

团体标准

T/CADA

T/CADA X-20XX

汽车装饰用品采购规程

(征求意见稿)

Purchasing Regulations for Automotive Decoration Goods
(Draft for comments)

20XX-XX-XX 发布

20XX-XX-XX 实施

中国汽车流通协会 发布

版 权 声 明

本标准的版权受中国汽车流通协会保护。

除非得到用户所有地的适用法规的许可，在取得CADA正式的书面许可之前，本标准或任何摘录文字不允许以任何包括电子存盘、影印、录音及其它方式，复制到存取系统中或以任何方式传播。

复制需要缴纳特许使用金或签署许可协议，违者将会受到法律起诉。

如欲复制并/或翻译本标准的任何部分，应当联系下列地址的中国汽车流通协会以获得许可。

联系人及电话：林逊 张保泉 010-53561235

本标准发布之日起生效。

目 次

前 言	II
汽车装饰用品采购规程	1
1 范围	1
2 规范性引用文件	1
3 术语和定义	1
4 管理内容及要求	2
5 对供应商评价	5
参 考 文 献	9

前 言

本标准按照 GB/T 1.1—2009 给出的规则起草。

本标准由中国汽车流通协会提出并归口。

本标准起草单位：北京目维汽车文化有限公司、上海大众联合汽车改装有限公司、广汇汽车服务股份公司、利星行汽车、国机汽车股份有限公司、大昌行集团有限公司、浙江物产元通汽车集团有限公司、江苏万帮金之星车业投资集团有限公司、北京运通国融投资集团有限公司、深圳市东风南方实业集团有限公司、天津市浩物机电汽车贸易有限公司、山东远通汽车贸易集团有限公司、利泰集团有限公司、河南威佳汽车贸易集团有限公司、润华集团股份有限公司、远方汽车贸易集团有限公司、蓝池集团有限公司、天津捷通达汽车投资集团有限公司、山东银座汽车有限公司、上海云质信息科技有限公司等。

汽车装饰用品采购规程

1 范围

本标准规定了汽车装饰用品销售服务企业对汽车装饰用品采购的管理原则、管理内容及要求，设定了对供应商的评价指标、评分标准和综合评定依据。

本标准适用于中华人民共和国境内的汽车装饰用品销售服务企业在与汽车装饰用品供应商的合作中，对汽车装饰用品供应商的管理工作。

2 规范性引用文件

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

IATF16949 质量管理体系—汽车行业生产件与相关服务件的组织实施 ISO9001 的特殊要求。

3 术语和定义

下列术语和定义适用于本文件。

3.1

汽车装饰用品销售服务企业 automobile decoration wholesale enterprises

从事汽车装饰用品销售或服务的企业。

注：包括但不限于汽车厂装饰用品加装企业、汽车经销商装饰用品销售企业、汽车改装企业、汽车装饰用品零售连锁企业、汽车美容服务连锁企业、汽车维修连锁企业、电商企业及周边服务企业。

3.2

汽车装饰用品供应商 automobile decoration supplier

直接向经销商企业、销售服务企业提供商品销售及相应销售服务的企业及其分支机构。

注：包括但不限于生产企业、商业企业。简称：供应商。

3.3

供应商管理 supplier management

对供应商的了解、选择、评估、监督、退出、销售、开发、培训、合作与规范等综合性管理工作总称。

4 管理内容及要求

4.1 供应商审核与准入

4.1.1 应对供应商资质、人员、品种、价格、质量、专利、规格、服务、保修、技术、降本、票证、印鉴、物流、财务稳定、网点覆盖能力等进行审核。

4.1.2 对特殊管理汽车装饰用品与国家有专门管理要求的汽车装饰用品，按相关的管理规定执行。

4.1.3 对车窗膜、车身膜、脚垫、汽车香水、行车记录仪、电尾门、车灯、电动座椅、座椅加热通风按摩、外饰件、内饰件、无钥匙进入、360度全景、车联网、导航等质量风险较高汽车装饰用品的供应商或近3年曾发生不良记录的供应商应视为重点供应商，必要时进行现场检查。

4.2 质量管理体系与质量保障能力

4.2.1 定期或不定期对供应商及其服务型企业的质量管理体系情况进行综合评审，但对重点供应商至少每半年一次，要求供应商提供质量管理体系文件或目录，应包括但不限于所供应的汽车装饰用品合法性文件、执行的质量标准、产品质量稳定相关资料和质量管理制度目录等。

4.2.2 供应商应具有质量应急处置和组织保障能力，建立汽车装饰用品质量应急处置机制，提供应急处置流程、组织保障及联系方式。

4.3 社会责任及环境保护

4.3.1 社会责任

4.3.1.1 供应商应有内部文件(标准/政策)或外部文件(法律/规定)涉及以下内容：雇员健康和安​​全、平等的就业机会、雇员的最小年龄、最低工资标准、最长工作时长、反腐倡廉规定。

4.3.1.2 供应商和汽车装饰用品销售服务企业应尊重劳工权益、关注员工健康与安全、遵守职业道德规范及相关法律法规要求，通过培训、员工参与和多方沟通实现持续改进。

4.3.2 环境保护

4.3.2.1 环境系统要求中应包含对环境有影响的生产任务。

4.3.2.2 有环境事宜联系人员，可以在涉及到环境领域向此人提出相关的问题。

4.3.2.3 所有的雇员都能得到关于环境话题的信息。

4.4 采购协议/合同签订与执行管理

4.4.1 汽车装饰用品销售服务企业与供应商确定合作意向以后应签订采购协议/合同，约定汽车装饰用品采购和经营过程中的相关事宜。

4.4.2 汽车装饰用品销售服务企业与供应商签订采购协议/合同时，应同时签署质量保证协议，以保证汽车装饰用品质量符合质量标准和要求、汽车装饰用品包装符合有关规定和货物运输要求。

4.4.3 汽车装饰用品销售服务企业应定期对采购协议/合同规定的供应商履约情况进行检查，并有记录备查。对于未按协议/合同正常履约的情况，双方协商制定解决方案。

4.5 交易环节中的基本要求

4.5.1 订单确认及反馈响应

供应商在收到汽车装饰用品销售服务企业提交的订单后应及时确认，并在订单执行后反馈订单数量、合规发票、发货时间、包装规格、批号、运输方式、承运商、运输在途时间等信息；如有变更，应及时告知并提供必要的证明文件。

4.5.2 交货

4.5.2.1 汽车装饰用品销售服务企业接收供应商的汽车装饰用品交货，需核对订单反馈的条款及与运输方式、冷链汽车装饰用品运输过程的温度、随货票据等是否符合相关要求；汽车装饰用品销售服务企业对不符合相关要求交货处理时应留存相关记录、资料，并对汽车装饰用品予以拒收、代管的处置，同时通知供应商。供应商对汽车装饰用品销售服务企业拒收、代管的品种，要及时妥善处理。

4.5.2.2 汽车装饰用品销售服务企业收货后，凡验收不符合要求的汽车装饰用品不得入库，并由本企业的质量管理部门处理。

4.5.3 库存管理

按照市场需求，汽车装饰用品销售服务企业应与供应商共同协作合理控制库存，避免出现缺货或积压，造成品种供需不平衡。有条件的汽车装饰用品销售服务企业宜与供应商在约定的范围内，利用电子商务、系统软件管理，采用储备自动补货系统进行库存管理。

4.5.4 售后及服务

4.5.4.1 退换货

对于非储存和运输原因造成汽车装饰用品质量问题、汽车装饰用品滞销和汽车装饰用品近效期等情况，汽车装饰用品销售服务企业与供应商双方应按照合同约定处理，未有约定则协商解决办法。供应商按照相关规定及时进行退换货处理或委托销毁处理，双方确保账务清晰。

4.5.4.2 汽车装饰用品召回

当发生汽车装饰用品召回情况时，汽车装饰用品销售服务企业应协助供应商履行召回义务；按照召回计划的要求及时传达、反馈召回信息，控制和召回存在安全隐患的汽车装饰用品，并建立汽车装饰用品召回记录。

4.5.4.3 不良反应监测

汽车装饰用品销售服务企业和供应商应当分别建立汽车装饰用品不良反应报告和监测管理制度，设置或指定机构、配备专（兼）职人员承担本单位的汽车装饰用品不良反应报告和监测工作，按照规定及时通报供应商相关汽车装饰用品不良反应事件，建立并保存汽车装饰用品不良反应报告和监测档案。双方应积极配合汽车装饰用品监督管理部门和汽车装饰用品不良反应监测机构对汽车装饰用品不良反应事件的调查，并提供所需资料。

4.5.4.4 投诉处理

汽车装饰用品销售服务企业与供应商应分别设立投诉管理制度，公开投诉受理方式，接受客户与消费者的投诉，并进行记录、及时处理；需要双方协调的，各方应予以配合。

4.5.5 资金管理

4.5.5.1 应付账款管理

汽车装饰用品销售服务企业应与供应商定期核对往来账目，及时按付款流程履行审批手续后付款。对有约定账期性合作，汽车装饰用品销售服务企业应按期、按时支付；如出现未按约定付款，应及时通知供应商并协商解决，协商不一致可提起诉讼。

4.5.5.2 资金结算

汽车装饰用品销售服务企业应支付货款至供应商备案时提供的对公银行账户，不得以现金支付或汇至第三方账户，并要求供应商收到款项后，在约定期限内向汽车装饰用品销售服务企业提供收款确认信息；对预付账款应当建立授权审批制度。

4.6 信用与风险管理、合规经营

4.6.1 信用管理

4.6.1.1 汽车装饰用品销售服务企业应要求供应商坚持诚实守信、依法生产经营。

4.6.1.2 汽车装饰用品销售服务企业应收集或由供应商提供其近三年取得相应信用等级、商业信誉的证明，以及有无被公开的违规生产经营情况和汽车装饰用品有无不合格、严重不良反应事故等情况。

4.6.2 风险控制管理

4.6.2.1 定期对供应商开展风险评估工作。针对不同风险类型和等级的供应商采取相应的防范措施，应防范质量风险与财税风险(税票)等的合规管理。

4.6.2.2 在风险管理过程中，汽车装饰用品销售服务企业可对供应商展开相应尽职调查、独立审计或引进第三方审计。供应商应当确保调查、审计活动的顺利进行，针对审计提出的整改建议或缺陷项目制定整改方案，并确保整改工作按期完成。

4.7 档案管理与信息更新

4.7.1 汽车装饰用品销售服务企业对于 4.1~4.5 管理内容均应建立相应档案材料，实行电子商务、系统软件化管理。未对供应商建户立档的，不得进行采购业务任何环节的工作。

4.7.2 在相关档案信息发生变更时，应及时进行更新。

4.7.3 档案资料的保管期限，按相关法规或本企业的规定执行。

5 对供应商评价

5.1 评价要求和评价方法

5.1.1 汽车装饰用品销售服务企业应当建立对供应商的评价体系，评价内容包括供应商资质、协议/合同签订与执行、质量保障与供货能力、信用状况及风险控制、合规经营、档案资料与信息更新等方面。

5.1.2 汽车装饰用品销售服务企业在选择供应商时，应对其进行审核评价或委托第三方机构进行评价，评价结果归入供应商档案资料。

5.1.2 对供应商的评价工作应列入企业有关部门职责，并纳入考核体系进行考核。

5.1.3 评价工作应定期开展，自本标准生效之日起，第一年为初审，自第二年起为年度复审。协会根据实际情况安排年度复审或视实际情况增加审核频次。

5.2 评价方法

5.2.1 供应商评价得分

供应商评价得分应按式（1）计算：

$$K = \sum_{i=1}^{20} K_i \times W_i \quad \dots\dots\dots(1)$$

式中：

K ——供应商评价得分；

K_i ——第 i 项评价指标的得分；

W_i ——第 i 项评价指标的符合性程度。

K_i 根据表 1 供应商评价指标项及打分标准得出。

表1 _____年度（上/下半年）供应商评价打分表

供应商名称：_____

评价项目		评价指标	满分	得分
4.1 供应商审核与准入	1	4.1.1 准入资质审核	7	
	2	4.1.2 特殊管理与专门管理要求汽车装饰用品审核	3	
	3	4.1.3 重点审核的供应商	4	
4.2 质量管理体系与质量保障能力	4	4.2.1 质量管理体系	8	
	5	4.2.2 质量保障能力	7	
4.3 环境保护及社会责任	6	4.3.1 社会责任	1	
	7	4.3.2 环境保护	1	
4.4 采购协议/合同签订与执行管理	8	4.4.1 采购协议/合同签订	5	
	9	4.4.2 质量保证协议	6	
	10	4.4.3 采购协议/合同执行管理	5	
4.5 交易环节中的基本要求	11	4.5.1 订单确认与响应	5	
	12	4.5.2 交货	6	
	13	4.5.3 库存管理	4	
	14	4.5.4 售后销售服务	7	
	15	4.5.5 资金管理	6	
4.6 信用与风险管理、合规经营	16	4.6.1 信用管理	6	
	17	4.6.2 风险控制管理	7	
4.7 档案管理与信息更新	18	4.7.1 建立档案	4	
	19	4.7.2 信息更新	4	
	20	4.7.3 档案保管	4	
合 计 得 分			100	

根据表2符合性验证打分表得出：

表2 符合性验证打分表

符合性程度	针对各评价指标符合性情况的评价
100%	完全符合，要求完全得到落实。
50%	部分符合，要求部分得到落实；存在一定程度的不符合情况。
0	不符合，要求没有得到落实。

应根据相关的要求以及存在的风险，针对各项指标进行符合性验证。符合性验证宜采用现场方式或借助技术手段。

5.4 等级评定

5.4.1 在对供应商评价评分基础上，应进行等级评定工作，依据式（1）中K的得分及表3给出的规则，评出不同等级的供应商。

表3 供应商综合评定表

供应商等级	供应商评价得分	综合评定结论	整改建议
五星级供应商	$S \geq 95$	总体最佳，战略伙伴	
四星级供应商	$90 \leq S < 95$	总体优秀，巩固发展	
三星级供应商	$85 \leq S < 90$	总体良好，长期合作	
二星级供应商	$80 \leq S < 85$	基本良好，培养成长	
一星级供应商	$70 \leq S < 80$	基本合格，重点关注	

注：供应商评价得分若低于 70 分，说明该供应商存有较大缺陷，应不予从其采购商品。一星级供应商为中国汽车流通协会会员准入条件之一。

5.4.2 在评审时，出现下列情况，则评价结果作降级处理：

- a) 如果某一具体评审项为0分，即使总分在某一评分范围内，则评价结果降低一等；
- b) 对于在过去的评审中已经反复出现过的不符合项，如果连续三次评审均出现不符合，即使总分在某一评分范围内，则评价结果降低一等；
- c) 没有IATF16949或ISO9001资质，即使总分在某一评分范围内，则评价结果降低一等。
- d) 如果被评审方产品出现质量问题且涉及安全责任，被评审方直接被降低至一星以下。

5.5 综合评定后的管理

5.5.1 依据对供应商综合评定的等级，汽车装饰用品销售服务企业应针对不同星级供应商采取差异化的采购及管理策略。

5.5.2 对供应商综合评定的等级实行动态化管理，当评定等级发生变化时应及时调整相应的采购及管理策略。

5.5.3 汽车装饰用品销售服务企业与供应商之间应采取多种形式加强信息沟通与意见交流，加强工作上的协同和协调，以达成合作共赢目标。

参 考 文 献

- [1] 《中华人民共和国消费者权益保护法》中华人民共和国主席令第11号
 - [2] 《中华人民共和国价格法》中华人民共和国主席令第92号
 - [3] 《中华人民共和国税法》 国家税务总局
 - [4] 《中华人民共和国合同法》1999年10月1日
 - [5] 《家用汽车产品修理、更换、退货修理规定》国家质量监督检验检疫总局令第150号
 - [6] IATF16949: 2016质量管理体系—汽车行业生产件和相关服务件的组织实施ISO9001: 2015 质量管理体系要求。
 - [7] GB/T 36686 汽车售后服务规范
 - [8] GB/T 36684 汽车售后零配件市场服务规范
 - [9] GB/T 36683 汽车售后服务评价规范
-