

CADA

团 体 标 准

T/CADA XX—20XX

汽车售后零部件采购管理规程

Purchase management regulations of automobile after-sales spare parts

(征求意见稿)

2019-XX-XX 发布

2019-XX-XX 实施

中国汽车流通协会 发布

# 汽车售后零部件采购管理规程

## 1 范围

本标准规定了汽车售后零部件采购工作中的术语和定义、总体要求、采购计划、供应商选择、商品验收、安全保障、货款结算及供应商服务质量测评。

本标准适用于汽车经销商、维修企业、供应链服务平台、电商、售后零部件经销商等汽车售后零部件中质量相当配件的采购过程。

## 2 规范性引用文件

下列文件对于本文件的应用是必不可少的。凡是注日期的引用文件，仅所注日期的版本适用于本文件。凡是不注日期的引用文件，其最新版本（包括所有的修改单）适用于本文件。

GB/T 10001.1 公共信息图形符号 第1部分：通用符号

GB/T 10001.5 标志用公共信息图形符号 第5部分：购物符号

GB/T 22125 汽车配件营销企业经营管理规范

GB/T 33493-2017 零售商采购规程

GB/T 32007 汽车零部件的统一编码与标识

GB/T 36684-2018 汽车售后零配件市场服务规范

T/CADA 8-2017 《汽车售后零部件销售服务规范》

T/CADA 9-2017 《品牌价值评价 汽车售后零部件服务》

## 3 术语和定义

下列术语和定义适用于本文件。

### 3.1 汽车零部件

构成汽车整体的各个单元及服务于汽车的产品。

### 3.2 汽车售后零部件

汽车销售后，安装于汽车、用来替换该汽车初装零部件的产品；优化或增加某方面功能的零部件产品。

### 3.3 质量相当配件

未经汽车生产商认可的，由配件生产商生产的，且性能和质量达到原厂配件相关技术标准要求的零部件。

### 3.4 汽车售后零部件销售

开展汽车售后零部件（3.2）供应、流通和使用领域中的交易过程和行为。

### 3.5 服务

提供者与顾客接触过程中所产生的一系列活动过程及其结果。[GB/T15624-2011，定义3.1]

### 3.6 服务质量

能够满足规定、约定以及顾客需求的特性的程度。[GB/T36733-2018，定义3.5]

### 3.7 服务能力

在要求时间内可持续提供的能力。

### 3.8 服务保障体系

为保证服务质量，按照约定建立一系列配套服务系统。

## 4 总体要求

### 4.1 工作原则

采购商与供应商的合作应遵循平等、诚信、互利、可持续发展的原则。

### 4.2 工作要求

4.2.1 择优甄选供应商，原则上每个品类不少于3家，各家都应具备国家有关法律法规要求的资质和产品准入标准；

4.2.2 对生产企业着重审核产品质量、安全保障、供应能力，以及战略规划、服务理念等可持续发展能力；

4.2.3 对汽车售后零部件服务商着重审核工厂授权、产品代理权限、海关证明等合法性文件，供应及服务能力，服务理念及成长性等；

4.2.4 采购的汽车售后零部件产品应符合经营或使用要求、产品价格有利于提高经营效益、采购数量应保证最佳库存、采购的费用应符合经营预算需求。

## 5 采购计划

### 5.1 前期准备

#### 5.1.1 市调工作

综合了解顾客基本情况、竞争对手情况、行业发展趋势、意向采购产品的供应商整体情况，以指导采购计划。

#### 5.1.2 产品结构

根据市场竞争情况、用户结构及自身定位，从汽车售后零部件品牌、适用车型、包装规格、盈利项目组合、毛利等方面形成具备特色的产品组合。

### 5.2 确定计划

#### 5.2.1 计划指标

根据本企业年度销售计划和财务指标，确定采购部门的任务指标，如销售、毛利、库存管理、供应时效等。

#### 5.2.2 供应商匹配

结合市场竞争情况、销售要求及经营条件，选择最优供应商及备选供应商，根据公司战略要求及市场变化，有计划的优化调整供应商结构。

#### 5.2.3 品类计划

根据市场变化调整产品结构，优化品类管理，调整相应产品的订货数量、规格、送货周期等。

## 6 供应商选择

### 6.1 招标

#### 6.1.1 组织招标

采购方选定产品，对同类产品多个供应商厂家进行招标公示；

#### 6.1.2 供应商投标报名

产品供应商于招标公示结束前进行投标报名，并提供竞标资料。

### 6.2 供应商资质审核

6.2.1 合法有效的营业执照等相关证件，提供的产品在注册经营的范围内；

6.2.2 汽车售后零部件生产企业资质审核

6.2.2.1 具备14000环境体系证书及职业健康、安全体系证书；安全件、关键零部件、法规件必须具备IATF16949质量管理体系证书、如产品涉及3C认证，应提供3C强制认证证书；其他汽车售后零部件通过ISO9001认证；

6.2.2.2 生产企业严格按照产品执行标准组织生产，提供产品性能符合安全、稳定、环保等国家标准相关要求；对于采购双方达成的特殊产品性能参数等要求，供应商应出具相关符合性证明；

6.2.2.3 供应商主机配套证明，包含一级配套和二级配套；企业实验室、检测中心、技术中心认证证书；专利证书，包含发明专利、实用新型专利、外观专利；高新技术企业等；

6.2.2.4 供应商与零售商、维修企业等采购方签订销售合同时，签订质量安全保证协议；

6.2.3 汽车售后零部件服务商具备相应产品的代理权、工厂授权，进口产品提供关税证明；

6.2.4 5家以上代表性客户

6.2.5 产品可溯源

6.2.6 企业成长性、可持续发展性预判，涵盖近5年战略规划、服务理念、企业文化、组织架构、员工薪酬待遇、社保缴纳报表、增值税报表等。

6.3 供应商现场审核

6.3.1 生产企业现场审核

对于3家以上主机配套、与5家以上百强汽车经销商集团合作，且近3年无质量事故及有责服务投诉的供应商，可考虑现场审核的必要性和深度。产品质量等专业性强的审核可委托或认可第三方检测、认证等机构审核。

6.3.1.1 环境条件评估

企业生产卫生条件及污染处置应符合国家规定，噪音污染、粉尘含量超标、使用有毒有害材料车间配备、并正确使用防护措施。

6.3.1.2 设施及设备状况评估

6.3.1.2.1 具备保证产品质量的生产设备、工艺装备、检验检测设备和相关辅助设备设施；

6.3.1.2.2 生产设备、工艺装备、检测设备的先进性、自动化程度；

6.3.1.2.3 具备与生产产品品种和数量相适应的加工、包装、贮存场所，环境温度、适度、清洁度满足要求；

6.3.1.2.4 具备满足原材料、产品等相适应的采光、照明、通风、防尘、防腐、废水处理、废物存放的设备设施，且满足安全生产需求。

### 6.3.1.3 原材料评估

6.3.1.3.1 生产加工所用原材料、包装材料符合国家法律法规或标准规定；

6.3.1.3.2 生产企业具备原材料管理制度，对原材料购入、检验、使用等严格管理，保留原材料供应企业的资质、购销票据及同批产品检验合格证；在生产过程中原材料可识别批次，可追溯；

6.3.1.3.3 及时处理不符合质量要求或已过期的原材料。

### 6.3.1.4 检验检测能力评估

6.3.1.4.1 企业实验设备、检验人员、人员的使用设备及分析能力与产品和生产规模相适应；

6.3.1.4.2 企业应设立专门的检验部门，检验人员熟知产品相关的质量安全法规及核心检测点，对原材料入库、加工生产、过程、成品出库等按照规定检测项目、频次进行检测，并提供、保存检测报告；

6.3.1.4.3 企业建立并严格执行设备管理制度，设备定期检定、校准合格，在有效期内使用，并建立档案，便于异常分析等。

### 6.3.1.5 质量管理评估

#### 6.3.1.5.1 生产、检查

建立完整的从原材料入库到成品出库的生产记录和检查记录，保证整个过程的有效监管和控制，且妥善保存记录档案。

#### 6.3.1.5.2 产品可追溯

企业应建立可追溯系统，追溯产品生产的每一个环节，包括原材料。

#### 6.3.1.5.3 产品质量问题跟踪处理情况

已交付产品的质量绩效、退货处理及跟踪、出现产品质量问题的处理情况。

### 6.3.1.6 包装及标识评估

产品包装材料、包装上明示内容、标识、认证标志符合国家法律法规或标准要求。

### 6.3.1.7 储运评估

6.3.1.7.1 库房条件与产品贮存要求相适应，入库产品应有标识，按照批次分开存放；

6.3.1.7.2 出库遵循先进先出，运输条件符合产品要求，避免损坏。

### 6.3.1.7 人员评估

6.3.1.7.1 企业人员构成，大专、本科、工程师、高级工程师占比，开发及实验人员、品保、工程技术、生产工人占比；

6.3.1.7.2 企业负责人应了解产品质量相关的法律法规，具有保证产品质量的责任和义务；

6.3.1.7.3 企业应具备完善的人员管理制度，建立符合需求的员工技能矩阵，保证生产顺利进行；生产操作、检验人员经过岗前培训和考核后上岗，检验人员等岗位需持证上岗。

#### 6.3.2 销售服务企业现场审核

6.3.2.1 库房管理符合6.3.1.7的要求；

6.3.2.2 信息化程度及API接口满足客户需求；

6.3.2.3 服务理念、渠道布局及团队文化的审核。

#### 6.4 供应等服务保障能力审核

##### 6.4.1 交付能力

6.4.1.1 制造型企业产能满足交付能力，通过设计年产能、满负荷单班产能、可供月度最大产能及按时交货率等核算交付能力；首次交付产品自检合格报告。

6.4.1.2 服务型企业具备与客户需求相匹配的库存、服务网络及服务人员；

##### 6.4.2 产品覆盖率及重点产品满足率

##### 6.4.3 信息沟通效率

询价反应速度、顾客通知及时率、出现质量等问题快速反应速度等。

##### 6.4.4 供应链保障

供应商的物流体系建设及销售服务网络覆盖情况。

##### 6.4.5 培训

售前为采购方提供区域选型指导、型号查询培训、产品知识培训、安装操作及营销培训；

##### 6.4.6 质量保证

遵守质量保修承诺，依据不同产品特点，提供相应年限或者公里数的保修服务，严格执行“三包”制度；

##### 6.4.7 库存优化服务

##### 6.4.8 退货/索赔率

#### 6.5 危机处理

6.5.1 对于投诉及时采取有效措施。当出现供货危机、用户强烈抱怨、“三包”、“召回”等因质量问题所产生的危机时，即使产品责任未确定，供应商应配合以最快速度解决危机，平息客户抱怨。事后分析确定责任。

## 6.6 产品质量担保

供应商根据产品特性及行业主流情况，进行产品质量担保承诺，承诺涵盖担保期、担保责任。

## 6.7 竞标完成及供货

通过审核的供应商进入采购序列，上架后，依照采购计划采购。

## 7 商品验收

### 7.1 订货约定

采购商与供应商对产品质量、数量、最小订货量、包装规格、送货周期、送货地点、费用及其他特殊问题进行约定。

### 7.2 商品包装和规格

7.2.1 销售的零部件应标注符合GB/T 32007要求的零部件名称、商标、生产厂名、厂址、合格证明、规格型号、商品质量等级、生产许可证、商品出厂日期和有效期限、代理商（经销商）等标识，满足国家有关的产品质量要求，内外包装应完好无损，附件齐全，说明书、保修卡等资料要完备；

7.2.2 对于自有品牌产品，规格由采购方主导，与供应商做详细约定；

7.2.3 供采双方可通过合同或其他方式约定包装要求，采购方提供必要培训及辅导，以帮助供应商充分理解和遵守约定。

### 7.3 检验及退货

7.3.1 建立专业技术团队对产品进行了解及检测

7.3.2 借助国家权威机构对产品进行检测及备案

7.3.3 对规模性产品进行封样留存备查

7.3.4 对产品验收情况进行登记，有据可查，不定期对供应商发往各店的产品进行质量抽检，样品核对

7.3.5 建立采购体系内索赔及产品质量问题监督机制，点对点沟通

7.3.6 如若出现违反订货情况或质量问题，应拒收，并与供应商及时沟通；如出现不安全因素产品，应交由相关主管部门处理。

## 8 计划执行及信息反馈



## 8.1 制定销售计划

8.1.1 采购人员根据预算分配，制定产品销售、毛利率增长、库存等指标预算；

8.1.2 采购人员根据预算指标，做周、月、季、年预算计划，依据计划进行采购。

## 8.2 销售追踪及计划调整

定期与供应商分析销售、库存、周转率等指标达成情况，及时将市场信息反馈给供应商，根据实际情况，在供应商配合下调整产品结构和价格水平，促进共赢。

## 8.3 信息反馈

在使用各供货商产品时，随时记录及反馈产品价格、产品质量、售后服务、市场环境等方面存在的问题，及市场环境变化，及时与供应商沟通，指导供应商改进、提升。

## 9 安全保障

9.1 关注零部件供应商的体系建设能力，开发、制造及过程管控能力，关注产品的一致性、稳定性，对关键、安全、法规件供应商进行定期审核；

9.2 关注零部件供应商的仓储物流及日常维护管理能力，建立安全和风险管理流程，有效预防安全事故发生；尤其是对温度、运输、保质期有特别要求的零部件产品，如金属、橡胶产品及养化品；

9.3 如发生安全事故，及时分析解除问题，在未解除风险的情况下不得进入终端。

## 10 货款结算

### 10.1 结算票据

10.1.1 供应商提供符合国家法律、法规或标准规定的有效票据和结算资料，并加盖单位财务或发票专用章；

10.1.2 提供增值税专用发票或普通发票。

### 10.2 费用收取

10.2.1 采购方向供应商收取的费用，应具有明确的服务项目，并在合同中做出规定；

10.2.2 采购方向供应商收取的产品销售量或销售额挂钩的销售奖励，应按税目缴纳税金；

### 10.3 货款结算与期限

采购方应在合同中明确约定货款支付期限，并按合同或其他书面约定进行货款结算。

## 11 供应商复审、综合服务质量评价及采购方推荐

11.1 每季度对产品名单中的供应商进行复审，对供应商经营状况、产品价格、产品质量、供货额、售后服务等进行季度审核，对复审存在问题的供应商，暂停供货资格，并将产品下架，需重新投标获得供货资格。

11.2 供应商综合服务质量评价依据GB/T 36684-2018 汽车售后零配件市场服务规范、T/CADA 8-2017《汽车售后零部件销售服务规范》、T/CADA 9-2017《品牌价值评价 汽车售后零部件服务》对供应商服务提供能力、服务质量、企业信用等进行综合测评；

### 11.3 采购方推荐

坚持质量第一、消费引领、市场主导的原则，组织采购方根据准入资质、使用效果、用户满意度等要素推荐供应商。

## 参 考 文 献

- 《中华人民共和国消费者权益保护法》
- 2017年商务部1号公布《汽车销售管理办法》
- 2019年1月国家市场监督管理总局、国家发展改革委联合印发的《服务业质量提升专项行动方案》文件精神
- GB/T 36683 《汽车售后服务评价规范》
- GB/T 36686 《汽车售后服务规范》
- GB/T 36684 《汽车售后零配件市场服务规范》