		发货地址													
开发票名称															
汇款单凭证复印件															
汇款人	全 称	*****			收款人	全 称	一汽-大众汽车有限公司								
	账 号 或住址	*****				账 号 或住址	261031594								
	汇 出 地 点	*** 省	**** 市 县	汇出行 名 称		***	汇 出 地 点	吉林 省 长 春 市 县	汇出行 名 称	建行一 汽支行					
金 额	人民币 (大写)	贰万元整				千	百	十	万	千	百	十	元	角	分
							¥	2	0	0	0	0	0	0	0
汇款用途：R3计算机联网费						汇出行盖章		年 月 日							
单位主管	会计	复核	记账												
请交 高雪峰 收															
传真：0431-5990560															
电话：0431-5990891、5750187															
E-Mail: HelpDesk@faw-volkswagen.com															
一汽-大众公司开户行：建行一汽支行															
一汽-大众账号：261031594															
一汽-大众纳税人登记号：220106605120697															
公司名称：一汽-大众汽车有限公司															

样本

注：一汽-大众公司只能开具普通发票

## 技术与管理资料的配备及管理条例

### 1. 范围

对技术和管理资料的配备和管理进行规定，适用于经销商资料的发放及经销商对资料管理。

### 2. 管理内容

#### 2.1 资料的发放

为保证售后服务工作的正常开展，一汽-大众售后服务科为经销商提供维修技术、管理等文件资料或光盘。

2.1.1 经销商与一汽-大众签订意向性合作协议后，应到售后服务科领取资料。

2.1.2 如有新增资料，售后服务科将随时为各经销商邮寄补发。

#### 2.2 资料的管理

2.2.1 经销商应对资料实行严格的管理，建立独立的资料室或在工具间内设立资料专柜，由专人负责管理。

2.2.2 经销商对资料的借用应认真登记，并实行损坏、丢失赔偿制度，责任落实到人。

2.2.3 经销商资料必须保证配备齐全。如资料经长期使用，破损严重，经销商应向售后服务科申请更新。申请更新时应写出书面材料，由经销商负责人签字并加盖站章，再经售后服务科驻当地现场代表审核签字后，传真给售后服务科，售后服务科审核通过后将其免费更新。

2.2.4 经销商管理不善，导致资料破损或丢失，应及时向售后服务科申请补领，申请补领时应写出书面材料，由经销商负责人签字并加盖站章后传真给售后服务科。售后服务科审核通过后将其补发，但将收取资料成本费，并另加收 100% 的成本费做为罚金。

## 经销商建设有关规定

### 1. 范围

对经销商签订《意向性协议》到申请过渡服务或正式开业前开展各方面建设的管理进行规定。

### 2. 管理内容

#### 2.1 经销商建设管理内容

2.1.1 订购 R3 系统

2.1.2 专用工具订购

2.1.3 备件订购

2.1.4 组织机构建立

2.1.5 人员任职管理

2.1.6 培训管理

2.1.6.1 技术培训

2.1.6.2 管理培训

2.1.6.3 备件培训

2.1.6.4 索赔培训

2.1.6.5 R3 系统基础信息管理培训

2.1.7 形象建设及标识管理

#### 2.2 经销商建设管理要求

2.2.1 各经销商自签订意向性协议之日起，有义务为一汽-大众产品进行售前、售中、售后服务和宣传；经销商建设进度应严格按协议书规定执行，并且及时将建设进度反馈售后服务科服务组织组及当地现场代表。

2.2.2 经销商自签订《意向性协议》起两个月之内，必须按照一汽-大众关于经销商组织机构及人员任职管理规定设立组织机构、申报各个岗位人员，将组织机构及人员任职资格表报售后服务科服务组织组审批。

2.2.3 经销商的平面规划及建设标准等应符合一汽-大众《大众品牌经销商标准》的要求。

2.2.4 经销商在本地区现场代表协助下，在签订《意向性协议》后按《经销商专用工具、设备订购与管理条例》要求，订购专用工具。

2.2.5 经销商必须按《培训管理条例》要求上报培训需求并参加全部培训。

2.2.6 经销商应按《经销商应用 R3 系统管理条例》的规定订购、安装，并使用 R3 系统开展售后服务业务。

2.2.7 经销商备件人员必须经过一汽-大众备件业务培训，应用 R3 网开展备件订货业务，具体要求见《经销商备件订货管理条例》。

2.2.8 经销商在签订意向性协议后的三个月内完成全部建设项目最长不超过一年，并填写《经销商申请》报一汽-大众售后服务科申请开业验收。

2.2.9 经销商更改建站地点，必须立即通知一汽-大众售后服务科，服务科将重新组织对经销商进行考查。

2.2.10 经销商不能按规定的时间开业，必须向一汽-大众服务科提出书面说明，服务科根据情况作出延期开业或解除协议的决定。

## 过渡服务管理

### 1. 范围

对经销商开展过渡服务工作进行规定，适用于对申请过渡服务经销商的管理。

### 2. 术语

2.1 过渡服务：是经销商在与一汽-大众公司签订意向性协议后到签订正式售后服务协议（开业）期间，在新的服务设施建设尚未完成阶段，根据市场服务工作需要，并经一汽-大众批准，利用现有维修场地和设施开展服务的暂时服务行为。

### 3. 管理内容

#### 3.1 过渡服务的条件

##### 3.1.1 R3 系统

经销商计算机系统已与一汽—大众公司 R3 系统联网。具体要求参见《经销商应用 R3 系统管理条例》。

##### 3.1.2 专用工具

专用工具已订购并到位。具体要求参见《经销商专用工具、设备订购与管理条例》。

##### 3.1.3 场地、设施

现有的维修设施和场地能够满足临时的服务要求，并经一汽-大众现场代表确认。

##### 3.1.4 岗位设置及人员培训

###### 3.1.4.1 按要求设立组织机构及岗位；

3.1.4.2 按一汽-大众公司要求参加了全部的维修技术培训、索赔业务培训、备件业务培训和培训管理培训。具体要求参见《培训管理条例》。

3.1.4.3 主要管理人员和业务人员任职经过一汽-大众公司的审批。具体要求参见《经销商岗位要求及人员任职管理》。

### 3.1.5 备件订购

必须订购一汽-大众公司原厂备件并到位。具体订购要求参见《经销商备件订货管理条例》。

3.1.6 应按售后服务管理条例之《售后服务核心流程》的要求开展售后服务工作。

3.1.7 服务站人员必须穿着一汽-大众统一设计的工作服。

3.1.8 形象建设及标识符合一汽-大众要求。

### 3.2 过渡服务时间

未经一汽-大众公司同意，过渡服务不得超过意向协议的期限。

### 3.3 过渡服务的申请与审批

已与一汽-大众公司签订意向性协议的经销商申请开展过渡服务，应在协议签订后的一个月内，向一汽-大众售后服务科提出书面申请，填写《过渡服务申请表》，申请表同时报区域现场代表。售后服务科指派现场代表对经销商服务功能进行检查、验收，现场代表填写《过渡服务审批表》，传真至售后服务科，经相应的审批通过后，方可开展过渡服务。

### 3.4 权力和利益

过渡服务站享受 C 级站的权力和利益。

3.4.1 权力：自行处理 2000 元(含 2000 元)以下的索赔业务

3.4.2 利益：索赔工时定额 40 元/小时；索赔备件管理费 10%

## 服务（开业）管理条例

### 1. 范围

对经销商开业活动进行了规定，适用于服务功能健全的经销商开业的管理。

### 2. 术语

服务（开业）：是经销商在与一汽-大众公司签订意向性协议后，按要求完成了服务功能建设，与一汽-大众公司签订售后服务正式协议书，以媒体广告形式（或举行仪式）公布正式对所在区域一汽-大众产品用户开展服务业务。

### 3. 管理内容

#### 3.1 服务开业的条件

##### 3.1.1 维修车间及其它服务设施

建设达到一汽-大众公司建筑标准和形象建设方面的要求。

##### 3.1.2 R3 系统

计算机 R3 系统已与一汽-大众公司联网。具体要求参见售后服务科管理条例之《经销商应用 R3 系统管理条例》。

##### 3.1.3 专用工具

专用工具已订购并到位，具体要求参见售后服务科管理条例之《经销商专用工具、设备订购与管理条例》。

##### 3.1.4 备件

已订购并到位，见《经销商备件订货管理条例》。

##### 3.1.5 培训

维修技术、索赔、备件及管理经过一汽-大众公司培训。具体要求见售后服务科管理条例之《培训管理条例》。

### 3.1.6 组织机构及岗位设置

按要求进行组织机构及岗位设置，主要管理人员和业务人员任职经过一汽-大众公司的审批。见《经销商岗位设置要求及人员任职管理》。

## 3.2 服务开业的申请与审批

经销商在签订售后服务意向性协议后一年内无特殊情况必须完成各项建设工作，申请开业。经销商具备服务（开业）条件后，在申请开业日期前 45 天，向一汽-大众售后服务部门提出服务（开业）申请，填写《开业申请表》，同时交售后服务科当地服务代表。由售后服务科服务代表验收，合格后服务代表填报《开业审批表》，经一汽-大众公司批准后，即可开业。

## 3.3 已开业经销商（服务）的权力和利益

### 3.3.1 权力

3.3.1.1 A 级经销商（服务）自行处理 6000 元(含 6000 元)以下的索赔业务

3.3.1.2 B 级经销商（服务）自行处理 4000 元(含 4000 元)以下的索赔业务

3.3.1.3 C 级经销商（服务）自行处理 2000 元(含 2000 元)以下的索赔业务

### 3.3.2 利益

3.3.2.1 A 级经销商（服务）索赔工时定额 60 元/小时；索赔备件管理费 15%

3.3.2.2 B 级经销商（服务）索赔工时定额 50 元/小时；索赔备件管理费 13%

3.3.2.3 C 级经销商（服务）索赔工时定额 40 元/小时；索赔备件管理费 10%

## 售后服务核心流程

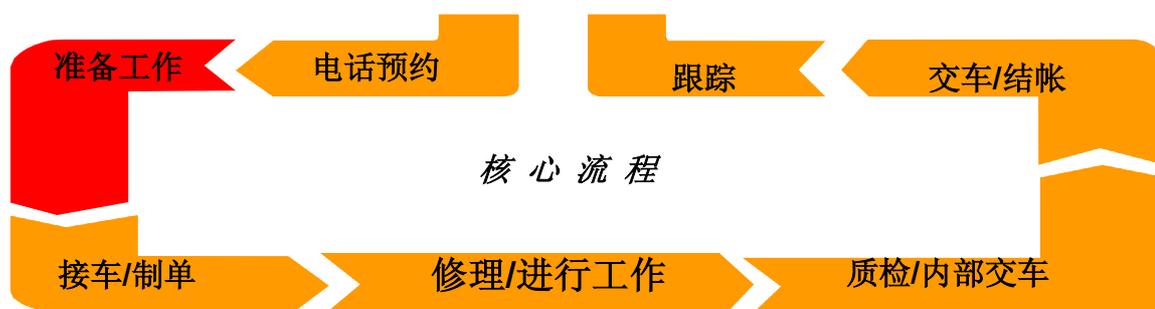
### 1. 范围

对经销商规范的服务过程进行规定，适用于服务站开展标准化服务的管理。

### 2. 管理内容

售后服务核心流程：是将经销商为用户服务的关键工作过程分为七个环节，即预约、准备工作、接车/制单、修理/进行工作、质检/内部交车、交车/结帐、电话跟踪七个环节，对每个过程提出标准的工作内容及要求。

见下图：



### 2.1 预约

#### 2.1.1 预约方式

预约主要通过电话预约完成。分经销商主动预约和用户主动预约两种形式。

2.1.1.1 经销商主动预约：根据提醒服务系统及用户档案，经销商主动预约用户进行维修保养。

2.1.1.2 用户主动预约：引导用户主动与经销商预约。

#### 2.1.2 预约工作内容

2.1.2.1 询问用户及车辆基础信息(核对老用户数据、登记新用户数据)

2.1.2.2 询问行驶里程

2.1.2.3 询问上次维修时间及是否是重复维修

- 
- 2.1.2.4 确认用户的需求、车辆故障问题
  - 2.1.2.5 介绍特色服务项目及询问用户是否需要这些项目
  - 2.1.2.6 确定服务顾问的姓名
  - 2.1.2.7 确定接车时间
  - 2.1.2.8 暂定交车时间
  - 2.1.2.9 提供价格信息
  - 2.1.2.10 告诉用户带相关的资料（随车文件、防盗器密码、防盗螺栓钥匙、维修记录等）
  - 2.1.3 预约工作要求
    - 2.1.3.1 使用标准表格《预约登记表》见附表1
    - 2.1.3.2 引导用户预约，通过设立欢迎板、预约窗口、优惠卡等手段加强预约宣传；采用工时折扣等优惠措施刺激用户预约。
  - 2.2 准备工作
    - 2.2.1 工作内容
      - 2.2.1 草拟工作定单：包括目前为止已了解的内容，可以节约接车时间
        - 2.2.1.1 检查是否是重复维修，如果是，在定单上做标记以便特别关注
        - 2.2.1.2 检查上次维修时发现但没纠正的问题，记录在本次定单上，以便再次提醒用户
        - 2.2.1.3 估计是否需要进一步工作
        - 2.2.1.4 通知有关人员（车间、备件、接待、资料、工具）做准备
        - 2.2.1.5 提前一天检查各方能力的准备情况（技师、备件、专用工具、技术资料）
        - 2.2.1.6 根据维修项目的难易程度合理安排人员
        - 2.2.1.7 定好技术方案（对于重复维修、疑难问题）
        - 2.2.1.8 如果是外出服务预约，还要做相应的其他准备
      - 2.2.2 工作要求

2.2.2.1 如准备工作出现问题，预约不能如期进行，尽快告诉用户重新预约

2.2.2.2 建议车间使用工作任务分配板

### 2.3 接车/制单

2.3.1 工作内容

2.3.1.1 识别用户需求（用户细分）

2.3.1.2 自我介绍

2.3.1.3 耐心倾听用户陈述

2.3.1.4 当着用户的面使用保护罩

2.3.1.5 全面彻底的维修检查

2.3.1.6 如果必要与用户共同试车

2.3.1.7 总结用户需求，与用户共同核实车辆、用户信息，将所有故障及用户意见（修或不修）写在任务单上，用户在任务单上签字

2.3.1.8 提供详细价格信息

2.3.1.9 签关于车辆外观、车内物品协议或此内容包括在任务单上

2.3.1.10 确定交车时间和方式（交车时间尽可能避开收银台前的拥挤时间）

2.3.1.11 向用户承诺工作质量，做质量担保说明和超值服务项目说明

2.3.2 工作要求：

2.3.2.1 遵守预约的接车时间（用户无需等待）

2.3.2.2 预约好的服务顾问要在场

2.3.2.3 接车时间要充足（足够的时间关照用户及做维修方面的解释说明）

### 2.4 维修/进行工作要求

2.4.1 遵守接车时的安排

2.4.2 车间或小组分配维修任务，全面完成定单上的内容

2.4.3 保证修车时间

2.4.4 定单外维修需争得用户签字同意

- 
- 2.4.5 正确使用专用工具、检测仪器、参考技术资料、避免野蛮操作
  - 2.4.6 做好各工种和各工序之间的衔接
  - 2.4.7 技师在维修工作定单上签字
  - 2.5 质量检查/内部交车**
    - 2.5.1 检查方式
      - 2.5.1.1 自检;
      - 2.5.1.2 互检:班组长检查;
      - 2.5.1.2 终检:终检员签字（安全项目、重大维修项目根据行业标准检验）
    - 2.5.2 工作内容
      - 2.5.2.1 随时控制质量，在用户接车前纠正可能出现的问题，即自检
      - 2.5.2.2 路试（技师/工或服务顾问）
      - 2.5.2.3 在工作单上写明发现但没去纠正的问题，服务顾问签字
      - 2.5.2.4 清洁车辆
      - 2.5.2.5 停车并记录停车位
      - 2.5.2.6 准备服务包（特色服务介绍等宣传品、资料、礼品、用户意见调查卡等）
      - 2.5.2.7 向服务顾问说明维修过程及问题
  - 2.6 交车/结帐**
    - 2.6.1 工作内容
      - 2.6.1.1 检查发票（材料费、工时费与实际是否相符）
      - 2.6.1.2 向用户解释发票内容
      - 2.6.1.3 向用户说明定单外工作和发现但没去解决的问题，对于必须修理但用户未同意的项目要请用户签字。
      - 2.6.1.4 给用户看旧件
      - 2.6.1.5 指示用户看所做的维修工作
      - 2.6.1.6 告知某些备件的剩余使用寿命（制动/轮胎）

2.6.1.7 向用户讲解必要的维修保养常识，宣传经销商的特色服务

2.6.1.8 向用户宣传预约的好处

2.6.1.9 告别用户

2.6.2 工作要求

2.6.2.1 准时交车

2.6.2.2 交车时间要充分

2.6.2.3 遵守估价和付款方式

## 2.7 电话回访工作要求

2.7.1 工作内容(见电话回访流程图)

2.7.2 工作要求

2.7.2.1 打电话时为避免用户觉得他的车辆有问题，建议使用标准语言及标准语言顺序，发音要自然、有善（见下图）

2.7.2.2 不要讲话太快，一方面给没有准备的用户时间和机会回忆细节，另一方面避免用户觉得你很着忙

2.7.2.3 不要打断用户，记下用户的评语,无论批评或表扬

2.7.2.4 维修一周之内打电话询问用户是否满意

2.7.2.5 打回访电话的人要懂基本维修常识、懂沟通及语言技巧

2.7.2.6 打电话时间要回避用户不方便接听电话的时间

2.7.2.7 如果用户有抱怨，不要找借口搪塞，告诉用户你已记下他的意见，并让用户相信如果他愿意有关人员会与他联系并解决问题，有关人员要立即处理，尽快回复用户。

2.7.2.8 对跟踪的情况进行分析及采取改进措施

2.7.2.9 对用户的不合理要求进行合理解释

2.7.2.10 回访比例不少于二分之一

2.7.2.11 回访对象必须是各种类型（用户类型、定单类型）的用户，对象越多越有代表性；维修费的多少也可以作为一个衡量标准。



## 经销商预约登记表

登记号:

用户姓名		联系电话		车牌号		车型	
预约维修时间		上次维修时间		是否重复维修		公里数	
预约的服务顾问			用户指定的主修人				
用户描述 及要求							
经销商建议							
备注							
是否已提前一小时与用户电话确认			预约时间是否改变		新的预约时间		
用户主动取消预约			经销商原因未能执行预约及原因				
预约人				预约时间			

一式五联（信息员 服务经理 服务顾问 车间负责人 备件人员）或经销商内部微机共享

## 经销商技术管理条例

### 1. 范围

本条例对经销商的技术信息反馈、技术资料利用、专用工具使用以及维修质量控制工作进行了规定，以促进经销商技术管理工作有效进行。

### 2. 术语

HST：技术服务手册(Technical Service Handbook)，它是由一汽一大众质保、产品等部门及各经销商反馈的信息汇总而来，其内容有现场问题解决措施、产品质量问题解决办法、技术更改信息等。

### 3. 管理内容

#### 3.1 技术经理

技术经理为经销商技术方面工作的主管人员，经销商必须按照规定设立技术经理并给技术经理提供适当的工作条件，技术经理对本管理规定范围要求的各项工作内容负全责。

#### 3.2 HST 使用及管理

##### 3.2.1 HST 下载

技术经理（或委托专人）及时将 R/3 中技术支持组发放的 HST 活页下载，建立文件下载记录（下载日期、下载人、接收人）。

##### 3.2.2 HST 汇总

技术经理将所有下载 HST 活页汇总存放。建立专门的 HST 文件夹，编写好目录，以供有关人员进行查阅。

##### 3.2.3 技术经理对 HST 掌握情况

技术经理认真学习所有的 HST 活页内容，达到理论与实际相结合。

### 3.2.4 HST 培训

技术经理在收到 HST 的五日内，针对 HST 活页中内容，对相关维修人员进行培训，并做好培训记录。

### 3.2.5 HST 下发

技术经理将相关 HST 活页副本下发到相应维修人员手中并做好下发记录，维修人员签字后将记录存档。

### 3.2.6 HST 考核

十日内，技术经理按照 HST 活页中内容，对相关维修人员进行考核，做好考核记录并存档。

### 3.2.7 HST 应用

相关维修人员掌握相关 HST 活页中内容后，以此为技术指导，能够处理实际问题。

### 3.2.8 对 HST 的保密

HST 属内部使用的保密技术信息，禁止外传他人(HST 以外的其它技术文件保密工作依照规定另行执行)。

## 3.3 技术文件管理及使用

3.3.1 维修技术资料配置及状态应齐备、完好、可随时借阅，具有能阅读光盘版技术资料的设备。

3.3.2 维修技术资料应放在固定位置由技术经理指定专人管理，建立资料目录及借阅档案。

### 3.3.3 维修技术资料利用

技术经理每季度抽查 1~2 项维修项目进行考核：维修人员应会查阅维修技

术资料，并按维修资料要求进行维修。

### 3.4 专用工具及测量仪器的技术管理

#### 3.4.1 大众专用工具和测量仪器的配置及管理

按一汽-大众统一标准配备齐全，设置专用工具员进行管理并建立借用档案，专用工具员应熟悉专用工具和测量仪器的基本使用功能。

#### 3.4.2 大众专用工具和测量仪器的状态

定期维护、保养，无损坏、仪器辅助配置齐全，建立维护档案。

#### 3.4.3 技术经理有计划地对站内相关维修人员进行专用工具、设备使用培训。

3.4.4 对经销商内缺少的必备的专用工具应尽快订货完善，避免因缺少专用工具而影响维修质量。

### 3.5 售后车辆信息反馈

3.5.1 经销商应定期(每周)将批量投放的车辆信息汇总、整理，通过 R/3 系统中的“车辆信息反馈单”反馈给技术支持组。

3.5.2 新产品、新项目首批投放地区的经销商应及时、准确做好售后质量信息快捷反馈工作, 反馈方式为通过 R/3 系统的“质量信息快速反馈单”反馈给技术支持组。

3.5.3 负责整理并提供维修信息、典型维修案例等方面的技术信息。

3.5.4 经销商对车辆信息反馈的准确性、及时性、完整性负责。按照一汽-大众要求的格式将技术疑难问题反馈给售后服务科技术支持组，同时技术经理对经销商反馈的信息进行确认并负责对其进行解释。

#### 3.5.5 车辆信息反馈方式

按要求在 R/3 系统中填写“车辆信息反馈单”，并按照有关内容要求认真填

写，要求的信息必须填全。特殊情况允许使用传真等其它手段。

### 3.5.6 信息反馈内容要求

车辆信息齐全、完整、及时，内容清晰、详实。

### 3.5.7 需支持的问题

经销商应按维修手册有关要求进行检修及故障排除，并将检修过程填写于 R/3 中的车辆信息反馈表中。3.5.8 重大问题处理报告

重大问题处理完毕后，经销商应将总结报告按时通过 R/3 信箱或电子邮件方式（特殊情况可以填写“重大问题报告”以传真形式）反馈给售后服务科技术支持组。

### 3.5.9 技术疑难问题的处理

经销商维修人员在解决技术疑难问题后，应及时报告给技术经理，技术经理应对故障现象、故障分析、故障排除及建议等内容进行整理，并以典型故障排除报告样式将信息以 R/3 信箱、电子邮件或传真方式反馈技术支持组。

### 3.5.10 档案管理

技术经理应对信息反馈表进行归档管理以方便查询。

## 3.6 维修质量控制

### 3.6.1 专用工具使用

3.6.1.1 技术经理对经销商维修人员在维修过程中的专用工具使用情况负责。

3.6.1.2 对于维修项目中要求使用专用工具的，必须使用专用工具。

### 3.6.2 维修过程控制

3.6.2.1 车辆维修后，维修人员自检并签字确认。

3.6.2.2 维修班长对自检后的车辆进行互检并签字确认

3.6.2.3 质检人员对车辆进行综合检查，确认无问题（或发现问题，但用户签字同意不维修）后签字确认，交付用户使用。

### 3.6.2 对专用工具使用和维修质量情况的检查

售后服务科技术支持组不定期的对特定维修项目进行抽查，重点检查专用工具的使用情况和维修质量，并做好记录，经销商年终考评时，作为一项参考依据。

## 3.7 经销商内部培训

3.8.1 经销商必须建立内部培训机制

3.8.2 技术经理负责经销商内部的培训工作

3.8.3 内部培训工作要有计划, 每次培训后, 必须建立培训档案记录, 以备查询。

## 3.8 对经销商技术管理考核

3.9.1 售后服务科技术支持组定期(每季度)对经销商反馈的信息进行整理汇总, 按 3.5.6 要求进行考评, 并将结果作为经销商信息管理考核参考。

3.9.2 售后服务科技术支持组负责考核经销商的技术水平, 考核结果作为经销商年终评比及对经销商索赔能力评价的依据。

3.9.3 售后服务科技术支持组负责对经销商技术经理日常工作的考核。

## 大众品牌轿车质量担保管理条例

### 1. 目的

对一汽—大众大众品牌轿车质量担保条件进行规定。

适用于为用户实施索赔工作的管理。

### 2. 管理内容

#### 2.1 索赔条例

索赔即我们对产品的质量担保。质量担保的目的：一是使用户对我们的产品满意；二是使用户对我们一汽—大众特许经销商的售后服务满意。这两个因素是维护公司和产品信誉以及促销的决定基础。其中，用户对售后服务是否满意最为重要。如果用户对我们的服务仅仅有一次不完全满意，我们无疑就会失去这个用户；相反，如果我们的售后服务能够赢得用户的信任，使用户满意，那么我们就能够继续推销我们的产品和服务。

质量担保制度是售后服务部门的有力工具，我们可以用它来满足用户的合理要求，每个一汽—大众特许经销商都有义务贯彻这个制度，执行质量担保承诺也是经销商吸引用户的重要手段。

众所周知，尽管在生产制造过程中生产者足够认真，检验手段足够完善，但还会出现质量缺陷，重要的是这些质量缺陷能够通过售后服务系统利用技术手段迅速正确地得到解决。售后服务的质量担保正是要展示这种能力，在用户和经销商之间建立一种紧密的联系并使之不断地得到巩固和加强。

#### 2.1.1 一汽-大众汽车有限公司（大众品牌轿车）产品质量担保条件

##### 2.1.1.1 整车质量担保

起始时间为：汽车自购买之日（以购车发票为准）起计。

- a. 属出租营运用的新购捷达车质量担保期为 12 个月或 10 万公里(以先达到者为准);
- b. 除出租营运外的所有其它用途新购捷达车质量担保期为 24 个月或 6 万公里(以先达到者为准);
- c. 质量担保期内若用户变更轿车用途，轿车享受原质量担保期，期限和里程不作变更；
- d. 宝来车的质量担保期为一年，无里程限制。

#### 2.1.1.2 备件质量担保

零件自从一汽-大众特约经销商购买（以发票为准）并在特约经销商处安装之日起，质量担保期为 12 个月或 10 万公里（以先达到者为准）。

#### 2.1.1.3 捷达特殊件的质量担保期(以先达到者为准)

控制臂球头销	12 个月或 6 万公里
前后减振器	12 个月或 6 万公里
等速万向节	12 个月或 6 万公里
喇叭	12 个月或 6 万公里
蓄电池	12 个月或 10 万公里
氧传感器	12 个月或 7 万公里
防尘套(横拉杆、万向节)	12 个月或 6 万公里
三元催化转换器	24 个月或 5 万公里

#### 2.1.1.4 捷达易损件的质量担保期(以先达到者为准)

---

灯泡:	6 个月或 5000 公里
轮胎:	6 个月或 5000 公里
火花塞:	6 个月或 5000 公里
全车玻璃件:	6 个月或 5000 公里
前制动摩擦衬片、后制动蹄片:	6 个月或 5000 公里
风窗雨刮片:	1 个月或 1000 公里

#### 2.1.1.5 凡以下原因造成的损坏不属于质量担保范围

- a. 车辆在非一汽-大众特约经销商维修过;
- b. 车辆装有未经一汽-大众许可使用的零部件, 或车辆未经一汽-大众许可改装过;
- c. 车辆使用中未遵守(《使用说明书》, 《保养手册》, 《7500 公里免费保养凭证》) 使用规定或超负荷使用(如用作赛车);
- d. 由于使用不当或滥用车辆造成的损坏也不在质量担保范围之内;
- e. 交通事故造成的损坏。

2.1.1.6 由于经销商本身操作不当造成的损伤, 经销商应承担 responsibility 并进行必要的修复。

2.1.1.7 一汽-大众的售后服务网络必须使用一汽-大众备件科提供的指定型号机油, 否则不给予首保费用及办理发动机及相关备件索赔。

2.1.1.8 索赔期间的间接损失(车辆租用费、食宿费、营业损失等)均不予赔偿。

2.1.1.9 质量担保指根据技术要求进行修复或更换, 更换下的零部件归一汽-大众汽车有限公司所有。

2.1.1.10 经销商从一汽-大众汽车有限公司备件科订购的备件在未装车之前发生故障，请各经销商向一汽-大众汽车有限公司备件科索赔。

2.1.1.11 关于常规保养，一汽-大众汽车有限公司或用户已支付其费用，经销商有责任为用户车辆做好每一项保养工作。如果用户车辆在经销商保养后，对保养项目提出索赔要求，应由经销商自行受理。

#### 2.1.1.12 索赔整车条例

因故障无法消除(非产品质量因素导致除外)，而其它补救措施对用户而言又不尽合理，换车是正当的，也是建议采用的措施。

#### 2.1.1.13 以下情况可以申请索赔整车

- a. 车辆故障由重大产品质量缺陷引起，且故障无法完全排除；
- b. 车辆故障由重大产品质量缺陷引起，车辆的修复达不到国家相关技术标准；
- c. 用户提车不超过 24 小时，就发现重大车辆故障(由用户提出后，经公司质保、产品及售后等技术部门确认后确属质量缺陷，而用户强烈要求换车的)。

#### 2.1.1.14 以下情况不能索赔整车

- a. 车辆行驶超过质量担保期；
- b. 车辆没有按规定定期保养或操作、使用不当；
- c. 车辆发生过交通事故。

注：遇特殊情况需办理索赔，经销商必须请示售后服务科及其主管部门，批准、签字生效后办理。

## 2.2 索赔程序

2.2.1 用户向一汽-大众汽车有限公司特约经销商提出索赔。

2.2.2. 经销商对故障车辆进行鉴定，在质量担保期内，符合质量担保条例的车辆给予索赔，维修工时费、材料费不与用户结算。

2.2.3 经销商的索赔员对完成索赔的用户车辆填写《索赔登记卡》并录入 R3 系统，将相应的条形码粘贴或拴挂在索赔件上，并将该索赔件按月及时送往或寄往指定地点。

2.2.4 一汽-大众汽车有限公司售后服务科索赔员对经销商邮寄过来的索赔件及索赔申请单进行审核，并通过 R/3 系统将确认的索赔申请转入索赔结算库。

2.2.5 经销商根据 R/3 系统中“经销商月结算”信息开具增值税发票并将发票按要求录入 R/3 系统；经销商把索赔款发票（发票名头《一汽-大众汽车有限公司》）及销货清单，以特快专递形式寄给一汽-大众汽车有限公司财务部会计科，财务部通过 R3 系统将索赔款转为备件款。

2.2.6 一汽-大众汽车有限公司售后服务科索赔员，把审核后的进口索赔申请单通过一汽-大众汽车有限公司管理服务部将数据上传至德国大众 SAGA 系统，向德国大众公司申请索赔。

2.2.7 德国大众公司把正确的索赔申请单对应的索赔款存到一汽-大众汽车有限公司指定帐户。

2.2.8 一汽-大众汽车有限公司售后服务科索赔员把审核后的索赔申请单按，协作厂分类打印《售后服务外协件索赔单》。

a. 通知财务部将索赔款从协作厂货款中扣除；

b. 通知协作厂，在一个月内在来一汽-大众汽车有限公司取回索赔件，一个月不领取，做销毁处理。

## 2.3 外出服务规定

遇到用户来人、来电、来函或接到一汽-大众汽车有限公司售后服务科函电通知，经销商需派人外出服务。外出服务维修人员应具有一定修理经验，需经一汽-大众特约经销商服务总监批准。

2.3.1 经销商外出人员必须做到 200 公里以内 24 小时赶到现场，200 公里以上不超过 48 小时赶到现场。

2.3.2 外出服务差旅费如属索赔范围按一汽-大众售后服务科规定的出差标准报销。

2.3.2.1 交通工具：火车（硬座、硬卧），轮船（三等舱以下）。

2.3.2.2 住宿费：80 元/人/天；补助费：40 元/人/天。

2.3.2.3 外出服务车辆费用：1 元/公里，如属正常维修（非质量担保车辆）按经销商当地费用结算标准执行。

2.3.3 经销商需将外出服务人员发票（复印件）、《经销商外出服务登记表》（如外出服务发生金额，须经现场代表签字），寄往一汽-大众售后服务科索赔组存档。

## 2.4 经销商索赔结算及财务结算规定

2.4.1 一汽-大众特约经销商必须有独立的银行帐户，有独立的财务进出明细帐目。

2.4.2 一汽-大众特约经销商和一汽-大众公司的索赔结算包括：索赔材料费、索赔材料管理费、索赔件运费、工时费、7500 公里首次免保。

2.4.3 一汽大众特约经销商和一汽-大众的结算依据：索赔申请单、索赔件、7500

公里免费保养凭证、发票。

2.4.4 一汽-大众特约经销商和一汽-大众公司的结算标准。

2.4.4.1 售前服务检查费：20 元/辆

普通发票(名头《一汽-大众销售有限责任公司》)，寄往一汽-大众储运部中转室。

2.4.4.2 首保费用：

捷达（2V 电喷）、捷达（5v）	202 元/辆
宝来	220 元/辆
捷达（柴油机）	212 元/辆

2.4.4.3 索赔工时费：捷达、宝来每小时 60 元。

2.4.4.4 索赔材料费=备件价格+管理费；管理费=备件价格×15%

2.5 首保规定

2.5.1 一汽-大众公司为了保证使用一汽-大众系列产品的用户车辆处于良好的技术状态，决定对售出的车辆进行强制保养，此项工作由一汽-大众设在全国各地的特约经销商承担。

2.5.2 凡是用户购置一汽-大众生产的产品行驶到规定里程范围，应该接受新车首次保养。

2.5.3 保养里程：捷达、宝来为 7500 公里，超过里程的车辆一汽-大众将不提供保养服务。免费保养凭证为随车技术文件——《7500 公里免费保养凭证》和《捷达轿车保养手册》或《宝来轿车保养手册》。

2.5.4 保养项目按售后服务科制订的《Jetta(2002)定期保养单》及《BoraA4(2002)

定期保养单》执行。

2.5.5 保养过的车辆,经用户认可后,由执行保养的单位和用户共同在手册上盖章签字,以便日后在索赔期内出现制造质量缺陷,凭此证由一汽-大众特约经销商为用户提供索赔业务,未经首次保养的车辆,一旦出现产品质量缺陷,经销商只为用户提供有偿服务。

## 2.6 7500 公里免费保养手续

2.6.1 进行保养前,用户须向一汽-大众特约经销商提交《机动车行车证》、《产品合格证》、《保养手册》和《7500 公里免费保养凭证》。

2.6.2 经一汽-大众特约经销商审核,车、证相符后,对未超出保养里程的车辆给予免费保养服务。

## 2.7 首保结算办法

2.7.1 保养工时费及材料费由一汽-大众承担,每辆车保养费用按规定标准执行。

2.7.2 在保养检查时,如发现质量缺陷,可以用索赔方式处理。

2.7.3 在保养中发现因使用不当造成零部件损坏,由经销商提供有偿维修服务。

2.7.4 经销商在车辆保养结算后,在《7500 公里免费保养凭证》上贴条形码,盖经销商(服务)章,寄往一汽-大众售后服务科审核;经销商根据 R3 系统查询结算信息,开具普通发票寄往一汽-大众财务部会计科。

2.7.5 由于保养不当造成的质量缺陷,由保养单位负责。

2.7.6 经销商个别人员如不按首保项目认真工作,造成不良后果,将追究经销商责任。

## 经销商内部管理软件

### 1. 范围

为使一汽-大众经销商的内部管理实现规范化、统一化、高效化，经销商应根据一汽-大众公司的要求，配置该系统相应的硬件及软件，适用于经销商安装、使用该系统的管理。

### 2. 管理内容

#### 2.1 经销商使用此系统的要求

2.1.1 对于未开业的一汽-大众特许经销商，在开业前必须统一使用此系统。

2.1.2 对于已经开业的一汽-大众特许经销商，没有使用计算机综合管理的，建议使用此系统。

2.1.3 安装人员到经销商现场安装、现场培训，详见《技术服务协议》。

#### 2.2 系统概要

一汽-大众汽车有限公司为规范经销商管理，提高经销商工作效率，使经销商实现现代修车服务管理，包括修车、服务、索赔等功能，规范了经销商的业务流程，从前台业务接待到派工、领料、维修服务、结算全部实现计算机联网管理，能够大大提高经销商的管理水平和工作效率，并提供丰富翔实的各种统计查询，满足经销商的各种业务需求。

#### 2.3 系统管理

##### 2.3.1 系统特点

系统管理是本系统的入口，是决定系统能否正常运行的关键。它可以对系统重要的参数进行设定，可设定公司信息、公司参数、定义用户。

设定用户及用户的权限，可根据业务的需要随机组合菜单，为系统的高效、安全的运行打下基础。

- 2.3.1.1 支持多公司、多车型核算。
- 2.3.1.2 严密、灵活的权限设置，避免越权操作。
- 2.3.1.3 系统中各模块具有相对的独立性，可根据实际业务选择安装。
- 2.3.1.4 用户可根据业务的需要随机的组合菜单，做到“所见即可用”。
- 2.3.1.5 预设两个不可修改的超级用户，满足特殊用户需要。
- 2.3.1.6 代码文件特殊管理，保证系统中各类代码的完整性及延续性。
- 2.3.1.7 提供随时监控上机用户功能，确保系统安全可靠。
- 2.3.1.8 支持不同模块之间功能窗口的快速切换。

## 2.3.2 系统功能

### 2.3.2.1 修车服务管理

修车服务管理包括修车、服务、索赔等功能，规范了经销商的业务流程，从前台业务接待到派工、领料、维修服务、结算全部实现计算机联网管理，能够大大提高经销商的管理水平和工作效率，并提供丰富翔实的各种统计查询，满足经销商的各种业务需求。

- a. 修车服务管理的初始参数可自行设置, 满足各类经销商的不同需要;
- b. 多种委托单录入方式，提高服务顾问的工作效率及数据的准确性;
- c. 与应收模块有机结合，直接面向用户, 实时结算，方便灵活;
- d. 修车档案与整车档案高度统一，实现销售与服务一条龙管理;
- e. 完善的修车服务功能，提供预约及跟踪服务，实现预约维修;
- f. 各类查询统计均支持对历史情况进行操作;
- g. 系统设置自定义查询、自定义排序等功能，操作灵活方便;
- h. 工时、工位、省市代码等基础文件可随时从R/3下载;

- i. 修车档案、整车档案、服务月报等可定期上传R/3;
- j. 索赔管理与R/3紧密相联, 同时提供索赔件管理的完整功能。

### 2.3.2.2 整车及备件管理

整车及备件管理是将整车、备件的采购管理、销售管理、库存管理有机地相结合。在保证销售和修车领料的同时最大限度地控制库存占用, 降低成本。这部分模块实时与修车管理、用户服务、存货核算、应收帐、应付帐等模块进行信息沟通, 数据共享, 从而提高工作效率并且使物流、资金流和信息流达到高度的统一。

a. 从潜在客户信息到客户订单、执行销售、最终形成用户车辆档案, 实现了从客户关系管理到销售管理的完整过程;

b. 整车及备件的采购销售、入出库, 盘盈盘亏均能自动生成相应的会计凭证;

c. 整车及备件主文件能从 R/3 下载, 从而保持与一汽-大众的产品信息同步;

d. 采购订货能接”电子目录”订货结果, 能直接发送到一汽大众的 R/3 系统;

e. 采购入库能直接从 R/3 下载大众的发货单;

f. 备件按”定址定位”管理, 也可灵活调换更改库位;

g. 领料出库可处理正常领料、领旧料及代销品 (一进一出);

h. 备件销售结算能做欠帐、挂帐处理;

i. 可按库号或备件号进行盘点;

j. 支持备件的借/还处理;

k. 具有详细的查询和报表统计功能。

### 2.3.2.3 财务管理

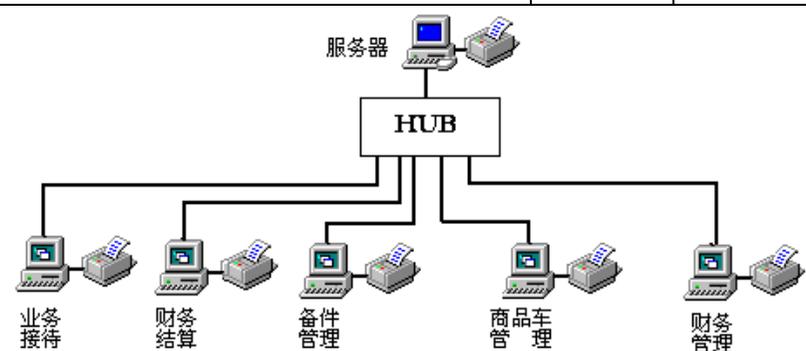
财务管理除具有一般财务软件的功能外，还与整车管理、备件管理、修车服务管理之间建立接口，由物流带动资金流，销售、采购、库存、修车等凭证可以自动生成，将您从冗长乏味的人工记帐中解脱出来，并随时提供贵公司财务状况的准确信息。

- a. 多套帐管理，最多可以设置99套帐
- b. 会计科目1-7级，最大长度15位
- c. 凭证分组，用户可以对会计凭证进行分组管理
- d. 设置转帐科目，实现自动转帐
- e. 实行严格的财务分工，会计科目实行授权管理
- f. 查询条件可以任意组合，查询结果随时打印
- g. 用户可以根据需要自行定义资产负债表及损益表
- h. 与物流实时衔接，根据各类发票及入出库单据，自动生成凭证
- i. 支持预收款、预付款处理
- j. 支持其他应收款、其他应付款处理
- k. 支持应收及应付票据处理
- l. 支持反利处理
- m. 支持索赔款处理
- n. 自定义帐龄区间，自动计提坏帐
- o. 自动生成暂估及反冲会计凭证

## 售后服务管理条例之十五

附件一：

## 经销商计算机配置要求

配置		规格及要求	数量	备注
服务器	小规模(带 4 台工作站)	CPU:PIII 800 以上、内存:256M、硬盘 20G 或 2×20G	1	专用服务器
	中等规模(带 5-9 台工作站)	CPU:PIII 800 以上、内存:256M 或 512M、硬盘 2×20G	1	专用服务器
	大规模(带 10 台以上工作站)	CPU:PIII 800 以上、内存:256M 或 512M、硬盘 2×20G 或 2×30GB	1	专用服务器
终端工作站		CPU:PIII 500 以上;64M;10G 以上	4 台以上	
打印机		LQ、AR 系列	3 台以上	
UPS		依据终端数量及当地能源供应状况		
HUB		标准以太网, 100MB 集线器或交换机, 5 类双绞线		
网卡		100MB 网卡		
网络附件		依据实际需要		
内部管理软件		由一汽-大众公司统一配置		
系统环境		1、网络操作系统: WINDOWS / NT 4.0 中文版		
		2、数据库: SQL / Server 7.0		
注: 1、服务器最好选用国内或国外品牌服务器, 不用兼容机。 2、申请安装时, 网络必须调通、计算机到位。				

附件二:

安装《经销商内部管理软件》申请表

经销商服务代码		经销商名称	
联系人		联系手机	
联系电话		联系传真	
经销商负责人		负责人电话	
签订意向性协议时间	年 月 日		
预计过渡服务时间	年 月 日	预计开业时间	年 月 日
硬件及网络环境是否准备好	<input type="checkbox"/> 是 <input type="checkbox"/> 否 (预计在 年 月 日准备好)		
经销商签字			
说明: 1. 经销商应按第三点配置要求准备好硬件及网络环境。 2. 经销商应提前申请安装。 3. 详见附件二协议内容。			
一汽-大众联系人	高雪峰0431-5990891	传真	0431-5990560高雪峰收

服务现场代表签字: \_\_\_\_\_



3. 负责指导甲方业务人员上机操作。
4. 负责提供两年的软件质量担保，两年内提供累计 20 人天支持服务；如需到现场进行服务，技术人员需在 24 小时内到位。
5. 提供热线支持电话（7\*12）及远程支持服务。安装后三个月内热线支持电话（0431-5906939）、（0431-13069005066），三个月后的热线支持电话（0431-5990175）。
6. 负责提供操作手册。
7. 由乙方提供的应用软件原因产生的错误，由乙方无偿解决。

### 三、 丙方、丁方的责任

1. 当甲方配合不当，影响乙方的正常工作时，丙方、丁方负责协商解决。
2. 当甲乙双方在项目实施过程中产生意见分歧，丙方、丁方负责仲裁。
3. 负责软件修改及系统升级工作。
4. 向甲方无偿提供 DS\_ERP 产品。

### 四、 系统验收

甲乙双方密切配合，在 20 天内按用户需求共同完成 DS-ERP 的系统安装、系统初始设置及用户培训、运行，并按 DS-ERP 系统实施验收报告的标准进行验收。

### 五、 付款

在项目验收后的两周内，由甲方向乙方支付 18000.00RMB（壹万捌仟元人民币）的技术支持费用。

### 六、 系统功能

见附录 B

七、 说明

DS-ERP 系统版权属于一汽-大众汽车有限公司，由一汽-大众无偿提供给他人的特许经销商。特许经销商不得将此系统私自转移、修改或从事其他赢利性活动。DS-ERP 涉及到的其他系统软件本次暂不收费；但如发生非一汽-大众汽车有限公司产品的一切版权方面的问题由发生单位自行协调解决。



## 信息管理条例

### 1. 范围

对一汽-大众的经销商信息管理和一汽-大众与经销商之间的信息沟通进行规定。

### 2. 管理内容

#### 2.1 信息反馈方式:

通过 R/3 系统进行信息反馈,对于特殊情况无法连通 R/3 系统或无法通过 R/3 来反馈的信息,则通过传真、邮件等其它方式反馈信息。

#### 2.2 信息分类

经销商与一汽-大众沟通的信息分为:文件、函电;经销商基础信息;人员信息;售后服务月报;服务营销信息;车辆信息反馈;HST(技术服务手册);ELSA(电子信息系统);其它信息等。

#### 2.3 信息管理

##### 2.3.1 文件、函电

2.3.1.1 一汽-大众发放的文件、业务通知及其它信函等。对于一汽-大众给全部经销商所发的通知或文件在 R/3 的售后服务通知单列表中;其它的通知或业务信函等通过 R/3 中的信箱发送。

##### 2.3.1.2 一汽-大众发放的文件、业务通知编号

售后服务科文件            ××××年销售服务部(服)字第××号

售后服务科业务通知       ××××年售后服务第××号

备件科文件                ××××年销售服务部(备)字第××号

备件科业务通知            ××××年备件第××号

注：前××××为年份

后××为文件编号

2.3.1.3 经销商每天必须查看售后服务通知单列表和 R/3 的收件箱，并按规定进行信息的存档和传递。

### 2.3.2 基础信息

2.3.2.1 经销商基础信息包括：财务名称、地址；中文名称、地址；邮编；传真；24 小时服务电话，站长电话；服务站状态(1、新签协议；2、过渡服务；3、开业)；现场代表；是否通过 ISO 9002；服务站类别，是否使用 FAW-VW 管理软件；R/3 是否联网；签约日期、开业日期等。

2.3.2.2 经销商的基础信息不许任意变更，如特殊情况要进行变更必须经现场代表签字后反馈给相应部门处理。(财务地址、财务名称反馈给财务部门；24 小时服务电话、传真、站长电话、E-mail 地址、经销商名称、地址、邮编等反馈给售后服务科)。

### 2.3.3 人员信息

2.3.3.1 经销商的所有人员信息( 人员编号、姓名、职务、电话、手机、出生日期、性别、工作日期等) 必须录入 R/3 。

2.3.3.2 当人员信息发生变化时，要及时在 R/3 系统中维护。

2.3.3.3 人员编号为四位，经销商自行定义，一经录入系统则不能更改，且经销商应让本人熟知自己的人员编码，以便在其它场合使用。

### 2.3.4 售后服务月报

2.3.4.1 售后服务月报包括下列信息：人员分配信息；维修能力；维修工时；营业额；成本核算等。

2.3.4.2 所有已开展过渡服务经销商和已开业的经销商必须自开展服务后的下个月开始，于每月 10 日前在 R/3 中完整、准确地填报月报。

2.3.4.3 经销商应用售后服务科提供的《售后服务月报图表》对经营状况进行分析，以便及时改进自己的服务。

### 2.3.5 服务营销信息

2.3.5.1 各种服务营销活动（冬季服务行动、夏季服务行动、3.15 消费者权益活动、军车服务等）的总结及年终经销商的工作总结等按相应的服务活动的要求反馈信息。

2.3.5.2 经销商有义务和责任把当前活动的信息反馈给一汽一大众。

### 2.3.6 车辆信息反馈

2.3.6.1 车辆信息反馈单是经销商与一汽一大众之间进行技术支持、车辆信息反馈等的主要沟通渠道。当经销商需要技术支持或进行车辆信息反馈时必须在 R/3 中录入车辆信息反馈单。

2.3.6.2 经销商当在一汽一大众反馈的信息中有重点跟踪的信息时，一定要进行认真的跟踪，并把跟踪信息在 R/3 中录入。

2.3.6.3 经销商在收到一汽一大众的技术支持信息后一定要进行经销商反馈，把经销商实施情况等信息录入，以便形成信息的闭环。

### 2.3.7 HST(技术服务手册)

2.3.7.1 HST 由一汽一大众通过 R/3 信息等方式下发，经销商应及时按

相应的规定处理。

2.3.7.2 一汽-大众将在 ELSA 系统更新时及时把 HST 的新内容加到 ELSA 系统中。

### 2.3.8 ELSA(电子信息系统)

2.3.8.1 ELSA 系统包括：维修手册、工位工时定额、服务组织管理资料、故障代码、自学手册、技术服务手册、电路图、仪器使用说明、服务款项管理、保养表格/要点信息。

2.3.8.2 一汽-大众的 ELSA 系统以光盘的形式下发，经销商应注意保存、保密，并配备计算机合理使用。

### 2.3.9 其它信息

2.3.9.1 培训信息的具体规定见《培训管理》

2.3.9.2 索赔信息管理具体规定见《索赔管理》

2.3.9.3 备件部分的信息管理具体规定见《备件管理》

2.3.9.4 经销商对于一些突发事件、市场信息、产品性能、产品质量信息、用户信息等的信息反馈要通过 R/3 信箱或传真等形式反馈给现场代表。

2.3.9.5 信息反馈采用附表一：经销商信息反馈表的形式

## 2.4 信息存档及处理

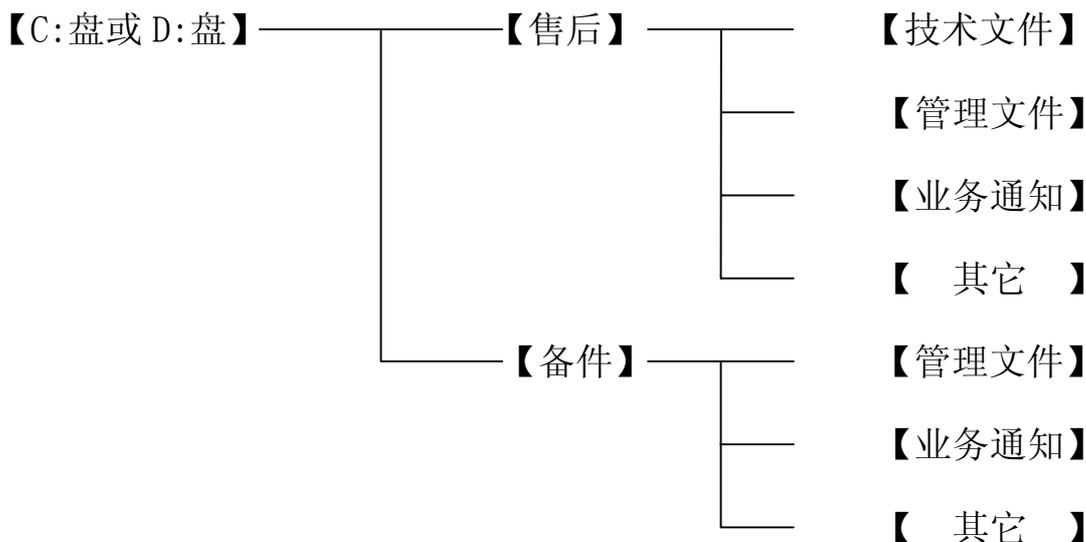
### 2.4.1 信息的存档

2.4.1.1 由经销商信息员对信息进行管理。

2.4.1.2 设置档案室，要有文件柜、文件盒、文件夹，对文件资料要实

行分类定置管理，并有档案目录。

2.4.1.3 对于通过 R/3 等收到的电子信息，应及时处理，并对电子信息进行存档。经销商应在 C:盘或 D:盘下建立下列文件夹并相应进行存档：



2.4.1.4 对于已在计算机存档的信息要定期备份，以免由于其它原因造成信息丢失。

2.4.1.5 经销商要对收到的和反馈给一汽-大众的信息资料存档。

2.4.1.6 经销商在充分利用各种信息的同时，要保证信息的安全，对于因管理不善而造成信息的泄密，给一汽-大众和经销商造成的损失，责任由经销商全部承担。

2.4.1.7 各种电子版信息的光盘、软盘等要同文件信息一样妥善保存。

2.4.1.8 对存储、使用信息的计算机要设置口令，并保证口令不被他人盗取，防止信息被他人窃取、破坏。

## 2.4.2 信息处理

2.4.2.1 信息的采集要快速、准确、详实。

2.4.2.2 信息反馈时要使用标准专业术语，内容完整、条理清晰、有逻辑性，必要时可附图片或照片，对于非电子版的信息要求字迹工整。

2.4.2.3 信息的反馈要做全程跟踪，以保证信息的连续性、完整性。

2.4.2.4 信息的处理要及时。

## 2.5 其它

一汽·大众将逐步改进完善 R/3 系统，新增的功能模块以通知的形式告知经销商，经销商在得到通知后应按要求合理应用新模块，以进一步提高工作效率。



## 备件仓库管理条例

### 1. 范围

对经销商备件入库、贮存等的管理进行规定,适用于经销商仓储系统的管理。

### 2. 管理内容

#### 2.1 备件仓库的管理规定

##### 2.1.1 备件的出入库管理

2.1.1.1 备件的出、入库必须采用计算机管理。

2.1.1.2 原则上备件的出入库由两人承担(但可视本部门的实际情况完成)。入库由订货计划员完成、出库由仓库管理员完成。

##### 2.1.2 备件仓库的基本设施

2.1.2.1 配备专用的机动车辆(拣件手拉车);

2.1.2.2 配备一定数量的货架,货筐等;

2.1.2.3 配备必要的通风,照明设施及防火器材。

##### 2.1.3 对仓库的基本要求

2.1.3.1 仓库各工作区域应有明显的标牌,如备件销售出货口,车间领料口,发料室,备货区,危险品库等;应有足够的进货,发货通道和备件周转区域。

2.1.3.2 货架的摆放要整齐划一,仓库的每一过道要有明显的标志,货架应标有位置码,货位要有零件号,零件名称。

2.1.3.3 严禁将备件堆放在地上;为避免备件锈蚀及磕碰,必须保持完好的原包装。

2.1.3.4 应将捷达轿车和其它车型的备件严格分开管理。

2.1.3.5 油漆及易燃物品应与其它车型的备件严格分开管理,存放时要考虑防火,通风等问题,库内应有明显的防火标志。

2.1.3.6 非仓库人员不得随便进入库内,仓库内不得摆放私人物品。

2.1.3.7 索赔件必须单独存放于索赔件库中。

2.1.3.8 修车时拆下的旧件,废件不得存放于备件库中,应集中存放。

## 2.2 一汽-大众推荐采用的货架标准及其它

为使一汽-大众经销商的仓储器材实现统一化,一汽-大众备件科特推荐采用的如下的货架标准,请各经销商参照执行。一汽-大众备件科将按该标准实施考核,验收。

### 2.2.1 《一汽-大众经销商仓库货架标准》使用原则

2.2.1.1 经销商必须按照本标准中的货架规格、尺寸、颜色购置或自制。

2.2.1.2 建议经销商采用可调式货架,便于调整、节约空间。

2.2.1.3 中货架和专用货架必须采用钢质材料(角钢或槽钢),小货架材料不限,但保证安全耐用。

### 2.2.2 货架的颜色

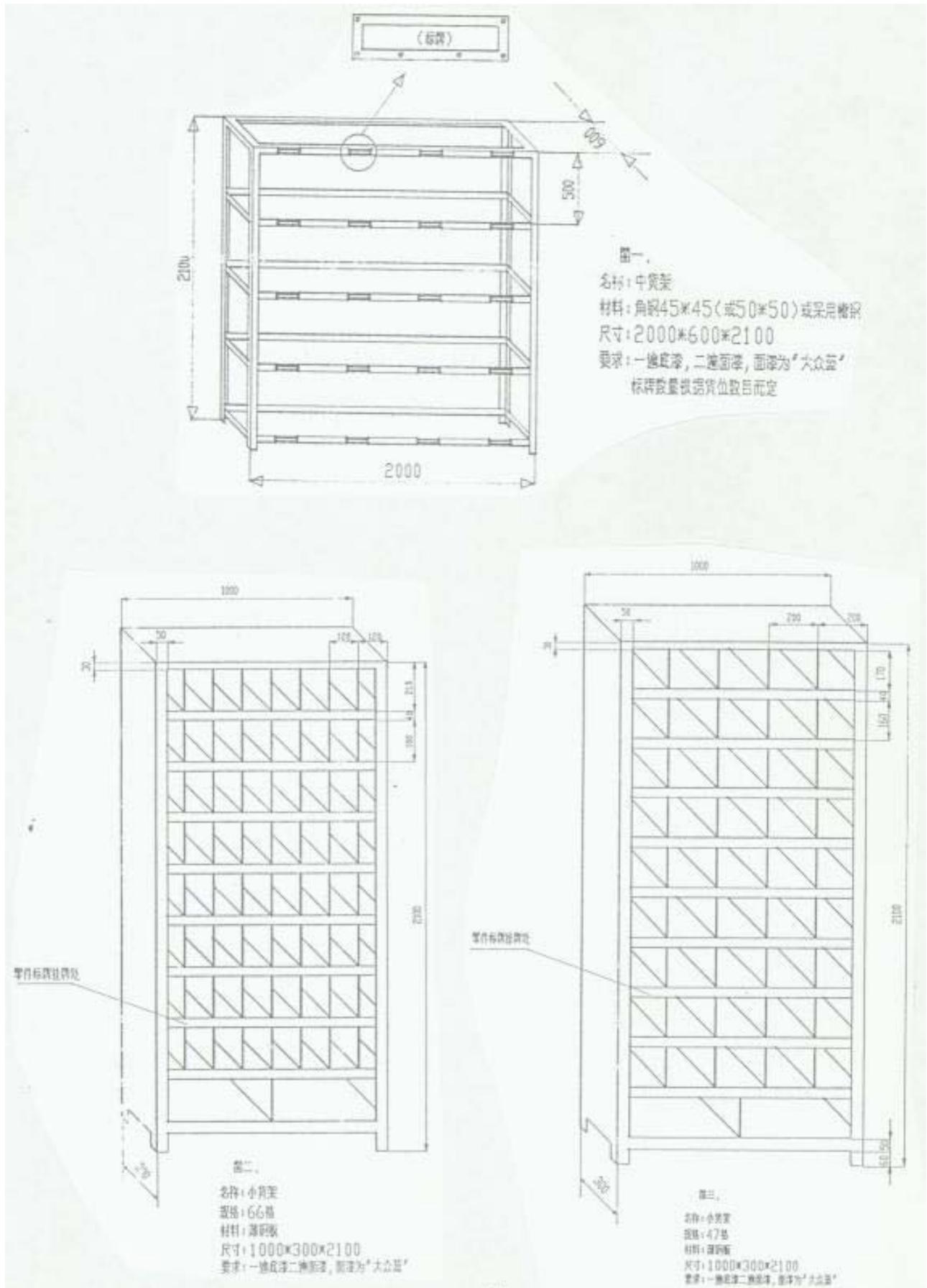
一汽-大众备件科规定:经销商采用的货架颜色为“浅灰色”。

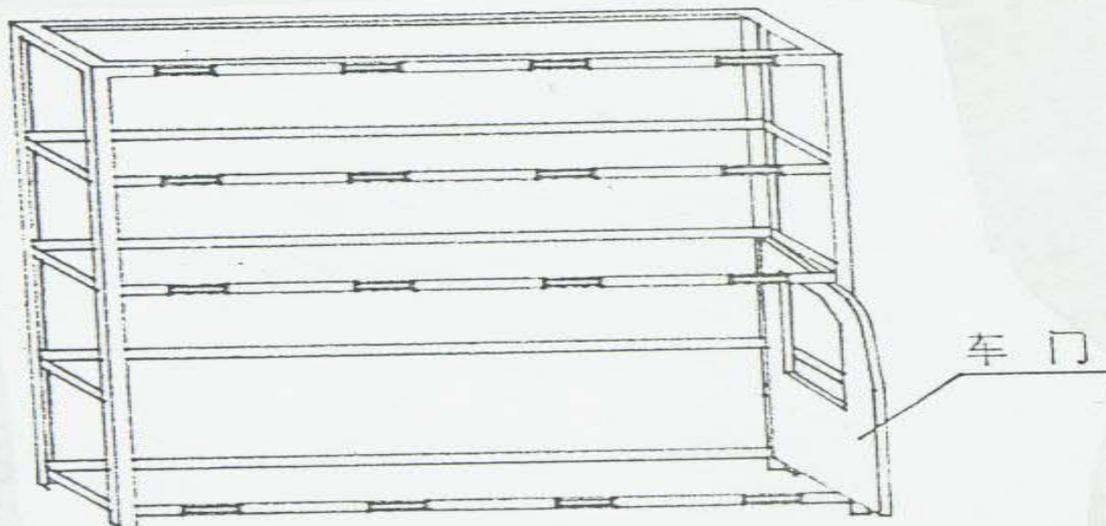
### 2.2.3 推荐货架的尺寸规格

单位：毫米

货架种类	货架尺寸 (长 X 宽 X 高)	规格	备注	参见插图
中货架	2000X600X2100	五层 四层 三层 二层	每层高 410 每层高 500(常用型) 每层高 680 每层高 1020	图一
小货架	1000X300X2100	66 格 47 格	每层 5 格 每层 8 格	图二 图三
专用货架	2000X600X2100 1000X300X2100	覆盖件 线束 减振器	可用中货架调整代替 可用小货架改制	图四 图五

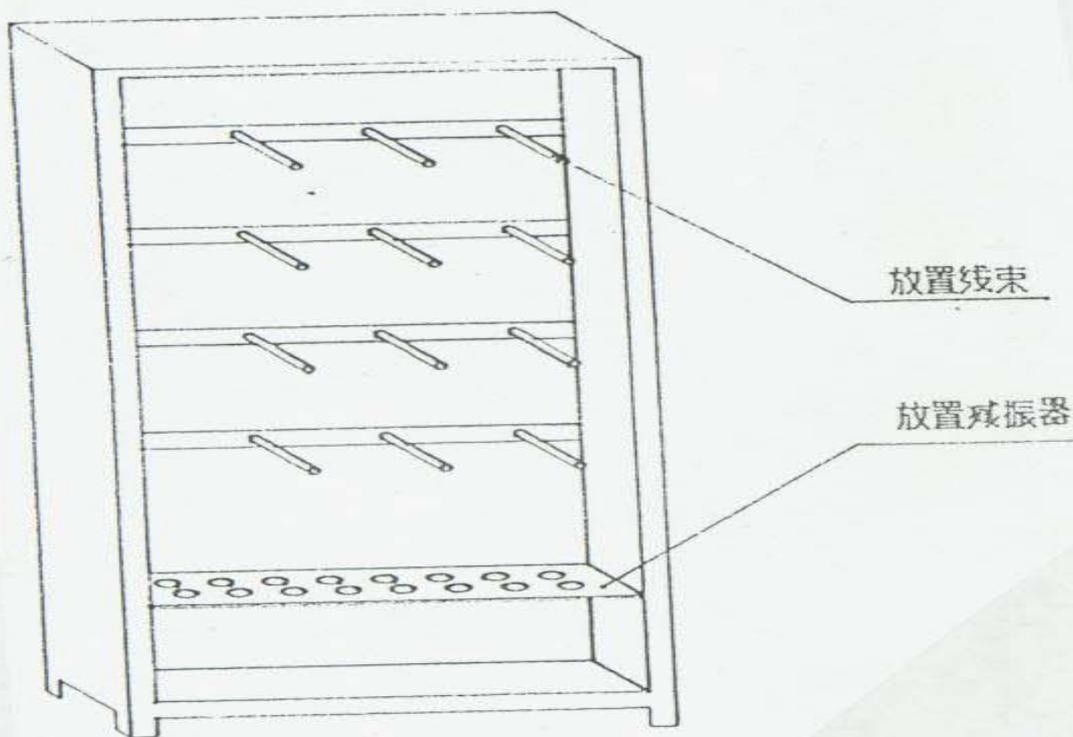
推荐货架如图所示：





图四，

中货架可通过改制或调节(可调节货架)成专用货架，用来放置车门等覆盖件。



图五，  
小货架可改制或调节成放置线束或减振器的专用货架

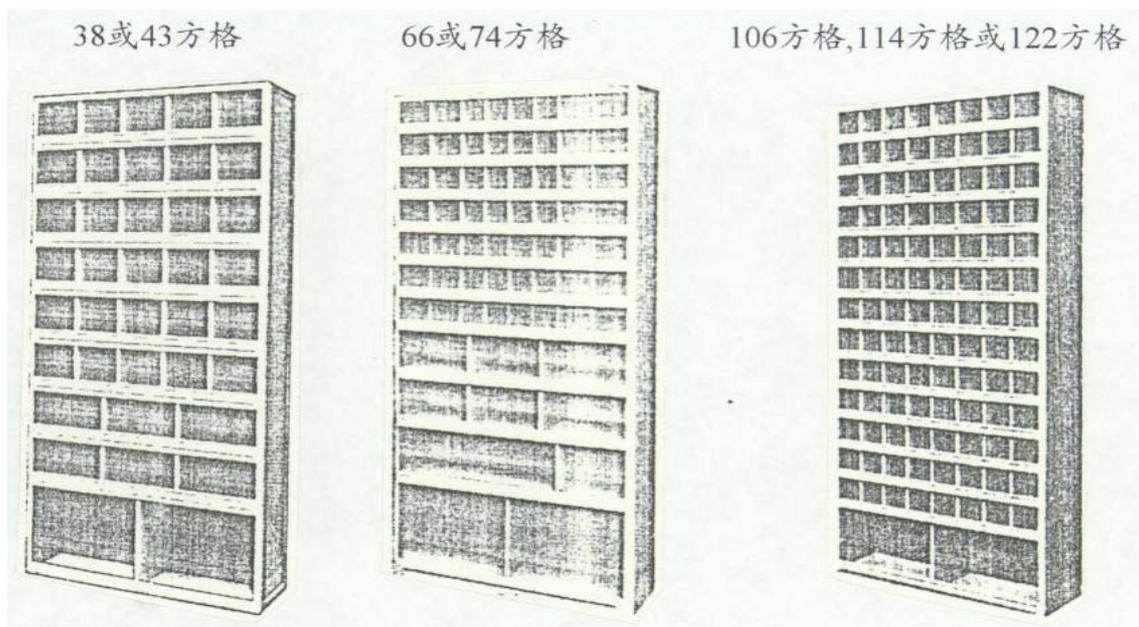
---

## 其他货架的尺寸规格

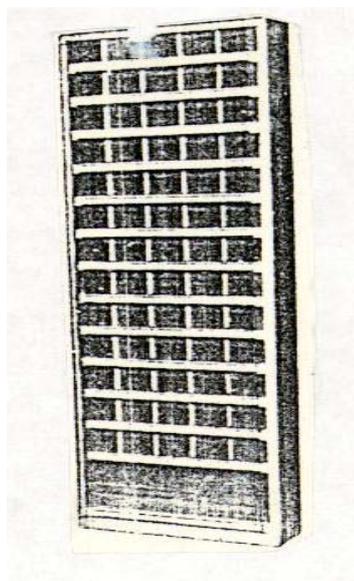
### 1. 钢板货架

优点	1) 稳固, 耐久, 存放备件多 2) 防火性能好; 3) 容易搬移; 4) 节省空间; 5) 容易保持清洁.	缺点	1) 不透光; 2) 只能有限度的加高.
----	---	----	-------------------------

一般件货架： 高\*宽\*深=2000(或 2100)\*1000\*300(或 180) 单位：毫米



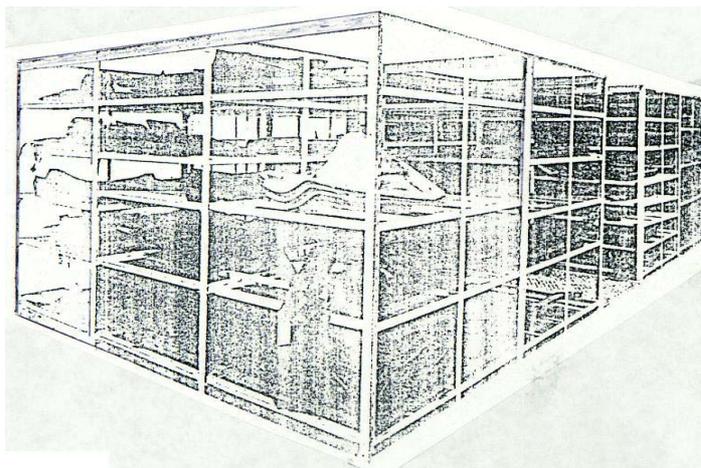
小件货架 高\*宽\*深=2000(或 2100)\*600\*180 66 或 91 方格



柜式货架

高\*宽\*深=900\*1500\*300 或 700\*1500\*180

40 方格

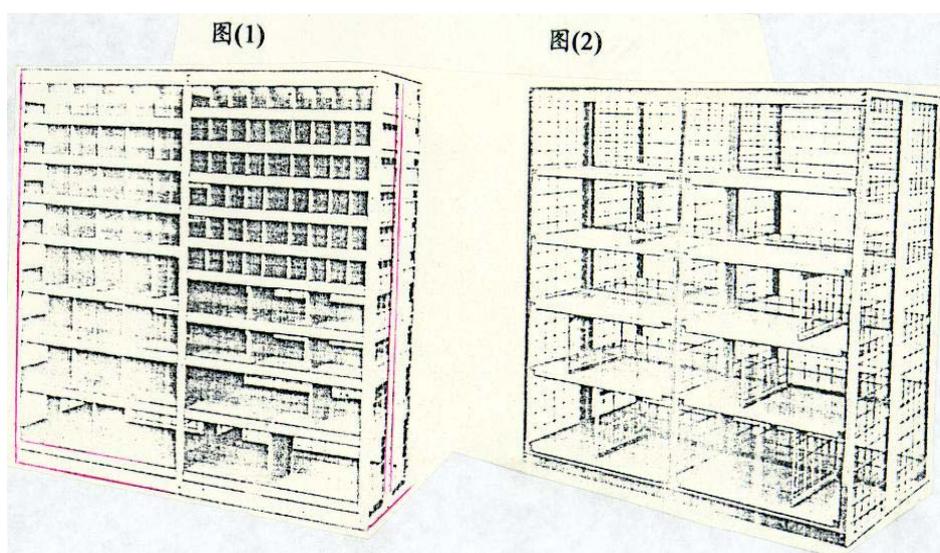


2. 网格货架

<p>优点</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) 稳固, 耐久, 存放备件</li> <li>2) 防火性能好</li> <li>3) 节省空间, 适合存放大的备件</li> <li>4) 仓库明亮, 通风良好</li> <li>5) 节省材料</li> <li>6) 容易搬移. 可以按仓库高度多层叠加</li> </ol>	<p>缺点</p>	<p>安装费时</p>
-----------	--	-----------	-------------

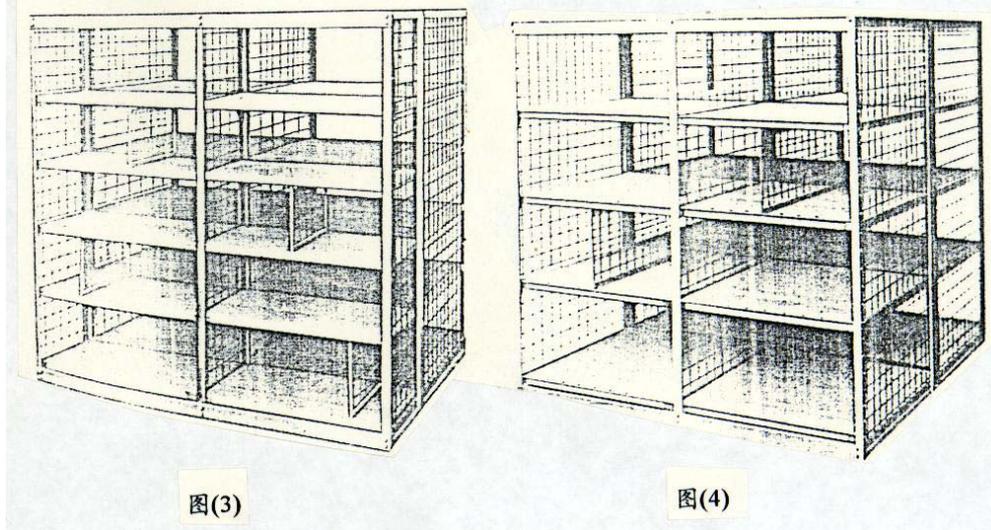
图(1) 高\*2 个货架宽\*2 个货架深(框)=2000(或 2100)\*2\*1000\*(2\*300+40)

图(2) 高\*2 个货架宽\*2 个货架深(框)=2000(或 2100)\*2\*1000\*(2\*500+40)



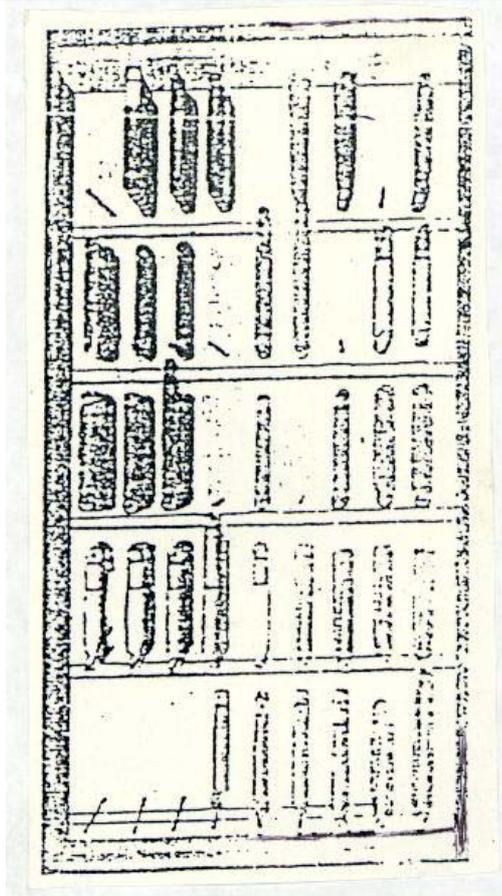
图(3) 高\*2 个货架宽\*2 个货架深(框)=2000(或 2100)\*2\*1000\*(1000+500+40)

图(4) 高\*2 个货架宽\*2 个货架深(框)=2000(或 2100)\*2\*1000\*(2\*1000+40)



### 3. 专用货架

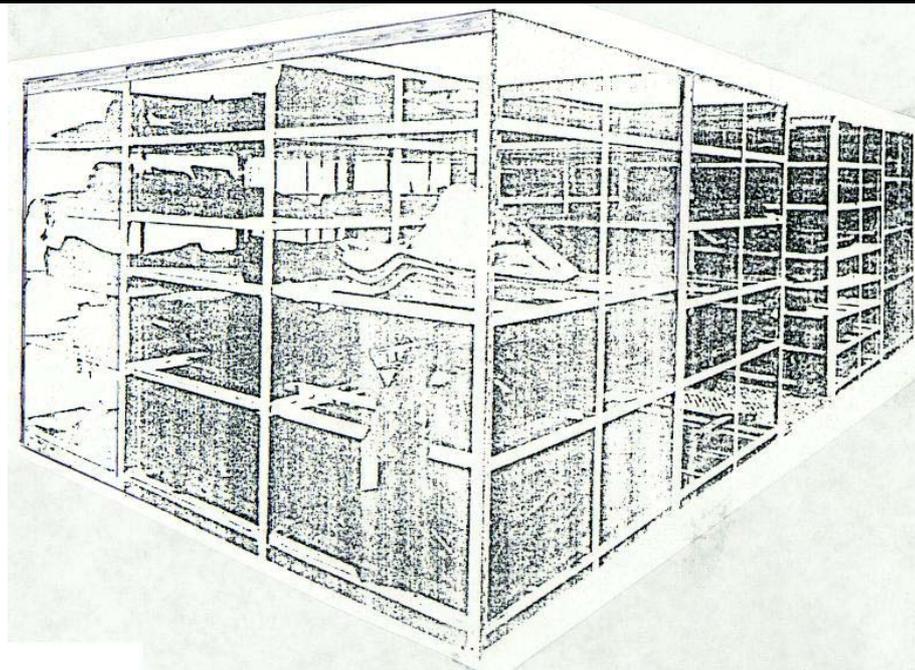
此类货架适用于存放条状、杆状、线束等形状不一的备件，货架尺寸、规格各异。



#### 4. 组合式货架

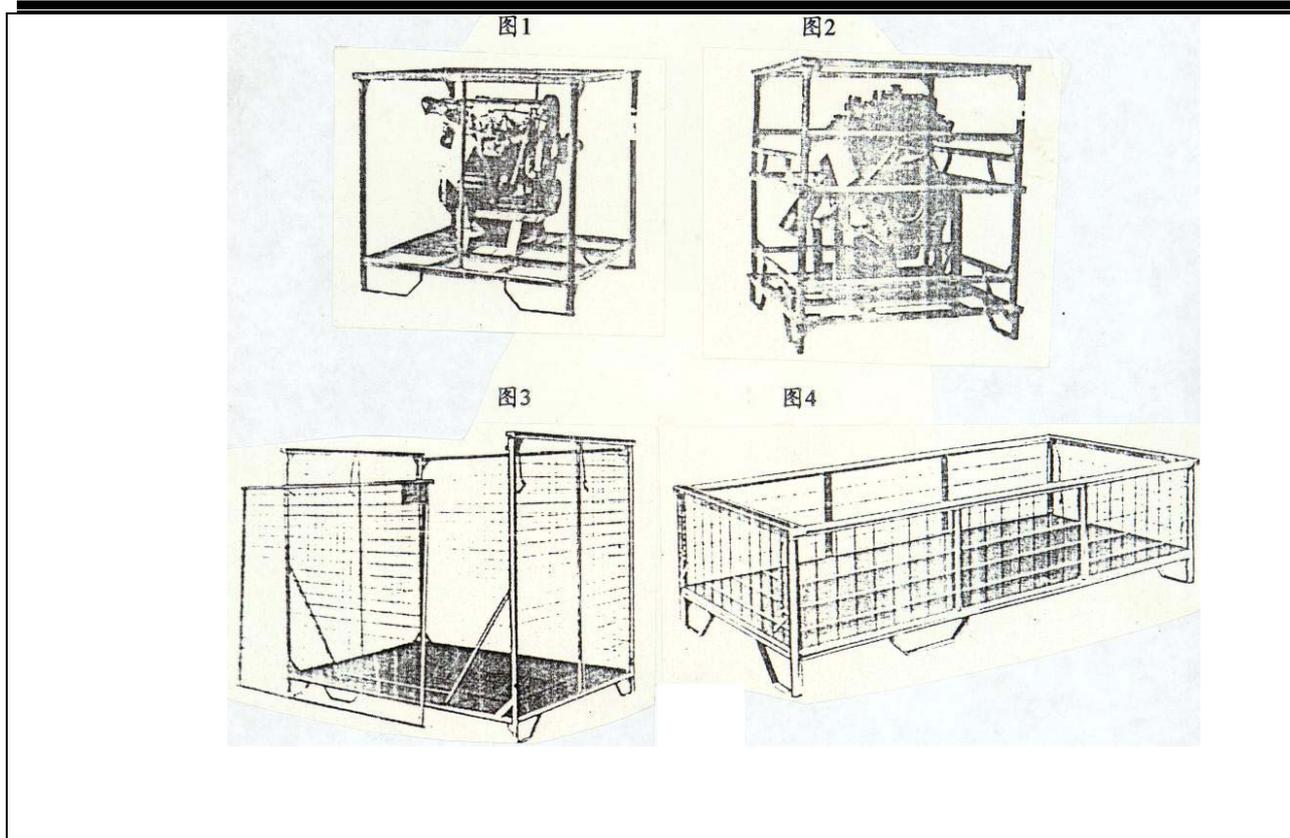
此类货架适用于存放板金件、排气管、轮胎、车毂等体积大、重量重及形状不规则的备件。

货架尺寸规格:长\*宽=1000\*500(或 600, 700, 1000) 单位:毫米



### 5. 运货托架(货筐)

此类货架用于备件的倒库运输及存储，多半由角铁或钢管制作，尺寸及规格各异。

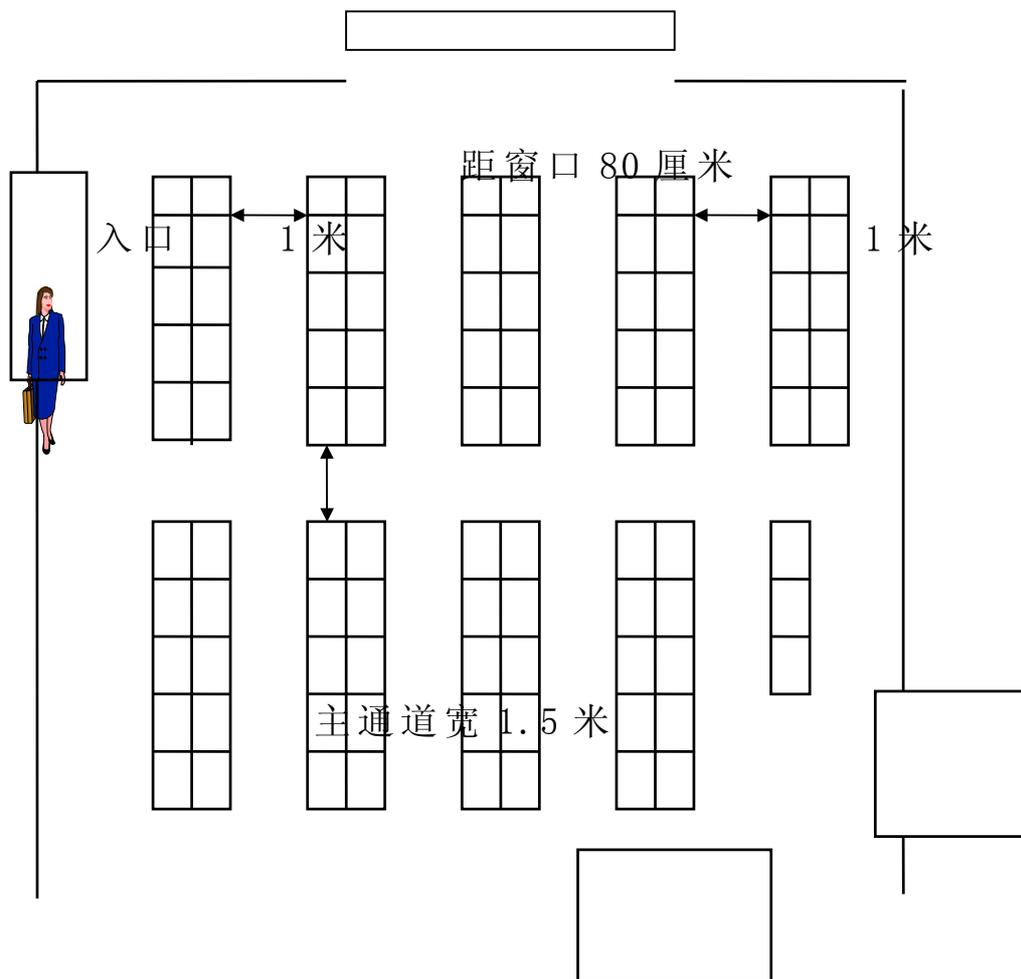


### 6. 标准件（小件）货架



### 7. 货架布置方式

窗 户



接待厅



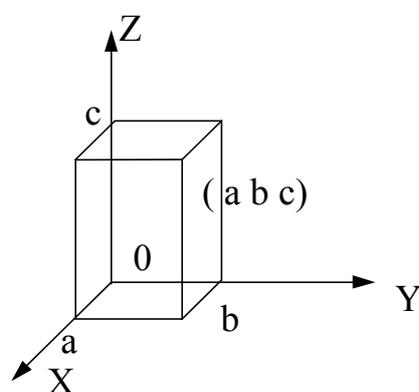
修理车间



## 2.3 备件的位置码系统

### 2.3.1 位置码的理论依据

所说的位置码就是标明备件存放位置的代码.它是空间三维坐标形象的表现.对于空间三维坐标,任何一组数字(a, b, c)总可以找到唯一的一点与它对应,也就是,一点确定一个位置,一个位置只能放置一个件.对三维坐标(a, b, c)中的数字,即相当于说明该件的位置为:(过道/架号,列,层)。



### 2.3.2 位置码编制的原则

#### 2.3.2.1 首先按区(库)分类

根据经销商维修车辆的类型或经销商的具体情况,不同种车型的备件应存放在不同的库房(例如:1号库,2号库等),或同一个库房要分成几个区(例如:I区,II区等),或库房面积较大也要分成几个区(例如:一区,二区等)。

2.3.2.2 然后按过道(货架号)编排 X轴或Y轴表示第几过道(或第几货架),用(A, B, C.....)表示。

2.3.2.3 其次按列编排 Y轴或X轴表示第几列,用(1, 2, 3.....)表

示。

就当前全国的经销商而言,列数一般较多,列号建议采用阿拉伯数字 01, 02, 03, 04, 05。。。等表示,以增加列数;列号字母的编排顺序一般有从左到右,环型,蛇型等几种。

2.3.2.4 再按层编排 Z 轴表示第几层,用(A, B, C.....)表示。一般为从上至下法/从下至上法。

2.3.2.5 打印、张贴位置码标牌于货架上,标牌内容如下:

备	件	号	位置码
备件名称			包装数量

2.3.2.6 位置码中的数字一定要通过英文字母分开书写。

2.3.2.7 备件的存放,要根据备件销售频率,体积,重量的大小及备件号大类,小类的先后顺序存放,即最前面是各种车型/型号的号码,然后是主组,子组的号码(有字母的按字母的顺序排列)。

2.3.2.8 备件存放在货架上,要考虑预留空货位,它可作为备件号的更改及品种增加时的补充,这些预留货位可以直线排列,对角排列或间隔排列(如图所示)。

### 2.3.2.9 货架的布置

摆放货架(中货架,小货架,专用货架)可根据具体情况实施,货架可“背靠背”,也可单排摆放,这里不作强行规定。

## 2.4 备件的盘点

### 2.4.1 盘点的目的

盘点就是如实的反映存货的增减变动和结存情况,使帐实相符,保证备件库存存货的位置。

### 2.4.2 内容,方法及准备工作

#### 2.4.2.1 内容

a. 核对存货的帐面结存数与实际结存数,查明盘亏。盘盈存货的品种,规格和数量。

b. 查明变质,毁损的存货以及超储积压和长期闲置的存货的品种,规格和数量。

2.4.2.2 方法:清点盘点的方法是实地盘点法。

### 2.4.3 准备工作

#### 2.4.3.1 确定清点日期(起始日期及结束日期)

每月的月末或十二月三十一日是最常用的盘点日,这样可与结帐同时进行,方便于结帐。

#### 2.4.3.2 确定盘点人员

成立盘点领导小组,划分区域分组(清点时每两人为一个小组),参加盘点的管理人。必须是内行,清点人员不需要特别的专业人员,必要时可请其它部门工作人员协助,但是清点人员必须工作认真,责任心

强。清点结果的准确与否由盘点人员负责。

#### 2.4.3.3 盘点范围

清查盘点所有归属本部门的存货,如:常用件、损耗件、索赔件、不适用件等。

#### 2.4.3.4 仓库大扫除

目的是收集、汇总、清除伤/残损件并登记在册。清扫工作在一年中要经常做,盘点前夕,要彻底做一遍,盘点是一个好机会,可以给仓库来一次大扫除。

#### 2.4.3.5 盘点的表格,工具

a. 盘点卡:盘点卡上有盘点日期,盘点人签字,备件号,备件名称位置码,清点结果。

b. 盘点总表:用于盘点结果登记,总表上包括每个件的位置码帐面数与清点数。

c. 盘点报表:该表包括每个件的进货价格,反映每种件库存的帐面数与实存数,反映盘亏,盘盈的数量,金额和原因,反映库存变质和超储积压的情况,以此作为盘点的结果和财务处理的依据。

d. 笔,尺,秤

#### 2.4.3.6 检查,整理,规范盘点区

a. 所有的到货立即全部上货架,这样在清点时才不会遗漏或另放它处,盘点后再入库。

b. 所有的件要分类存放,一目了然,堆放的方式要便于清点,以便清点时节省时间。

c. 货架的标签应与实物相符,必要时要改正和补充,不清楚的标签要换新。

d. 备件号不同,而实物相同的件,要做好混库处理,做好记录和登记.要注意此引起的库存实物与帐目上的变化。

e. 完整的包装放在货架的前面(或上面),已打开的包装放在后面(或下面)。数量不足的包装要填充成标准包装。

f. 盘点期间的出库由于特殊原因,必须出库的备件要做好记录和登记,事后再统一处理。

g. 对货架上不经常销售的备件进行预先清点是有必要的,这样可以在最后盘点时节省时间清点过的件要做好标记和记录。

#### 2.4.4 正式盘点

在规定的时间内,盘点人员对所有备件要逐一清点,不能重复也不能遗漏。一般由两人分别清点,如果结果不同,要重新清点。不便清点的小件可以用称重法求总数,即先数出一定数量的备件作为“标准件”,仔细秤出这些“标准件”重量,再秤出所有件的库存重量,即可算出这些件的总数。

称重法计算公式为:  $总数 = 总重 \times 标准件的数量 / 标准件的重量$

#### 2.4.5 验收及总结

盘点后,其结果应由上级有关部门及律师事务所检查,验收。财务部门核算出盈亏值,并由主管领导签字认可。盘点后应作出总结,对于盘点遗留的问题如索赔备件,变质,毁损或超储积压的备件,要查清原因,对入库、出库、仓储、财务管理系统及其它自然的或人为的因素要

进一步处理。

附：《清点卡》

一汽-大众 FAW-VOLKSWAGEN	清点卡 Inventur-Abnahme	
备件号 Zeichn.-Nr		
数量 Menge		
签字 Unterschrift	月 日	

## 经销商备件订货管理条例

### 1. 范围

对经销商备件的订货及销售工作进行规定,适用于开展备件业务工作的管理。

### 2. 管理内容

#### 2.1 备件供应、采购及销售的原则

##### 2.1.1 一汽-大众备件供应的原则

2.1.1.1 一汽-大众备件科向已签订售后服务意向性协议,具备过渡维修能力及已开业的经销商提供一汽-大众汽车有限公司认可的备件。

2.1.1.2 一汽-大众经销商的备件经理,备件订货计划员必须经过一汽-大众汽车有限公司备件科培训,考试合格后,才可提供备件。

##### 2.1.2 经销商备件采购及备件销售(价格)的原则

2.1.2.1 必须全部使用一汽-大众原装备件,严禁外采(更不允许购买假,冒,伪,劣备件)和其它品牌备件。

2.1.2.2 未经允许不准向一汽-大众汽车有限公司以外的生产厂家和备件经销商(含认定的协作配套厂)购买备件。

2.1.2.3 经销商之间可以开展备件的零售业务。

2.1.2.4 经销商要制定出本部门稳定,合理的价格政策,要遵纪守法,要严格执行当地的物价规定;凡从一汽-大众公司订购的备件,不得利用各种名目重复加价,加价率不得超过一汽-大众规定的最高限价。

2.1.2.5 已国产化的备件,不能按进口件的价格销售。

2.1.2.6 经销商之间的备件调剂,必须实行优惠。

### 2.1.3 备件最高限价的说明

为进一步提高售后服务质量,提高用户满意度,实现服务促销的目的,一汽-大众公司根据市场的具体情况,进行调查分析,制定了备件限价标准。并且新的标准每年公布一次。届时备件科将派人不定期进行抽查。检查结果影响到 A 级站的评比。

2.1.3.1 对于电子目录(或计算机系统)中没有最高限价的备件,要以以下标准为计算依据进行换算:1000 元以下加价率为 20%,5000 元以下为 18%,5000 元以上为 15%。

2.1.3.2 如当地物价部门有明文规定备件加价且低于一汽-大众公司规定的最高限价,以当地文件为准,不得高于当地政府的文件规定。

2.1.3.3 如当地物价部门规定备件加价高于一汽-大众公司规定的最高限价,应在一汽-大众公司规定的最高限价为准。

2.1.3.4 当地物价水平较低,现收费达不到一汽-大众规定的最高限价,不得借机提价,必须按现行价格标准执行,但可向用户宣传“按规定打折销售”。

## 2.2 备件订货的形式及要求

### 2.2.1 首次备件订货要求

2.2.1.1 一汽-大众经销商在正式开业前 45 天提出开业申请,并且必须向一汽-大众备件科订购备件作为基本库存储备,经一汽-大众备件科和服务科验收合格,方可正式开业。

2.2.1.2 一汽-大众奥迪 A6 经销商在正式开业前 45 天提出开业申请,并且必须向一汽-大众备件科订购 80 万元以上的备件作为基本库存储备,经一汽-大众备件科和服务科验收合格,方可正式开业。

2.2.1.3 一汽-大众宝来经销商在正式开业前 45 天提出开业申请, 并且必须向一汽-大众备件科订购 40 万元以上的备件作为基本库存储备, 经一汽-大众备件科和服务科验收合格, 方可正式开业。

2.2.1.4 一汽-大众经销商必须配置一汽-大众提供的计算机, 并使用一汽-大众安装的软件。

2.2.1.5 一汽-大众经销商首批订货时, 必须使用 R3 系统, 如果系统出现问题, 可使用 E-mail 方式发送离网订单, 并标注经销商代码、发运形式(注意电话跟踪)。

2.2.1.6 订单的制定应根据当地的保有量(其库存储备能满足正常的维修和保养), 资金等情况进行; 订货的品种及数量应根据《一汽-大众备件电子目录》或参照一汽-大众备件科提供的《备件推荐清单》或根据自己的工作经验做出。

## 2.2.2 备件订货和运费结算

2.2.2.1 经销商每周只允许订货一次, 品种、数量不限。

2.2.2.2 每周超过一次订货的经销商, 一汽-大众加收订货金额 3%的管理费。

(暂不执行)

2.2.2.3 经销商在发送订单前, 应先自查订货金额, 并通过 R/3 系统查询本单位在一汽-大众存款情况。若存款余额大于本批订单金额, 可以发送订单, 否则不要发送订单。

2.2.2.4 原则上经销商必须在中转库(含长春备件中心库)辐射区域提货, 不允许跨库区提货。

2.2.2.5 备件订货次数和运费结算是以备件销售计划员制作的订单号为依据的。

2.2.2.6 中转库(含长春中心库)辐射半径 500 公里以上的经销商, 每周一汽-大众免一次订货的运费, 发运方式由一汽-大众备件科确定; 500 公里以内的经

销商，运费由经销商自理。

### 2.2.3 备件订货的要求

2.2.3.1 严格执行 R3 系统的备件订货规定。

2.2.3.2 一汽-大众备件订货实行先付款后提货，款到帐上后，备件科才发货。

2.2.3.3 车身、发动机、变速箱等可以单独订货；保养件，易损件及玻璃等易碎件必须采用正常订货方式建立库存储备。

2.2.3.4 R3 系统中，国产件号与进口件号均有替代关系，一般经销商订什么，备件科提供什么。

2.2.3.5 订货的订货数量，要以备件科提供的包装单位为依据进行订货。

2.2.3.6 未国产化的备件请不要随意在其备件号前加“L”。

2.2.3.7 电话订货的准确性不予保证。

2.2.3.8 特殊情况的说明：一汽-大众备件订货原则上不再接收纸订单，如遇到特殊情况：如计算机发生故障，系统出现问题等，可通过 E-mail 方式发送离网订单。

### 2.2.4 一汽-大众备件科工作流程及微机处理的单据

2.2.4.1 一汽-大众经销商计划员通过计算机系统（信箱）传来的订单（申请单）；

2.2.4.2 一汽-大众备件科销售计划员处理订单，如：做替换，开锁，留言处理等；

2.2.4.3 一汽-大众备件科销售计划员打印《销售发货清单》（装箱单）并查询货款情况；

2.2.4.4 一汽-大众备件科仓库有关人员进行登记，装箱单分发，仓库工提货并把装箱单随货物发出；备件科业务人员把《领货凭证》给经销商寄出；

2.2.4.5 一汽-大众备件科仓库管理员根据装箱单的实际发出数量开出《吉林省

---

增值税纳税企业销货电脑汇总清单》，增值税发票（每月 25 日打印）。

2.2.4.6 一汽-大众财务部门寄出《吉林省增值税纳税企业销货电脑汇总清单》二, 三联, 增值税发票及有关单据。

附:

### 1. 销售发货清单

一汽-大众备件科仓库人员根据《销售发货清单》(一式两份), 进行提货, 一份作为装箱单随货发给经销商, 一份作为实际出库单, 以此为根据(实际发货数量) 开出《吉林省增值税纳税企业销货电脑汇总清单》和增值税发票。

- 1). 第一单(白联) 一汽-大众备件科仓库留用(货物予提单)
- 2). 第二单(蓝联) 一汽-大众经销商留用(装箱单)

#### 销售发货清单

(运费由经销商承担)

清单号: 80015016      订单号: 52520      建单时间: 2001. 11. 05  
 客户号: 7581000      客户名称: 一汽-大众经销商  
 发货方式: 自提      发运点: S015 北京发运 (0001 备件科, S016 广州)  
 仓库号: S15      发运品种: 8      客户地址: 北京  
 总重量: 118      净重:      单位: KG  
 总金额: 5388.58 RMB      此金额仅供参考(含税)!

序号	备件号	备件名称	发运数量	单位	架区	库位	堆区	销售价格	项号
1	867 955 251	隔套	9	PC	001	B19C1		3.61	5
2	L191 857 971	卡箍	30	PC	001	F08D2		0.74	2
3	6K5 945 259	灯泡基座	2	PC	001	H19C2		26.56	8

## 售后服务管理条例之十八

4	06A 129 723 B	支架	1	PC	002	B01E	123.16	4
5	L1H0 927 807 D	后轮传感器	4	PC	002	G01B2	59.95	6
6	L165 941 141	调整螺钉	20	PC	002	L22B	6.33	7
7	L1GD 945 096	尾灯 右	5	PC	003	E28A	319.70	3
8	L1GD 831 052	右前门	3	PC	004	C07A	752.43	1

制表:VS-SMHX543 提货人: 提货日期: 验货人: 验货日期: 领导签字:  
 JL19.01-05-01 日期: 2000.05.05 页号: 1 总页数: 2

## 2. 吉林省增值税纳税企业销货电脑汇总清单

- 1). 第一联(附存根联 留存备查) 一汽-大众备件科销售组留存备查;
- 2). 第二联(附发票联 购货方用于记帐) 一汽-大众经销商财务记帐
- 3). 第三联(附抵扣联 购货方交税务机关) 一汽-大众经销商交税务机关
- 4). 第四联(售货方记帐) 一汽-大众备件出门证

吉林省增值税纳税企业销货电脑汇总清单

NO 000014949

制表日期:2001.11.05

购货单位名称:7581000 长春一汽-大众经销商

购货单位税务登记号: 100000108181816

销货单位名称:一汽-大众汽车有限公司

销货单位税务登记号: 220106605120697

系统发票号: 90020022

系统订单号:52520

共 1 页 第 1 页

## 售后服务管理条例之十八

序号	商品代码	商品名称	单位	数量	单价(不含税)	金额
0001	867 955 251	隔套	PC	10	3.61	36.14
0002	L1H0 927 807 D	后轮传感器	PC	4	59.95	239.79
0003	L191 857 971	卡箍	PC	30	0.74	22.24
0004	6K5 945 259	灯泡基座	PC	2	26.56	57.12
0005	N 101 028 03	六角螺栓	PC	10	9.22	92.2
0006	06A 115 611A	机油标尺	PC	5	29.35	146.75
0007	06A 129 723 B	支架	PC	1	33.58	33.58
0008	L165 941 141	调整螺钉	PC	20	6.33	126.52
0009	L1GD 945 096	尾灯 右	PC	5	319.70	1598.50
0010	L1GD 831 052	右前门	PC	3	752.43	2257.29
小计:				3, 456.78		
合计:				13, 579.8		
价税合计: 5, 678.45		税额: 956.34		金额: 13, 579.98		
销货单位(章)				开票人: VS-WLJ549		

### 3. 欠货清单

欠货清单是一汽-大众备件科管理人员为了掌握备件供货情况而制作的一种单据，同时经销商也可以通过 R/3 系统了解每批订单的欠货情况。

订单 43453      没有发货的零件

客户号 7581000      客户名称    一汽-大众经销商

订单序号	零件号	名称	数量
000015	T101 000 044 AB	火花塞	50
000040	06B 109 111	齿型皮带轮	2
000032	T4A0 407 625 A	前轮毂轴承	20
000009	T1H0 413 031 A	减振器	10

订货品种: 50                      欠货品种: 4                      欠货率: 8,00%

发货方式: 长春中心库-备件                      日期: 2001.11.05

## 2.3 备件的结算

### 2.3.1 财务规定

2.3.1.1 经销商必须建立独立的银行帐号；

2.3.1.2 经销商在备件经营管理中, 必须有单独的财务进出明细帐目；

2.3.1.3 经销商的帐号和开户行变更时, 应提前通知一汽-大众备件科；

2.3.1.4 一汽-大众备件科及一汽-大众财务部门有权查阅经销商的备件经营帐目；经销商应主动配合一汽-大众备件科及一汽-大众财务部门的巡访检查工作。

### 2.3.2 备件结算办法

2.3.2.1 经销商向一汽-大众备件科订购备件是根据一汽-大众计算机系统规定的价格进行的备件结算一律采用转帐方式, 不再收取现金, 也不接受任何第三方的垫付款。

2.3.2.2 经销商到一汽-大众备件科自提备件时, 应遵循先付款后提货的原则, 汇款可采用信汇、电汇、汇票等方式进行。

2.3.2.3 为了简化结算手续, 缩短汇款时间, 如果经销商没有特殊要求, 其售后索赔款及首保款将直接转作备件款。

2.3.2.4 对于拖延备件款的经销商, 备件科将停止供货, 待欠款结清后, 方可恢复供货。

2.3.2.5 经销商收到一汽-大众备件科发运的备件时, 如果出现品种、数量或损坏等情况可通过备件索赔的方式解决。

2.3.2.6 经销商的财务人员应与一汽-大众汽车有限公司财务管理部随时核对一次帐目, 如有必要可派人到本公司核对帐目, 以保证双方帐目相符。

2.3.2.7 经销商的备件经理应对备件来往帐目及备件结算负责。

一汽-大众汽车有限公司帐号：

公司名称：一汽-大众汽车有限公司

地 址：中国 吉林省 长春市 东风大街

电 话：0431 5990285      传 真：0431 5990220      邮 编：130011

基本开户行：建行一汽支行

基本帐户：261031594(人民币)

税      号：220106605120697

开户行：工商银行一汽支行

中行汽车厂支行

交行一汽支行

帐 号：4200222409000011460(人民币)

01825200662(人民币)

2014000682(人民币)

00302008091001 (人民币)

## 2.4 备件的发运及验收

### 2.4.1 备件的发运

#### 2.4.1.1 备件的发运形式

一汽-大众备件科根据经销商订货要求,由专人负责对其订货进行发运,一般的发运方式有:铁路集装箱、铁路快件、特快专递、空运、送货、自提。

#### 2.4.1.2 备件发运的有关规定

a. 经销商大批订货时,应采用铁路集装箱或自提。

b. 特快专递的重量不得超过 15 公斤,长×宽×高的尺寸不得超过 60×60×90 厘米;

c. 铁路快件的重量不得超过 40 公斤,重量较重,体积较大的备件不能发铁路快件;

d. 体积超大的备件不能发空运;

e. 为确保发运质量和安全,油漆等易燃品,玻璃等易碎件必须采用特殊包

装,并且只能用铁路集装箱发运或自提,如经销商提出其它的发运形式,后果由经销商自负。

f. 经销商提出的发运形式如不符合规定要求,或有特殊情况时,一汽-大众备件科,有权改变发运形式。

g. 从长春空运没有直达的城市,经销商不能运体积大、数量多的备件。

#### 2.4.1.3 备件的免运费发运

a. 每周限定经销商订货一次,发货方式最终由备件科确定。

b. 每周超出一次订货的发运费用由经销商承担。

c. 订货次数以 R/3 系统中的订单号为准。

#### 2.4.2 备件的验收

2.4.2.1 经销商自提备件时,必须派人或指定专人当场参照装箱单进行验收。

2.4.2.2 货物到站后,经销商可以收到 <<领货凭证>>(此单一定要妥善保管,仅此一份);取货时,一定要认真清点验收,保证 <<领货凭证>>上的件数与实际相符。要查看箱子(件)是否破损、变形、丢失;要检查集装箱的锁、卡、封是否完整,有无变化;发现问题要立即与车站交涉,避免事后发生争议,引起不必要的麻烦。

2.4.2.3 经销商收到货物后,应立即根据随货发出的装箱单验收,如出现盈、亏、错、损等情况,立即通知备件科并办理相应索赔手续。

#### 2.4.3 备件发运的几种单据

a. 发运,包括铁路集装箱,铁路快件--常见的单据有:

<<包裹托运单>>, <<货物运单>>, <<铁路货物运输服务订单>>。

b. 发运--常见的单据有:<<货物托运单>>。

## 2.5 备件的索赔

### 2.5.1 备件索赔范围

2.5.1.1 委托发运的备件, 到达经销商后, 包装没有破损情况下的盈、亏、错、损。

2.5.1.2 委托发运的备件, 到达经销商后, 如属一汽-大众备件科包装质量不合格而造成的损坏和丢失也将给予索赔。

2.5.1.3 委托发运的备件, 到达经销商后, 包装破损情况下的盈、错, 也将给予索赔;

2.5.1.4 经销商修车使用备件时发现的质量不合格的件, 属于服务索赔范畴。

2.5.1.5 因一汽-大众提供的电子目录错误, 使经销商错订或一汽-大众备件科错发的不适合中国车型的备件。

### 2.5.2 备件非索赔范围

2.5.2.1 非一汽-大众备件科提供的备件。

2.5.2.2 经销商来人或指定人员自提所发生的亏、错、损。

2.5.2.3 经销商在修车使用备件时, 因违反装配工艺而造成的损坏。

2.5.2.4 凡在运输途中, 因外包装破损或被窃而造成的损失, 应当立即要求运输部门出具事故证明, 以便办理保险索赔。

### 2.5.3 备件索赔规定

2.5.3.1 严禁经销商将不属于索赔范围的备件报赔, 如有此事发生, 一汽-大众备件科将视情节给予相应的处罚。

2.5.3.2 经销商向一汽-大众备件科提出的盈、亏、错、损索赔, 有严格的时间限制, 经销商要在收到备件十五天之内完成备件的验收工作, 并针对上述问题,

向一汽-大众办理索赔，办理索赔应先电话联系，再将《索赔申请单》和有关的材料以特快专递，传真或挂号信的形式向一汽-大众备件科寄发(时间以寄出邮戳为准)。

2.5.3.3 经销商向一汽-大众备件科发出备件质量问题的报赔，应对所发现的问题，立即进行初步鉴定，由售后服务科索赔组办理服务索赔手续。

2.5.3.4 发现损坏备件，经销商应拍摄现场照片，如实反映备件的损坏情况和原因，作为资料一周内寄交备件科索赔员。

2.5.3.5 索赔件包赔后，原件归一汽-大众备件科所有，经销商应等待一汽-大众备件科的通知，按要求将索赔件返回一汽-大众备件科或暂存在经销商索赔库中，索赔件的销毁应在一汽-大众现场代表的监督下进行。

2.5.3.6 玻璃件、塑料件等易碎件原则上不予以索赔，特殊情况除外。

2.5.3.7 一汽-大众承担索赔件当时的供货价，其它费用概不承担。

#### 2.5.4 备件索赔的鉴定流程

2.5.4.1 首先，由经销商自己鉴定，然后电话联系，听从备件科索赔员的安排，备件计划员如实填写《备件索赔申请单》并申报一汽-大众备件科。

2.5.4.2 特殊备件（价值高的关键备件）由一汽-大众售后服务科的现场代表到现场进行鉴定，写出鉴定报告及处理意见填写《备件索赔申请单》并申报一汽-大众备件科。

2.5.4.3 经销商订货计划员将索赔件返回一汽-大众，由一汽-大众备件科有关人员进行鉴定，写出鉴定、处理。

2.5.4.4 原则上，所有需要索赔的损坏备件应返给一汽-大众备件科或各中转库，但由于超大等不方便运输的原因所损坏件可暂时存在经销商处，处置权属



一次订货将以冲帐的形式进行；

e. 错发退回:非经销商所订的备件,由于一汽-大众备件科或铁路等原因错发,错到的件,经销商不同意接收,可以将件退回;

f. 不合格件退回:由于备件本身的生产质量不合格,在修车使用时,发现的不合格件,可以把件退回一汽-大众。

### 2.5.6 备件索赔术语

盈--- 实际收到的数量大于装箱单的数量;

亏--- 实际收到的数量小于装箱单的数量;

错--- 装箱单中所订的备件品种与实物不符;

损--- 收到的备件是未被发现的损坏件;

易碎件---泛指玻璃,塑料等件;

不适合中国车型件---因一汽-大众提供的技术信息错误,而使经销商错订的不适合中国车型的备件。

## 2.6 一汽-大众备件中转库

为了经销商缩短了供货周期减少库存资金占用,提高备件周转,一汽-大众公司从 99 年起在全国陆续建立了数家备件中转库,力争在大部分地区备件供应实现 500 公里服务半径,满足用户的需求。

### 2.6.1 中转库的有关规定

为保证中转库周边地区经销商提货工作的顺利进行,规范和加强对经销商自提备件的管理,减少因经销商无序订货给备件科销售、提货、发运等工作造成的混乱,特做如下规定:

2.6.1.1 中转库周边地区的经销商必须到中转库提货,运费不免,不允许到长春

提货，中转库没有的备件可由长春发货(运费由大众公司承担,不允许经销商到长春提货)。

2.6.1.2 中转库周边地区经销商每周提货 1 次,每次提货时间由备件科规定(见自提经销商订货日历);三大总成的订货不受限制,随订随取。

2.6.1.3 经销商在中转库提货的方式有五种:

- a. 自提      b, 送货上门      c, 特快专递      d, 铁快      e, 铁集

正常订货必须自提,紧急订货可以发货(运费由经销商承担),如需中转库送货上门,经销商必须和中转库签和约,运费由经销商承担)。

2.6.1.4 经销商订货必须严格遵守订货日历的时间安排;必须用经销商的计算机联网订货,否则备件科计划员将不予处理。

2.6.1.5 经销商每次订货只能做一个订货申请单,即经销商每次提货只能有一份销售发货清单,否则备件科计划员将不予处理。

2.6.1.6 凡自提备件发货,先由备件科销售计划员通过信箱发送销售清单号,然后由中转库微机员打印,最后发货。

2.6.1.7 严格执行先付款后发货原则,严禁借件或白条子出库。

2.6.1.8 加强信息沟通,做好订货跟踪。

2.6.1.9 经销商凭“提货证”到中转库提货;发票由备件科开出。

2.6.2 中转库辐射经销商订货流程

2.6.2.1 经销商微机联网向一汽-大众传订单;

2.6.2.2 销售计划员处理订单;

2.6.2.3 经销商订货跟踪(微机联网查询或电话查询);

2.6.2.4 经销商汇款并向备件科传真(0431-5990540);

2.6.2.5 销售计划员通知中转库（在 R3 信箱中）；

2.6.2.6 经销商凭“提货证”到中转库提货或中转库发货。

2.6.3 一汽-大众中转库辐射地区

2.6.3.1 北京中转库辐射地区

a. 北京地区 b. 天津地区 c. 河北省 d. 山西省 e. 内蒙古中部(包头.呼和浩特)

2.6.3.2 广州中转库辐射地区

a. 广东省 b. 海南省 c. 福建省 d. 广西 e. 湖南省 f. 江西省

2.6.3.3 济南中转库辐射地区

a. 山东 b. 江苏 c. 河南 d. 安徽 e. 河北 f. 山西

2.6.3.4 西安中转库辐射地区

a. 陕西 b. 甘肃 c. 宁夏 d. 青海 e. 河北 f. 山西 g. 内蒙 h. 新疆

2.6.4 一汽-大众备件中转库通讯录

2.6.4.1 北京中转库（代码：S015）

单位名称：北京和众奥顺达物流有限公司

地址：北京市东四环路 18 里店 1998 号

电话：010-67472600/67474209 传真：010-67472600 邮编：100023

2.6.4.2 广州中转库（代码：S016）

单位名称：广州大众汽车维修服务有限公司

地址：广州石井凰岗（广州高速庆丰收费站一公里处）

电话：020-36393957/36393959 传真：020-36393957 邮编：510430

2.6.4.3 济南中转库（代码：S017）

---

单位名称： 山东华达汽车股份有限公司

地址： 济南工业南路 60 号

电话： 0531-8586116/8586566 传真： 0531-8586116 邮编： 250100

#### 2.6.4.4 西安中转库（代码：S018）

单位名称： 西安航空四站汽车服务有限责任公司

地址： 西安丰登南站四号

电话： 029-4259654/4241437 传真： 029-4259654 邮编： 710077

#### 2.6.4.5 无锡中转库（代码：S019）

单位名称： 无锡太湖国家旅游度假区物资有限公司

地址： 无锡市新明东路 3 号（联合收割机有限公司院内）

电话： 0510-8203138/8702668 传真： 0510-8702668 邮编： 214101

#### 2.6.4.6 成都中转库（代码：S020）

单位名称： 成都航空四站总厂

地址： 成都市机场站 4.3 公里处（成都四站厂）

电话： 028-85131943 传真： 028-85192306 邮编： 610041

备件科收单人:

女士/先生



## 备件索赔申请单

(电话: 0431-5990544 传真: 0431-5990540)

申请方式	
1=多发补货	2=欠货补发
3=多发退货	4=欠货退款
5=错发退回	6=不合格件退回

单位名称:

单位代码: 758

领导签字/盖章:

申请单编号:

填单日期: 年 月 日

第 页 (共 页) 第 页 (共 页)

序号	备 件 号	备件名称	订货日期	清单号	订货数量	发货数量	到货差异	错发数量	质量不合格	单价(元)	原发货方式	1	2	3	备 注
												4	5	6	

索赔员签字:

年 月 日

仓库主任签字:

年 月 日

备件科科长签字:

年 月 日

## 经销商备件管理相关要求

### 1. 范围

对经销商备件业务工作相关要求的规定,适用于经销商备件业务及考核经销商备件业务工作的管理。

### 2. 管理内容

#### 2.1 备件工作总则

2.1.1 备件业务工作要本着用户第一的原则,信誉至上的宗旨以及及时的备件供应赢得用户的信赖,维护一汽-大众的产品信誉。

2.1.2 备件供应是售后服务工作的保证,做好这项工作既可维护产品的信誉,扩大产品市场,又可增加经销商的经济效益。

2.1.3 经销商的各级领导必须高度重视备件工作,要亲自抓好备件的订货、仓储、销售及管理的全过程。

2.1.4 及时了解并反馈与备件、销售有关的市场信息和动态,做到市场有预测,订货有计划,销售有市场。

2.1.5 经销商应向广大用户作好宣传工作,防止不法商人假借一汽-大众公司的名义,推销备件,严防假冒伪劣备件流入市场,损害用户利益,危害一汽-大众公司和的信誉形象。

#### 2.2 经销商须知

已与一汽-大众汽车有限公司签署协议的经销商应按照下列要求来执行:

2.2.1 基础设施和必备的专用工具;

2.2.1.1 具有足够使用的备件仓储面积、货架、货筐及辅助器具;

2.2.1.2 配置计算机数台,其中一台用于备件订货专用;电话、传真机、文件柜

数台等。

### 2.2.2 必填内容

2.2.2.1 新签协议/过渡维修/已开业的经销商一经与一汽-大众汽车有限公司建立合作关系，请填写《《协议签订后必填内容》》并上报一汽-大众备件科。

2.2.2.2 同时《《协议签订后必填内容》》的任何更改，必须立即通知一汽-大众备件科。

### 2.2.3 培训要求

新签协议/过渡维修能力/已开业的经销商一经与一汽-大众汽车有限公司建立合作关系或备件业务人员的调整，首先应提出培训申请并参加一汽-大众备件科培训员组织的业务及管理方面的培训，具体步骤如下：

2.2.3.1 无 R/3 系统的经销商填写《《培训申请表》》，寄发给一汽-大众备件科培训员收(传真:0431-5990540)；有 R/3 系统的经销商通过系统提出申请。

2.2.3.2 备件科培训员将根据申请的业务人员(备件经理, 订货计划员)纳入培训计划；

2.2.3.3 备件科培训员组织备件业务培训, 通知培训人员在指定时间, 地点参加培训(培训期间分发有关资料, 文件)；

2.2.3.4 考试合格者，方可上岗订货；

2.2.3.5 备件科有关岗位建立档案，实施管理、指导、考核；

2.2.3.6 其它方面的研讨，培训及会议另行通知。

### 2.3 业务大厅备件陈列要求

为达到备件管理的正规化、系统化, 一汽-大众备件科要求一汽-大众经销商业务接待大厅必须设有备件陈列及备件销售专柜，否则一汽-大众公司不准许开

业.

### 2.3.1 备件陈列专柜

2.3.1.1 备件陈列柜要美观大方,并有明显的一汽-大众汽车有限公司的标志;

2.2.1.2 备件陈列要整齐,要有代表性。

### 2.3.1 备件销售专柜

2.3.1.1 备件销售专柜,应与维修业务柜台分开,并有备件销售等字样;

2.3.1.2 销售的备件必须明码标价。

## 2.4 文件、资料及电函的管理

经销商接到一汽-大众备件科发放的所有文件、资料、备件业务通知及有关经销商订货、经营及仓储等管理的记录和档案、资料、文件后:

2.4.1 组织站长,备件经理,订货计划员及其他备件业务人员学习,并贯彻执行;

2.4.2 建立起文件、资料、电函及信息管理档案;

2.4.3 建立备件订货、仓储、销售计算机管理系统;

2.4.4 在执行有关管理条例中,如有不详之处,可问询备件科培训员。

## 2.5 管理原则

2.5.1 集中管理:要求对文字材料实施统一、集中管理,与其它单位发放的资料、文件严格区别开来。

2.5.2 分类保管:按材料的种类、代码、时间顺序进行分类管理,建立健全的档案管理系统。

2.5.3 专人负责:经销商备件经理负责对文字材料及往来信函的管理,并负责指导本站其他人员开展备件业务工作。

2.5.4 对于用户来访、来电、来函购买备件,应有编号、记录、处理结果并存

档。

2.5.5 对一汽-大众备件科发放的业务通知及往来电函要有记录,有处理或落实结果并存档。

2.5.6 要配备必要的档案设施,如:文件柜、文件盒、文件夹等。

2.5.7 健全资料借阅制度,做好保密工作。

2.5.8 要保证一汽大众发放的材料,经销商内部的有关订货、经营、仓储等记录及往来电函、完整、齐全。

## 2.6 信息反馈管理及业务报表

### 2.6.1 工作要求

2.6.1.1 信息反馈工作的态度要求认真、主动、积极、持久;

2.6.1.2 信息反馈工作的原则要求准确、及时、新颖、真实;

2.6.1.3 对于一汽-大众备件科要求填写的《备件业务月报表》必须定期反馈;

2.6.1.4 随时获得的信息要及时反馈,要求经销商每年至少提供四条有价值的信息。

### 2.6.2 信息内容

2.6.2.1 本地区一汽-大众公司生产车型目前的保有量及未来保有量的预测;

2.6.2.2 经销商备件库存储备情况、订货情况、库存情况及备件维修、销售情况;

2.6.2.3 备件供应情况:订货周期、供货周期、欠货情况及发运中出现的问题;

2.6.2.4 进口及国产化备件的质量;

2.6.2.5 当地车辆维修行业的管理政策;

2.6.2.6 备件需求量的预测、备件资金周转的预测、备件储备定额及最低库存

的预测；

2.6.2.7 类似于一汽-大众公司生产车型的市场销售、备件供应、价格、促销办法及广告宣传等综合方面的信息；

2.6.2.8 收集提供仿制件、假冒件的有关信息。

### 2.6.3 信息来源

2.6.3.1 广大用户及重点考察单位；

2.6.3.2 本单位内部及同类型车辆生产厂家及经销商；

2.6.3.3 制定当地经营政策的有关政府部门；

2.6.3.4 当地交通、车辆管理、汽车研究、安全监测、环保、备件经销部门及车辆修理厂；

2.6.3.5 当地新闻报道及有关资料

### 2.6.4 信息要求

2.6.4.1 提供的信息要求注明时间、地点，内容要完整，条理清晰，分析要有逻辑性，要使用标准。术语、字迹要工整，必要时应附有照片或图表。

2.6.4.2 对突发性的紧急信息可采用传真,电报,电话等形式反馈至一汽-大众备件科。

2.6.4.3 经销商收集整理后的所有信息,应一式两份,一份反馈至一汽-大众备件科,一份存档、备案。

## 环境管理条例

### 1 范围

对如何开展环境管理工作进行规定，维护一汽-大众产品的环保品牌形象，督促和引导经销商遵守国家 and 地方相关的法律、法规，适用于经销商环境管理体系的建立。

### 2 管理内容

**环境管理体系：**是全面管理体系的一个组成部分，包括制定、实施、评审和保持环境方针所需的组织机构、规划活动、职责、惯例、程序、过程和资源。

#### 2.1 经销商建设阶段

2.1.1 设计部门为经销商经营与服务场所所做的施工图纸设计必须满足国家及当地有关环保方面的法规、设计规范和相应的规定。

2.1.2 施工部门在施工过程中必须满足国家及当地有关环保方面的法规、施工规范和相应的规定。

2.1.3 所选择的建筑材料（特别是装潢材料）应符合环保要求，使用环保产品。

2.1.4 必须有当地环保局认可的文件（环保评价报告或登记表）。

2.1.5 必须有当地消防部门的认可文件。

#### 2.2 经销商开业服务阶段

2.2.1 经销商在经营与服务过程中必须执行国家及当地有关环保方面的法规和相应的规定。

2.2.2 使用对环境有利的技术和管理措施。

2.2.3 按照现场“5S”与定置管理的要求推动清洁服务。

2.2.4 有可持续的节能降耗措施。

- 
- 2.2.5 减少（或消除）污染物的排放措施得当、有效。
  - 2.2.6 在合理处置废弃物的同时，能对废弃物进行回收（或循环利用）。
  - 2.2.7 减少有毒有害物质的使用，使用无毒害（或毒害小）的替代物。
  - 2.2.8 有应急准备措施，能够避免环境事故的发生。
  - 2.2.9 建议经销商建立 ISO14000 环保体系并通过国家 ISO14000 环保体系认证。



一汽-大众销售服务部售后服务科  
2002年9月3日