

团 体 标 准

T/CAMRA 015—2021

汽车维修配件品牌评价规范

Brand assessment norms for vehicle maintenance and repair parts

2021-01-19 发布

2021-03-30 实施

中国汽车维修行业协会 发 布

目 次

前言	II
1 范围	1
2 规范性引用文件	1
3 术语和定义	1
4 评价内容与指标项	2
5 评价机制与原则	4
6 评价方式与方法	4
7 评价流程	5
8 评价报告	6
9 评价信息管理	8
附录 A（规范性） 维修配件品牌评价指标项评分要求	9
附录 B（资料性） 汽车维修配件品牌评价申请书	10

前 言

本文件按照GB/T 1.1—2020《标准化工作导则 第1部分：标准化文件的结构和起草规则》的规定起草。

本文件不涉及专利。

本文件由中国汽车维修行业协会提出。

本文件由中国汽车维修行业协会技术和标准化委员会归口。

本文件起草单位：中国汽车工程研究院股份有限公司、中国汽车维修行业协会汽车维修配件工作委员会、重庆凯瑞质量检测认证中心有限责任公司、深圳开思时代科技有限公司、广东东升信息技术有限公司、江苏康众汽配有限公司、深圳壹账通创配科技有限公司、重庆车辆检测研究院有限公司、车配牛牛（杭州）科技有限公司、北京城市科学技术研究院、中路交通运输有限公司、中国人民财产保险股份有限公司、邦邦汽车销售服务有限公司（北京）有限公司、北京迪科科贸有限公司、中汽汇众汽车零部件股份有限公司、重庆红宇摩擦制品有限公司、重庆红旗钢圈有限公司。

本文件主要起草人：蒋大荣、艾红霞、严波、刘瑞昕、张琳、叶向东、杨明久、乐中耀、李恩科、罗德超、宫大鹏、贾鹏辉、朱红岩、谷文立、辛姿妍、冯兵、张正武、王海良、艾岩、张永中、王涛、陈清钦、刘婕、林定海、迟法韬、阮谭蓉、王兴海、梁茂土、江新良、王思佳、邱岭、吴承洪。

本文件为首次发布。

汽车维修配件品牌评价规范

1 范围

本文件规定了汽车维修配件品牌评价内容与指标项、评价机制与原则、评价方式与方法、评价流程、评价报告以及评价信息管理。

本文件适用于对汽车维修配件企业开展品牌评价。

2 规范性引用文件

下列文件中的内容通过文中的规范性引用而构成本文件必不可少的条款。其中，注日期的引用文件，仅该日期对应的版本适用于本文件；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 5624—2019 汽车维修术语

GB/T 19011—2013 管理体系审核指南

3 术语和定义

下列术语和定义适用于本文件。

3.1

汽车维修配件 vehicle maintenance and repair parts

安装于汽车、用来替换该汽车初装零部件的产品。

[来源：GB/T 5624—2019, 6.5]

3.2

品牌 brand

品牌是一个名称、名词、符号或设计，或者是它们的组合，其目的是识别某个销售者或某群销售者的产品或服务，并使之同竞争对手的产品和服务区别开来。

3.3

汽车维修配件企业 vehicle maintenance and repair parts enterprise

拥有品牌的汽车维修配件生产企业或制造商。

3.4

评价主体 evaluation subject

开展品牌评价的服务机构或组织。

3.5

评价人员 evaluator

满足评价主体的要求，从事评价工作的专业人员。

3.6

评价 evaluation

对汽车维修配件企业在综合能力、发展潜力、社会责任等方面作出的判断。

3.7

被评价主体 subject evaluated

申请品牌评价的汽车维修配件企业。

4 评价内容与指标项

4.1 基本要求

4.1.1 资质

应具有合法有效的营业执照，经营许可范围应包含其申请评价的产品，且生产或制造汽车维修配件产品应在三年及以上（如果是分/子公司，总公司满足即可）；特定产品应满足国家相关法律法规要求；商标使用应合法。

4.1.2 资信

近三年应无违规、违法情况发生，无不良征信记录。

4.2 综合能力

4.2.1 资产状况

企业总资产、资产负债率。

4.2.2 盈利能力

企业净资产收益率、主营业务利润率。

4.2.3 制度建设

企业应建立质量、安全、环保、技术开发、销售、风险管理、信用管理、重大事项信息披露等相关制度。

4.2.4 信息化管理

企业应建立研发、采购、生产、质量、销售及售后、财务等信息化管理系统并正常使用。

4.2.5 研发投入

研发投入占比。

4.2.6 产品结构

产品的专业化、系列化程度。

4.2.7 制造水平

关重设备的平均使用年限、设备自动化水平。

4.2.8 质量管理

4.2.8.1 供应商管理

企业应建立供应链管理体系，确定合格供应商评价标准，对供应商及其产品进行评价和选择，在采购活动中规范实施并进行日常监督管理。应保留对合格供应商的评价、选择、管理记录。

4.2.8.2 生产过程管控

企业应对生产过程进行管控，包括生产工艺性文件的制定、人员培训及人员操作情况、过程参数监控及过程检验等。

4.2.8.3 产品检验

企业应为涉及重要特性、安全特性、环保特性的零部件、总成，编制进货检验、过程检验、完工检验或出厂检验的检验作业指导文件，并按规定实施监视测量活动。

4.2.8.4 信息追溯

企业应建立对关键零部件总成、关键工艺参数、关键质量的控制结果等信息可追溯体系，明确信息保存期限，确保信息的保存期限能够支持产品整个生命周期的追溯需求。

4.2.9 产品质量

企业应依据产品标准（不限于ISO、国标、行标、企标）对产品进行型式试验。必要时，应通过相应的产品认证（如果国家法律法规有要求）。

4.2.10 销售及售后管理

企业应建立销售和售后服务管理体系。

4.2.11 顾客满意度

企业应开展顾客满意度调查。

4.3 发展潜力

4.3.1 成长能力

三年销售平均增长率、被评价主体三年资本平均增长率。

4.3.2 影响力

是否为国际或国内企业配套或代工。

4.3.3 技术创新

企业新技术、新材料、新工艺的使用，专利及专有技术以及科研获奖、参编国家、行业、地方技术标准情况。

4.4 社会责任

4.4.1 用工管理

被评价主体应按劳动法等有关规定与员工签订劳动合同，合同内容应包括用工形式、是否购买社保和工伤保险等内容。

4.4.2 健康与安全

品牌产品生产企业应建立健康与安全的相关制度，实行主管领导的逐级负责制，做到岗位明确、责任到人，宜通过相关健康与安全管理体系认证。企业相关人员应参加相应岗位培训并取得上岗资质。

4.4.3 环境保护

品牌产品生产企业应建立环保和节能减排制度，并具有相应措施。必要时应提供环境影响评价报告或主管部门的环评批复，并应有排污、用水许可。

5 评价机制与原则

5.1 评价机制

5.1.1 汽车维修配件品牌评价是由中国汽车维修行业协会监督管理，并授权相关机构在法律法规及政策导向框架内开展的公益性活动。

5.1.2 评价人员由相关机构在专家库中遴选，并代表评价机构履行相关职责。

5.1.3 品牌评价结果由中国汽车维修行业协会或其授权机构向社会发布，并接受社会监督。

5.1.4 中国汽车维修行业协会建立健全品牌评价体系，完善相关配套规范、标准，实行申请、受理、评价、结果发布、结果跟踪、监督制度。

5.2 评价原则

5.2.1 公正性

评价人员在形成评价意见时应遵循客观、独立、公平、公正的原则。

5.2.2 持续性

汽车维修配件品牌评价为持续性活动，应对发布的品牌进行年度监督。

6 评价方式与方法

6.1 总体要求

6.1.1 依据本文件对维修配件品牌开展评价时，需组织专门的评价组执行具体工作，评价组由评价人员组成。

6.1.2 评价应有评价计划，包括评价人员、评价时间、评价依据、评价内容、被评价主体等。

6.1.3 评价过程采用文件审查和现场审查相结合的方式，包括查阅文件和记录、询问工作人员、观察现场，宜用 GB/T 19011—2013 中 6.4.6 规定的方法进行。

6.2 评分

6.2.1 依据本文件对各指标项进行评分，从而对汽车维修配件品牌进行评价，满分 100 分，其中基本要求 10 分，综合能力 70 分，发展潜力 15 分，社会责任 5 分。

6.2.2 本文件给出评分要求，见附录 A。在评价实施中，应根据本文件规定的要求制定有关细则或指南。

6.2.3 评分时应包含以下原则性要求：

- 定性指标，不符合则扣除相应分值，以评价过程中发现的不符合评价指标的情况为扣分依据；
- 定量指标，按细则或指南给出不同级别对应的分值确定分数。

6.3 评分结果

6.3.1 根据评分值确定汽车维修配件品牌等级，并以不同等级区分优质程度。

6.3.2 60分为本文件的评分达标要求。

6.3.3 对于评分达到60分及以上的，按以下要求进行等级划分：

- 1) 分数 ≥ 90 ，A级品牌；
- 2) $80 \leq \text{分数} < 90$ ，B级品牌；
- 3) $70 \leq \text{分数} < 80$ ，C级品牌；
- 4) $60 \leq \text{分数} < 70$ ，D级品牌。

7 评价流程

7.1 总则

7.1.1 评价主体应确保维修配件品牌评价过程和结果公平、公正、公开。

7.1.2 维修配件品牌评价流程包括：申请、受理、初评、复核与决定、结果发布、结果跟踪、监督评价。

7.2 评价流程

7.2.1 申请

被评价主体应向评价主体提出申请，并提交受理申请所需的证明材料，申请书格式及所需证明材料清单由评价主体告知并提供给被评价主体。申请书建议格式见附录B。

被评价主体如有扩项或升级需求，应向评价主体提出扩项或升级申请，并提交有关扩项或升级的证明材料。

7.2.2 受理

评价主体在接收评价申请并核实基本要求满足的情况下（基本要求10分为满足要求）受理申请，签署合法的委托协议。对未被受理的申请，应书面通知申请企业，并阐明原因。

7.2.3 初评

根据行业分工和专业背景，组织人员成立维修配件品牌评价组，评价组成员（评价人员）数量宜在两人或以上，并应确定一名组长。

评价组应依据本文件及根据本文件制定的细则或指南等对被评价主体进行综合评价，撰写评价报告，提出被评价主体的品牌等级建议。

7.2.4 复核与决定

评价主体应指派一人复核与评价相关的所有信息和结果。复核应由未参与评价过程的人员进行。

评价主体应指派一人根据评价、复核以及其他相关的所有信息作出评价决定。评价决定应由未参与评价过程的人员完成，可以和复核人员为同一人。

7.2.5 结果发布

中国汽车维修行业协会或其授权机构应根据国家法律法规及相关要求，以及委托协议的约定，发布维修配件品牌评价结果及相关内容，并以书面形式告知被评价主体。

7.2.6 结果跟踪

维修配件品牌评价结果发布之后，评价主体应根据委托协议的约定，进行定期或不定期跟踪，对评价结果进行更新。

7.3 监督评价

7.3.1 监督频次

维修配件品牌评价结果发布之后，评价主体在保持跟踪被评价主体各项评价指标的情况下，原则上每年至少进行一次监督评价，特殊情况增加频次。

7.3.2 监督方式

7.3.2.1 定期监督

按规定时间进行的监督评价，原则上距上一次现场评价的时间不超过 12 个月。定期监督评价至少提前 20 个工作日告知被评价主体监督的内容、时间、监督评价人员等信息。跟踪期间，未发现异常，则定期监督。

7.3.2.2 非定期监督

时间不确定的监督评价，检查前一天告知被评价主体或者直接到达被评价主体现场。如果发现异常（如有不合规或不合法情况被通报），则非定期监督。

7.3.3 监督内容及要求

监督评价的内容为本文件的部分内容。三年覆盖全部初评的内容。如果被评价主体不接受监督，评价主体可以对被评价主体的评价结果给予暂停处理，暂停期结束后不能按要求恢复的，撤销其评价结果。定期监督前，企业有升级需求的，应提出申请，受理后评价组对全部内容进行评价，给出完整的评价报告。

7.3.4 监督结果及发布

监督评价后，复核及决定人员分别对监督内容及结果进行复核和决定，给出保持或者调整等级的结论。由中国汽车维修行业协会或其授权机构发布监督结果，并以书面形式告知被评价主体。

8 评价报告

8.1 基本要求

汽车维修配件品牌评价报告应遵循真实性、完整性、简明性和易读性原则，评价结论应明确。汽车维修配件品牌评价报告应加盖评价主体有效签章。

8.2 报告内容

8.2.1 报告结构

汽车维修配件品牌评价报告内容应包括封面、声明、概述、正文、附录等。

8.2.2 封面

报告封面应包括以下内容：

- 报告名称；
- 被评价主体名称；
- 被评价产品类别及名称；
- 评价主体名称；
- 报告出具日期；
- 其他。

8.2.3 声明

报告声明应包括以下内容：

- 表明报告内容公正、合规、免责的说明性文字；
- 对跟踪评价的说明；
- 自愿接受监管的声明；
- 评价结果的有效期；
- 其他。

8.2.4 概述

报告概述应包括以下内容：

- 被评价主体名称；
- 该品牌评价等级说明；
- 评价小组成员；
- 评价主体名称；
- 出具报告时间；
- 其他。

8.2.5 正文

报告正文应包括以下内容：

- 评价涉及的产品类别及名称；
- 基本要求；
- 综合能力；
- 发展潜力；
- 社会责任；
- 其他。

8.2.6 附录

报告附录应包括以下内容：

- 品牌评价等级定义；

——其他。

9 评价信息管理

9.1 资料管理

评价主体应建立健全档案制度。对用于维修配件品牌评价的数据和信息，包括复印件等资料进行分类、建档保存，档案保存期限不少于6年。

9.2 涉密要求

评价主体应严格保守其所获取的涉密信息，应对相关涉密信息单独存档，其数据库设施应达到政府监管部门要求的安全等级。

附录 A

(规范性)

维修配件品牌评价指标项评分要求

评价维度	分值	指标项	分值分配说明	分值	实施对象
基本要求	10	资质	资质满足要求 5 分，不满足要求 0 分	5	A
		资信	近三年无违法违规和不良征信 5 分，否则 0 分	5	A
综合能力	70	资产状况	总资产（2 分）、资产负债率（3 分）	5	A
		盈利能力	净资产收益率（2 分）、主营业务利润率（3 分）	5	A
		制度建设	该条款提及制度全部包含得 5 分，缺失一项扣 1 分，直到分数为 0	5	A+B
		信息化管理	研发（1 分）、采购（1 分）、生产（1 分）、质量（1 分）、销售（0.5 分）、财务（0.5 分）	5	A+B
		研发投入	研发投入占比（5 分）	5	A 或 B
		产品结构	专业化（3 分）、系列化（2 分）	5	B
		制造水平	关重设备的平均使用年限（5 分）、设备自动化水平（5 分）	10	B
		质量管理	供应商管理（1 分）、生产过程管控（4 分）、产品检验（4 分）、信息追溯（1 分）	10	B
		产品质量	依据标准（2 分）、产品型式试验（6 分）、产品认证（2 分）	10	B
		销售及售后服务管理	销售管理（2 分）、售后服务管理（3 分）	5	A
		顾客满意度	顾客满意度调查及结果（5 分）	5	A
发展潜力	15	成长能力	三年销售平均增长率（2 分）、三年资本平均增长率（2 分）	4	A
		影响力	国内或国际企业配套或代工（5 分）	5	A
		技术创新	近三年新技术、新材料、新工艺（3 分）、专利（1 分）、科研奖励（1 分）、标准制定（1 分）	6	A 或 B
社会责任	5	用工管理	合同（0.5 分）、用工方式（0.5 分）、员工福利（0.5 分）	1.5	A+B
		健康与安全	通过健康与安全管理体系（1.5 分），如未通过，对制度及制度的实施进行评估（制度合理性 0.5 分、制度实施充分性 1 分）	1.5	B
		环境保护	环境影响评价报告或主管部门批复（0.5 分）、排污许可（0.5 分）、用水许可（0.5 分）、节能减排措施（0.5 分）	2	B

注：A 代表品牌所有者，B 代表品牌产品生产企业。

附 录 B

(资料性)

汽车维修配件品牌评价申请书

申请编号:

工厂编号:

汽车维修配件品牌评价申请书

☐初次 ☐扩项 ☐升级

申请企业: _____

申请日期: _____

产品名称: _____

中国汽车维修行业协会 定制

汽车维修配件品牌评价申请书

1. 申请企业信息 1.1 申请企业名称： 1.2 申请企业地址、邮编： 1.3 证书、批准书/各类通知书邮寄地址、邮编： 1.4 联系人： 1.5 固定电话： 1.6 电子邮件： 1.7 移动电话：
2. 生产企业信息 2.1 生产企业名称： 2.2 生产企业地址、邮编： 2.3 联系人： 2.4 固定电话： 2.5 电子邮件： 2.6 移动电话：
3. 产品名称、型号规格
4. 产品商标
5. 产品依据的标准
6. 申请企业通过质量管理体系或产品认证的情况：
7. 随申请书提交的附件清单如下： 营业执照复印件； 通过的认证体系复印件； 商标合法证明材料； 产品通过检测的情况（如果有）； 承诺书； 产品描述（按产品类别提供，由评价方提供模板）； 申请企业/生产企业调查表（由评价方提供模板）。
申请企业代表签字（公章）： 年 月 日

团 体 标 准
汽车维修配件品牌评价规范

T/CAMRA 015—2021

*

机械工业出版社出版发行

北京市百万庄大街 22 号

邮政编码：100037

*

210mm×297mm · 1 印张 · 31 千字

2021 年 3 月第 1 版第 1 次印刷

定价：10.00 元

*

书号：15111 · 03-10001

编辑：谢元

电话：(010) 88379349

中国汽车维修行业协会发布

版权专有 侵权必究