

## 八、服务承诺

(格式自拟)

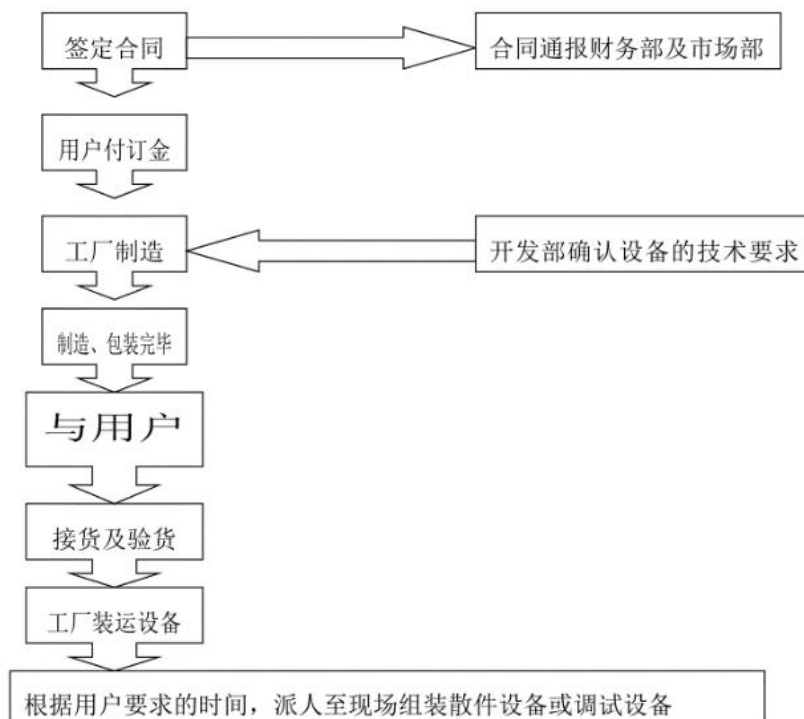
供应商自行编写包括但不限于下述内容的服务承诺：

一、针对本项目，供应商作出售前、售中及售后包括但不限于产品质量、使用寿命和设备交付使用后的保修时间承诺等。

**我公司承诺：**我公司完全响应询价文件规定和要求，对出售前、售中及售后、产品质量做出相应服务承诺，设备使用寿命完全符合符合中华人民共和国国家标准、行业标准及其它相关标准，设备交付使用后的保修时间：一年（所有产品实际质保期不低于厂商公开承诺期限）

### 售前服务承诺

“客户满意”是我们追求的方向，服务不仅仅是搬运和维护，更多的是急客户所急，想客户所想，为客户排忧解难。我公司在向您提供优质产品的同时，也向您提供优质的服务，而且是我们向您提供产品前就已经开始了我们的服务，这就是我们的售前服务，包括向您提供必要的商务和技术服务。在我们和您签定合同之后，这一定单就已经进入了我公司产品生产的“兰色文件系统”，并根据招标文件规定的时间要求，进入以下程序操作，并根据本次招标的具体要求做适当调整，这就是我公司完善的售前服务系统。



## 售中服务承诺

产品制造过程中，邀请用户有关技术人员到公司察看制造过程中各个工序的检验，并向用户有关技术人员提供产品的检验标准和检验结果。送货过程中我公司安排专业技术人员对产品进行送货、安装和调试，保证产品能够正常运行。

## 售后服务承诺

我公司承诺设置售后服务机构和技术、有充足的备品备件，提供售后服务人员，在采购人使用过程中，如遇到使用及技术问题，电话咨询不能解决的，我公司在2小时内响应，12小时内解决问题，确保产品正常工作；无法在12小时内解决的，应在48小时内提供备用产品，供采购人能够正常使用。

### 1) . 售后服务说明

#### 1.1 售后服务原则

1. 以业务为中心的可行性原则:售后服务应以满足采购单位的业务需求为首要目标，要保证所生产采购的装备在质量和数量上满足采购单位需求，“任何时候必须以满足采购单位需求为第一要素”，本项目的最终目标是为采购单位提供一批符合质量要求的设备，包括售后服务，我们将动用一切有效的措施手段，力求本次项目的圆满完成。

2. 重在措施的可靠性原则:注重预防，我们将在传统的被动式服务的基础上提供主动式的服务，把一切问题消灭在萌芽中，提供不定期的技术支持，同通过各种手段保证本次采购的设备质量充分满足采购单位需求,我们将在项目负责人的统一调度下，指挥技术、应用、商务及服务监督人员，在售前、服务实施、售后的各个环节紧密与客户方配合。

3. 安全性及保密性原则:保证采购单位人员数据信息安全，有较好的数据安全措施，我方在采购过程中将对数据备份提供及时的建议。充分考虑数据的保密措施，采购过程中处理的数据信息必须严格控制，接受采购单位方监督，本项目的数据若属于涉密信息，我方将作出郑重承诺，保证我单位人员不得泄露服务过程中处理的数据信息，根据以往类似项目的经验我方也得到客户的好评。

4. 适应性原则:按照采购单位的具体要求，提供切实为从采购单位出发的售后服务方案，售后服务过程中应尊重客户的要求、接受客户的各方面的监督、积极与采购单位交流沟通。

5. 标准性原则:我公司的售后服务已建立的完善服务体系，将采用统一的管理信息数据项、信息分类编码标准、数据及文件格式、各种维护资料，遵守有关国家标准、专业标准、软件文档规范。

#### 1.2 售后服务意义

1. 优质的售后服务有利于在企业和消费者之间营造良好的买卖关系，有利于双方关系的和谐。售后服务不应该被看成是企业的包袱，而是企业产品内容的延伸，是企业承担责任的体现。正如消费者购买商品要交付货款一样，企业销售商品也要提供售后服务，这是双方的义务与责任，任何一方不履行义务，都会使双方的权利义务不对等，从而产生矛盾甚至冲突。因此，从构建和谐社会角度看，企业必须提供完善的售后服务，而不应只把售后服务当做一种始终不落实的宣传口号。

2. 优质的售后服务能够提升企业的品牌形象，品牌形象是企业重要的战略财富，是消费者对某一品牌的总体质量感受或在品质上的整体印象。企业品牌形象越好，就越能在消费者心目中占有重要的地位。在产品同质化日益严重的今天，很多企业纷纷将树立品牌的重点转移到售后服务上，通过提供优质的售后服务来提升企业的品牌形象，而售后服务作为厂商与客户沟通、联系的纽带，不仅是一种经营手段，更是一种文化，一种理念，厂商可以通过售后服务加强与客户的联系，树立企业的形象，提高产品的信誉，扩大产品的影响。

3. 优质的售后服务是提升企业竞争力的重要途径，随着买方市场的到来，服务将成为企业继产品之后的重要利润来源。新的竞争往往不是发生在各个公司提供的产品上，而是发生在各个公司提供的具有附加价值（如包装、送货仓储、融资、技术咨询、维修、更换、退货等）的售后服务上。由此可见，售后服务在企业核心竞争力的构筑当中起着至关重要的作用。

4. 售后服务可为企业提供直接准确的市场与产品反馈信息，甚至提供竞争对手的信息。售后服务人员在提供服务的过程中通过与客户的交流，不仅可以了解到客户对产品的第一评价，而且还可以从客户那里了解到与其他同类产品的比较反馈信息，这些是企业中其他部门所无法完成的，因为企业中，能与客户保持直接、持久交流的部门就是售后服务部门，售后服务部门伴随着企业所售产品的整个寿命周期。

### 1.3 售后服务宗旨

1. 尊重客户、以诚相待：维护企业利益和保持良好客户关系的准则，尊重客户的时间、尊重客户的尊严、尊重客户的劳动、尊重客户的秘密。

2. 秉持设身处地的换位服务理念：在进行售后服务时，要设身处地的替客户着想，这售后服务才能搞好，客户服务的主要六个步骤如下：

- (1) 友好、诚恳的招呼：
- (2) 要让客户感受到受关注和重视：
- (3) 询问需求；
- (4) 解决需求：

(5)致谢，以便再次征询客户满意度：

(6)把握时机，适时提供客户额外需求，以超越客户满意度。

#### 1.4 售后服务改进

售后服务对企业、对社会整体都具有重要的现实意义，如果企业的售后服务意识不强，缺乏提供优质售后服务的主动性，就会导致售后服务出现许多问题，例如服务质量不稳定、售后服务管理混乱、售后服务标准体系不健全、职能定位不清晰等，要妥善解决这些问题，必须采取措施对售后服务进行改进，具体措施如下：

1. 加强售后服务的战略意识，提升售后服务在企业各项活动中的重要性：随着市场经济的飞速发展，各行各业的竞争日趋激烈，竞争的战场也无处不在，包括技术竞争、质量竞争、价格竞争、服务竞争等。各个厂商为了提高销售量和市场占有率，纷纷将这些竞争作为市场竞争的发展战略，其中技术和质量竞争是企业长期的根本性战略，需要厂商具有雄厚的实力、技术开发能力及大量的投入，非短期能够到达，而价格竞争在企业战略中只是一个短期行为，操作不当不但会伤及自身的发展，甚至会影响整个行业的良性发展，只有售后服务，能够在相对较小的投入下提高公司及产品品牌形象、获取竞争优势。因此，真正优秀的公司，不论身处哪一行，都应该提升自己售后服务的战略意识，应该将售后服务作为公司获取竞争优势、提升公司和产品品牌形象的一个重要的发展战略。

2. 加强售后服务网络的建设：售后服务网络的建设要坚持两个原则，一是要考虑与营销网络建设的匹配问题，前者的建设应适度提前于或至少不落后于后者的建设，二是售后服务网络的建设应能够覆盖企业的主要目标市场。只有在这两个原则之上加强售后服务网络的建设，才能够缩短售后服务的响应时间、及时有效地为客户提供服务，并防止出现因服务不到位而造成营销障碍、甚至信任危机的问题。

3. 提升售后服务人员的素质和能力：售后服务人员应当是企业中素质和能力较高的人员。首先，要具备专业技能，要对本企业乃至本行业产品的性能和特点都比较熟悉，否则无法维修产品，甚至无法为顾客进行讲解。其次，售后服务人员要具备良好的表达能力，要能够顺畅地与客户进行交流。最后，售后服务人员要注重自身的仪表与行为，要着装整洁、行动到位。基于此，企业必须加强对售后服务人员的培训，并定期加以考核，同时要制定跟售后服务相配套的规章制度，并确保售后服务人员能够严格遵守。

4. 提高售后服务的创新能力：售后服务也要讲究简便快捷、追求效益，企业要想在售后服务中以较少的投入带来较高的回报，就必须不断进行创新。例如在互联网日益普及的今天，企业可以通过网络为消费者提供更为周到的售后服务企业可以把详尽的产品使用说明挂到网上，

以供消费者随时下载还可以通过在线交流的方式跟消费者进行互动，解答消费者在产品使用过程中遇到的问题。企业可以改变传统的被动的售后服务方式，而进行主动的上门回访或者进行专项免费维修保养服务等。

## 2)、售后服务保障体系

### 2.1 售后服务机构和力量

本我公司拥有健全的售后服务网络机构，包括专门的安装维修服务队(隶属销售部)，用户的定期回访和信息反馈(销售部)，安装指导和技术咨询(技术部)。本我公司为了保证投标产品的顺利交付使用，及对产品的生产及交付全过程加强监控，我公司设立售后服务机构，保障项目顺利进行。

接到用户维修电话后，在第一时间将信息反馈到售后服务中心负责人，然后反馈到主管销售的副总经理，副总经理立即召集销售经理和技术负责人进行产品维修分析研究，确定维修方案。再由销售部、技术部联系安装、财务、材料、质检等部门落实维修材料采购、加工、验收，然后由售后服务中心派技术人员在最短时间内上门服务，直至故障排除。

### 2.2 我公司本部设有专门的售后服务中心

2.3 从事售后服务的人员经过专业知识和操作技能的培训，具有很强的业务知识水平和实践经验及良好的职业及良好的职业道德，对客户使用本我公司产品所反馈的各种质量信息进行及时的分析和处理，以满足客户对我公司提供一流服务之期盼。

2.4 我公司建立了《产品质量反馈卡》制度，对所有使用我公司产品的客户档案，均以计算机存储，并有专人经常性的进行客户回访和电话联系，更好地为客户提供全方位的服务，从而不断地促进我公司产品质量的提高，使广大客户真正得到最优先的服务。

2.5 售后服务响应时间:设置售后服务机构和技术、售后人员，在采购人使用过程中，出现突发事件、紧急状况、如货物发生故障，从接到通知时起，我公司在 2 小时内响应，12 小时内解决问题，确保产品正常工作；无法在 12 小时内解决的，应在 48 小时内提供备用产品。

## 3)、售后服务责任

3.1 采购方或其代表应有权检验货物，以确认货物是否符合合同规定的要求，并且不承担额外的费用。

3.2 检验可以在卖方的交货地点和/或货物的最终目的地进行。如果在卖方的驻地进行，检测人员应能得到全部合理的设施和协助，买方不应承担费用。

3.3 如果任何被检验或测试的货物不能满足合同规定的要求，买方可以拒绝接受该货

物，卖方应更换被拒绝的货物，以满足合同规定的要求。

3.4 买方在货物到达项目现场进行检验、测试及必要时拒绝接受货物的权力将不会因为货物在卖方驻地通过了买方或其代表的检验、测试和认可而受到限制或放弃。

3.5 货物抵达现场后，买方应对货物的质量、规格、数量和重量进行检验，并出具交货后检验书(如果必要，买方应向中华人民共和国相关部门申请检验)。如果买方或相关部门发现规格或数量或两者有不一致的地方，买方有权在货物到达现场后九十(90)天内向卖方提出索赔。

3.6 如果在合同条款规定的保证期内，根据买方或相关部门的检验结果，发现货物的质量或规格与合同要求不符，或货物被证实有缺陷，包括潜在缺陷或使用不合适的原料，买方应及时向卖方提出索赔。

## 2、售后服务组织体系

### 2.1 售后服务组织

#### 2.2.1 服务组织构建

1. 我公司总部设专门的售后服务中心统筹管理售后服务工作，并在各主要市场设售后服务站，为客户提供全面周到的售后服务。

2. 我公司设立售后服务热线，开设公司售后服务信箱，并开设网上音频、视频答疑，以方便客户随时随地获得需要的服务。

3. 公司售后服务站负责本地区的售后服务工作，例如，收集客户反馈信息、受理客户投诉、退货、换货、等工作。

4. 建设目的:规范公司售后服务的各项工作，提高公司售后服务的质量，提高客户满意度，维护公司品牌形象和信誉，保证公司业务持续健康的发展。

#### 2.2.2 售后部门职能

1. 搜集、接收和受理客户对设备的使用咨询与意见。

2. 处理各类客户投诉及市场投诉，第一时间反馈。

3. 负责客户回访与开展重点客户关怀计划，了解客户需求。

4. 保存客户基本资料，并进行整理、分类与更新。

5. 向相关部门反馈客户意见及建议。

6. 受理办事处的产品退货、换货。

7. 定期对客户进行回访，了解产品的实际状况。

#### 2.2 售后服务流程

## 1. 客户投诉:

(1) 电话投诉:客户投诉管理实行首问负责制, 任何员工接到客户电话(服务请求和投诉电话), 无论是否属于自己的工作职责范围, 均应礼貌地向客户做出回应, 接电话的员工需将问题详细的记录到售后服务登记表, 并于第一时间将投诉内容反馈给质量及售后服务部。

(2) 现场接待客户投诉:能现场解决的果断解决, 不能现场解决的需要通过有效的引导, 洞察客户的真正意图和目的, 对客户不符合公司规定的要求要适当合理的降低客户期望值, 并承诺解决的大致时间, 把客户送走之后将重点记录下来反馈给相关责任人。

### (3) 投诉跟进和处理:

①投诉跟进:客服管理员在接受到客户投诉信息 1 小时内必须和客户联系, 了解客户诉求。对于一些简单和在职权内的问题要求在 12 小时内落实清楚给客户回复处理方案, 如超出职权的问题要求在 24 小时内反馈到部门负责人, 部门负责人在 24 小时内给出处理意见, 由客服管理人员 24 小时内将处理意见回复客户和实施人员。

②责任划分及回复客户:所有处理情况必须登记到售后服务登记表中, 落实属于哪个环节的责任, 根据部门负责人意见为客户进行处理, 由售后服务人员负责处理方案的实施。

③实施与监督:在确定处理方案后, 对应责任人员为投诉处理实施人, 必须在 2 个工作日内实施处理方案。售后服务管理人员为监督人员, 监督处理方案的实施, 整个处理时间不得高于 5 个工作日, 特殊重大投诉, 需在 4 小时内报售后管理人员, 售后管理人员在收到消息 2 小时内报给部门负责人, 向部门领导寻求专人协助处理。

## 2. 销售退回:

(1) 接受退货:售后服务部接受退货要有规范的程序与标准, 如什么样的货品可以退, 由哪个部门来决定, 信息如何传递等等, 公司业务部门接到客户传来的退货信息后, 要尽快将退货信息传递给相关部门, 运输部门安排取回货品的时间和路线, 公司人员作好接收准备, 质量管理部门人员确认退货的原因。一般情况下, 退货由送货车带回, 直接入库。批量较大的退货, 要经过审批程序。

(2) 重新入库对于客户退回的商品, 公司的业务部门要进行初步的审核, 由于质量原因产生的退货, 要放在堆放不良品而准备的区域, 以免和正常商品混淆。退货商品要进行严格的重新入库登记, 及时输入企业的信息系统, 核销客户应收账款, 并通知商品的供应商退货信息。

(3) 财务结算:退货发生后, 给整个供应系统造成的影响是非常大的, 如对客户端的影响、公司在退货过程中发生的各种费用、商品供应商要承担相应货品的成本等, 如果客户已经支

付了商品费用，财务要将相应的费用退给客户。同时，由于销货和退货的时间不同，同一货物价格可能出现差异，同质不同价、同款不同价的问题时有发生，故公司的财务部门在退货发生时要进行退回商品货款的估价，将退货商品的数量、销货时的商品单价以及退货时的商品单价信息输入企业的信息系统，并依据销货退回单办理扣款业务。

(4)跟踪处理:退货发生时，要跟踪处理客户提出的意见，要统计退货发生的各种费用，要通知供应商退货的原因并退回生产地或履行销毁程序。退货发生后，首先要处理客户端提出的意见。由于退货所产生的商品短缺、对质量不满意等客户端的问题是业务部门要重点解决的。退货所产生的物流费用比正常送货高得多，所以要认真统计，及时总结，将此信息反馈给相应的管理部门，以便指定改进措施。退货公司的商品要及时通知供应商，退货的所有信息要传递给供应商，如退货原因、时间、数量、批号、费用、存放地点等，以便供应商能将退货商品取回，并采取改进措施。

## 2.3 售后响应时间

我公司对本次招标供货有效期内所提供的所有货物，坚持定期回访，巡回检查及保养。在货物使用过程中发生质量问题或故障，2小时内响应，12小时内解决问题，确保产品正常工作；无法在12小时内解决的，应在48小时内提供备用产品，供需方能够正常使用。

## 2.4 售后人员管理

### 1. 售后人员职责：

- (1)搜集所有与客户有关的资料，以便根据信息及时做出相关处理，并进行存档备案。
- (2)指导客户设备使用方法及注意事项等相关事宜。
- (3)与销售部协调，定期拜访客户，了解客户的使用情况和新的要求，并做好客户拜访记录表。
- (4)与客户交流时应热情亲切，细心了解设备发生问题时的状况，并提出解决方法。
- (5)接到客户售后服务需求电话后，要做好信息登记工作。
- (6)每一次售后服务都要有详细的售后记录，记录必须按月整理成册交财务部存档。
- (7)售后服务发现的问题要及时汇总，并与销售部等相关人员讨论后，找到恰当的解决方案。

### 2. 售后人员规范：

- (1)售后服务人员必须统一着装，并且穿戴整齐，仪容仪表端庄整洁，注重个人形象。
- (2)售后服务人员与客户沟通或交流时，应使用标准的礼貌用语尊重客户，对客户文明热情，诚实、谦虚。



(3) 售后工作人员要遵守公司相关制度及规定，服从公司领导及本部门工作任务安排。

(4) 售后工作人员代表公司为客户提供售后服务业务，要积极维护公司利益、树立良好的公司品牌形象。

(5) 售后工作人员要严守企业商业机密，不得利用工作之便向其他企业和个人提供与公司业务相关的产品信息等公司资料信息。

(6) 售后工作人员对于客户提供的商业信息及需求要及时反馈给公司商务部门，并利用工作之便积极正面宣传公司产品。

(7) 售后工作人员要廉洁奉公，对于现场采购的备件物品要本着既要节约成本又要保证质量的原则进行临时采购，不得有营私舞弊及侵害公司利益行为。

(8) 通讯工具随时保证畅通，接听客户电话应语气委婉，耐心细致，不急不躁，不得拒接工作电话。

(9) 答应客户的事情要信守承诺，不得弄虚作假，做到诚实守信。

(10) 严格按照与客户约定的时间上门服务，不得无故拖延，如遇特殊情况，需提前与客户协商，取得客户谅解。

(11) 接到客户电话后答复客户要言简意赅，准确明了，不得搪塞客户或不负责任的推诿。

(12) 必须认真核对客户信息，对持有疑议的信息必须核实，确保信息真实可靠。

(13) 在服务现场要详细了解故障现象，并做好准确记录，认真分析、诊断故障产生的原因，加强与客户的沟通，了解客户的真正需求，以便提高产品的质量，完善产品的功能。

(14) 认真执行售后服务管理的相关规定，真实规范填写售后服务报告单或调试单，反馈回公司的售后服务报告单或调试单各栏必须填写完整清楚，客观准确的反映设备的状况。

### 3. 售后服务内容

#### 3.1 质保期内服务

1. 公司承诺本公司所提供的货物设备在验收合格后因自然产生的各项质量问题，全部维修。

2. 对自然产生或因我方原因出现质量问题的产品，可直接向厂方投诉，公司承诺在接到投诉后，我方人员将马上做出响应并到达现场进行处理, 对于确属我方原因出现的问题，公司将对该产品进行免费修补或更换。

3. 对有质量问题的产品进行修补时，客户应出示购货合同书或产品保修卡，证明该产品确属保修期内。

4. 非人为能抗拒的自然因素(如自然灾害等)而造成的质量问题，不在免费保修范围内。

### 3.2 质保期外服务

1. 我公司终身提供本项目设备的免费保养服务。

2. 质保期满后，如遇重大问题需我公司技术支持，如遇到使用及技术问题，电话咨询不能解决的，我公司在 2 小时内响应，12 小时内解决问题，确保产品正常工作；无法在 12 小时内解决的，应在 48 小时内提供备用产品，供采购人能够正常使用。

3. 长期备有各种设备配件，质保期后的备件和消耗品酌情收取成本费优惠供应。

4. 质量保修期满后，我公司将继续提供保养服务，技术支持等售后服务，售后服务内容、方式与保修期内相同，但要收取更换的成本费。

5. 上门服务的差旅费，要收取服务费，所发生的费用我公司将会事先通知客户，客户同意后执行。

6. 同时我公司可以与客户签订年度售后服务合同。

### 3.3 售后服务保障

1. 本地化售后服务保障：

服务承诺：我公司承诺设置本地化服务机构，承诺所有维修人员随叫随到，更好地为客户排忧解难，保质期内有关于产品质量引发的费用，由我公司承担。

2. 售后保障措施：

(1) 备品备件库存：

①拥有一定数量的备品备件，并且按照备件分类管理、建立编码规则、优化库存模型，完善库存管理信息系统。

②备品备件的库存时间原则上不超过生产设备修理、检修间隔期。

③各生产单位要按照备件分类编制备品备件信息册，确保信息共享，做到便捷快速维修。

(2) 定期巡检、定期维护保养。

①定期回访：在产品使用周期内，验收合格交付使用后的一个月内进行定期保养、清洁、维护服务。一个月后，每个季度对客户进行一次回访，预约上门，了解产品使用情况，发现问题及时免费修理，同时免费做好维护保养、调试工作，并将巡检情况向客户单位进行汇报。

②为客户建立专项档案，实行跟踪服务，各分支机构都配备专用维修技术人员，为顾客提供操作指导、技术咨询等服务，收集客户意见和建议，并及时回复和处理，根据客户建议作出改善，服务到位。

此后我公司每年都再进行 2-3 次培训。悬挂看板，帮助工人及管理人员更多的了解设备保养知识。

### 3.3 售后服务承诺

我公司以顾客为本的精神，结合长期以来的销售及经验，为让我们的货物发挥其最佳的性能得以提高贵单位的生产效益，我公司坚持以“快捷、实效”的服务宗旨保证为贵单位提供最优质的服务，特就本次投标项中包括货物的供给和质量保证、货物安装调试工作、货物运行操作和维护保养人员的指导培训工作、货物维修工作、货物后期运作过程中易损零部件的购换等一切售后服务事项作出以下承诺：

#### (1) 货物供给和质量保证承诺

我公司保证所提供的所有投标货物均为全新产品及标书所示原厂家生产，货物符合国家标准及国际行业相关标准，并附有出厂合格证及使用说明书。并严格按照国家“三包”法进行保修，认真对待质量监督投诉等。

#### (2) 货物安装调试工作承诺

我公司保证按照投标文件要求全权负责本次投标所有产品的免费安装、调试直至货物正常运行工作。

(3) 货物运行操作和维护保养人员的指导培训工作承诺 我公司承诺将在所有货物安装调试正常后，根据客户我公司意愿，在安装现场免费为用户提供产品的安装流程、货物技术、货物操作及货物性能用途介绍，同时也可以根据用户特殊要求，在货物运作后期提供适当的技术和管理培训。加强货物使用者的技术能力，帮助其对货物进行有效的使用和管理，保证货物使用寿命的同时提高工作效率。

#### (4) 货物维修工作承诺

为保证产品的质量，对客户恪守信誉至上，客户至上的原则，我公司为货物维修做出以下承诺：凡是我公司提供的产品货物，客户均享受我公司承诺提供的免费维修服务，同时享受我公司承诺提供的免费维修服务，同时享受我公司提供的最及时、最优质的本地化优先服务。

#### (5) 技术支持承诺

我公司拥有高级培训师 2 名（熟悉生产流程、技术货物维修和保养、货物升级和改造及货物配套等），普通培训师 3 名（熟悉货物的维修、保养及货物的提升和改造等）。凭借着丰富的技术资源，我公司将为用户提供免费的、长期的技术支持，为了方便用户的管理，我们将向用户提供整套货物管理方案，以确保用户及时获得所需要的增值服务。派出人员是熟悉产品，技术全面、具有单独安装、使用、维修保养的技术人员，能彻底免除您的后顾之忧，令产品发挥其最大的使用价值。

## （6）其他售后承诺

### 1) 免费服务项目

技术咨询服务:客户可以通过我公司的电话、电子邮件, 在先留言等形式免费询问使用过程中的疑难问题与相关技术问题等。

### 2) 有偿服务项目

质保期外, 货物维修只收取取成本费, 我公司为本地技术我公司, 上门不收取技术服务费用。

### 3) 售后服务的其他内容

#### ● 定期跟踪

我公司会根据用户的档案, 在相关产品/工程/技术项目的维护期内定期联系用户, 询问该段时期内的使用状况、发生的问题, 提供帮助用户的参考建议, 解答有关问题。

#### ● 反馈记录

我公司对用户反馈回来的关于我公司提供的产品/工程/技术项目的问题和相关信息, 详细记录在用户档案中的反馈记录项内, 并及时做出反应。

#### ● 主动联系

我公司在发生与本我公司向用户提供的产品/工程/技术项目相关的事件(技术改进、优惠活动等)时, 主动与用户联系, 了解用户意见, 并提供相应服务。

我公司承诺设置售后服务机构和技术、有充足的备品备件, 提供售后服务人员, 在采购人使用过程中, 如遇到使用及技术问题, 电话咨询不能解决的, 我公司在 2 小时内响应, 12 小时内解决问题, 确保产品正常工作; 无法在 12 小时内解决的, 应在 48 小时内提供备用产品, 供采购人能够正常使用。

## 产品质量承诺

我公司承诺:货物质量符合中华人民共和国国家标准、行业标准及其它相关标准。提供的所有产品都是全新的, 且符合采购单位的设计要求。所购产品来自正规渠道, 杜绝“三无”产品入库, 绝不以次好, 为采购单位提供充足货源及高品质的材料。

为保证货物质量, 由我公司专职质检员对产品实行跟踪检查, 严格按《质量管理体系》、《质量检验、监督制度》、《产品质量奖罚制度》执行, 保证货物质量合格。

我公司负责货物的运输工作, 保证按照合同要求进行包装、运输和控制, 使得按时保质地完成货物到现场。

货物到达采购人指定地点后，组织双方相关人员进行到货验收，保证符合合同要求。做好货物备品、备件的储存和堆放管理。负责全过程的质量问题处理，并承担相应的责任，确保产品和工程的质量。提供全生命的产品售后技术服务。提供所有产品的“三包”服务。

### **使用寿命和设备交付使用后的保修时间承诺**

使用寿命和设备交付使用后的保修时间：我公司完全响应询价文件规定和要求，设备使用寿命完全符合符合中华人民共和国国家标准、行业标准及其它相关标准，设备交付使用后的保修时间：一年（所有产品实际质保期不低于厂商公开承诺期限）

#### **质保期内服务**

1. 公司承诺本公司所提供的货物设备在验收合格后因自然产生的各项质量问题，全部维修。

2. 对自然产生或因我方原因出现质量问题的产品，可直接向厂方投诉，公司承诺在接到投诉后，我方人员将马上做出响应并到达现场进行处理, 对于确属我方原因出现的问题，公司将对该产品进行免费修补或更换。

3. 对有质量问题的产品进行修补时，客户应出示购货合同书或产品保修卡，证明该产品确属保修期内。

4. 非人为能抗拒的自然因素(如自然灾害等)而造成的质量问题，不在免费保修范围内。

#### **3.2 质保期外服务**

1. 我公司终身提供本项目设备的免费保养服务。

2. 质保期满后，如遇重大问题需我公司技术支持，如遇到使用及技术问题，电话咨询不能解决的，我公司在 2 小时内响应， 12 小时内解决问题，确保产品正常工作；无法在 12 小时内解决的，应在 48 小时内提供备用产品，供采购人能够正常使用。

3. 长期备有各种设备配件，质保期后的备件和消耗品酌情收取成本费优惠供应。

4. 质量保修期满后，我公司将继续提供保养服务，技术支持等售后服务，售后服务内容、方式与保修期内相同，但要收取更换的成本费。

5. 上门服务的差旅费，要收取服务费，所发生的费用我公司将会事先通知客户，客户同意后执行。

6. 同时我公司可以与客户签订年度售后服务合同。

### **二、有利于采购人的其他实质性优惠及服务承诺。**

我公司根据项目实际需求和自身实际情况，特承诺如下：

### 1. 优质服务承诺

我们将本着热情服务、秉公办事、一丝不苟的原则，按照采购人的要求提供优质服务。参加本项目全体人员坚持“开拓进取、追求卓越、诚实信用、勤勉尽职”的企业精神，与采购人相关人员密切配合，保证按期保质的完成任务。参加本项目的人员具有较强的工作责任心，爱岗敬业，规范操作，妥善保管所有资料，进出货物记录好。

### 2. 质量服务承诺

质量服务承诺:我公司保证提供的货物和服务符合国家、行业及地区现行相关规范和标准，严格按投标时所承诺的内容进行服务，所提供的产品为全新的生产产品，符合国家规定的质量和性能要求。保证货物的正确安装，在寿命期内正常使用和保养条件下，具有满意的性能，由于产品质量缺陷以及我公司自身的原因而发生的任何产品使用问题负责，费用由我公司承担。

### 3. 质量目标承诺

严格按照我公司质量三级复核制度进行质量复核，严格内部管理，强化责任意识，提高职业素质，加强对人员的规范自律教育。所供设备及其他耗材产地、规格、质量等与耗材质量紧密相关的内容符合国家的相关规定并达到采购人验收要求。

提高企业知名度，树立企业形象，我们本着“一切追求高质量，用户满意为宗旨”的精神，以“最优惠的价格、最周到的服务、最可靠的产品质量”的原则，现就双方所涉及的产品质量和销售服务，我们(供方)积极和认真的向需方作以下承诺：

一、保证所供设备产品合格率达到 100%，严格国家相关的标准生产和检验出厂，每批次抽检，并出具需方认可的检验报告。

二、对于需要特制的，供方派人员到需方实地测量和商谈，保证安全，保险，实用三个原则。

三、协助对方相关部门建立健全安全管理档案，提供相关的检验标准，报废标准，降级标准等书面材料。

四、每个月供方委派相关的人员去对方配合对方相关人员进行安全交流，供方有义务和责任提出必要的意见或通知。最大限度配合需方做好安全管理工作。

五、接到需方服务需求电话我公司立马赶到现场解决问题，在质保期内如因质量原因损坏的供方免费更换，给需方造成损失的，供方赔偿直接经济损失。

六、为了保证产品的高可靠性和先进性,产品选材均选用国内或国际优质名牌产品。在同等竞争条件下，我公司在不以降低产品技术性能、更改产品部件为代价的基础上，真诚以最

优惠的价格提供给贵方。

#### 4. 供货时间承诺

我公司在本次采购中若中标，自合同生效后 10 日历天内完成供货、安装、调试并验收合格。具体以采购人书面通知为准。在接到采购人供货通知书后，按照招标文件要求的质量与服务进行快速安排运输。

#### 5. 人员与货物配置承诺

为配合项目顺利开展，我方将委派并调配足够的人员与货物支持本项目。

我公司通过多年的锻炼和实践,目前已形成了专业化的配送中心和健全的配送管理体系，管理体系具体有三部分内容组成：

第一:健全的岗位职责:员工有章可循；

第二:强化现场主管责任制:有效地与客户及员工沟通，建立员工相互间合作的良好关系；

第三:加强质量责任管理:建立出品质量管理登记制度，定期进行出品质量分析，并制定纠正措施。

配送部严格按照安全管理体系运作,率先在同行业建立了一套科学规范的作业流程和服务标准。严把质量关，实施溯源制度，注重程控制，每道环节进行质量、安全检测，建立了完善的质量、安全保障体系。

质量第一、服务至上，不断提高客户满意度是我们坚持不懈的追求。

#### 6. 运输服务承诺

运输过程承诺货物的质量安全，并运输至采购人指定地点。

(1)我公司承诺，严格按照采购方的交货时间及产品质量要求及时供货，并送达指定地点。产品到达采购人指定地点后，由采购人组织对货物进行验收。货物运输过程中产品的多有费用均由我方承担。

(2)产品的验收严格按照国家标准、行业规程或其他相关标准进行、按照企业产品说明书进行验收。

(3)按合同要求及装箱清单、产品配置清单与产品组件三者一致并且随附产品说明书、产品出厂“合格证、使用手册等全套技术资料。

(4)我方中标后,我公司将成立项目领导工作小组，保证按时、按质、按量完成任务。

(5)若不按时完成任务，我公司愿意承担由此给采购方造成的一切损失和费用。

#### 7. 供应资金承诺

我公司财务状况良好，流动资金充足，承诺本项目供应资金充足，来保障本项目顺利实施。如需方需一定数量的货物，我方将及时委派人员、货物数量及相应的运输车辆供需方调配。

#### 8. 培训服务承诺：

我公司承诺负责对最终用户现场人员进行全面的免费技术培训。提供培训讲师、讲义和实际的操作环境，保证培训的质量和效果。使货物使用者能够达到独立操作使用设备、学会日常保养和简单问题故障处理等，具体培训方案如下：

##### 1) 培训方式

(1)初始使用培训:在新设备安装调试时，安装人员在现场对操作者进行货物操作讲解培训。

(2)使用期间培训:技术人员上门服务时，如有客户操作维护人员更换，或对设备还不够了解等情况,可以随时对操作维护者进行讲解培训。

##### 2) 培训内容

(1)简单故障处理。使客户了解日常清理维护、简单故障处理等。

(3)服务联系方式。使客户清楚服务网点地址、电话、人员姓名及报修方法。

(3)监督投诉电话。公司总部设有的技术支持电话和监督投诉电话，保证客户服务投诉或寻求支持的渠道畅通。

每次培训后，由技术人员填写“客户培训登记表”，登记培训内容和培训的基本情况，以及对培训是否满意等内容，经签字后，由公司总部存档备案。

我公司的培训计划是结合我公司的工作经验制定的，通过一系列的培训，使设备使用单位的管理人员和操作人员对设备的原理、结构都有一个比较详细的了解，对设备的常见问题都提前了解并掌握应对措施，实现设备在将来运行过程安全、稳定、高效的运行的目的。

### 3. 接到采购人通知或整改通知后的响应时间、替采购人排忧解难、为采购人节约资金等方面的承诺。

**响应时间：**我公司接到采购人通知或整改通知后，我公司在2小时内响应， 12小时内解决问题，确保产品正常工作；无法在12小时内解决的，在48小时内提供备用产品，供采购人能够正常使用。

#### 替采购人排忧解难、为采购人节约资金的承诺



我公司承诺积极配合采购人，替采购人排忧解难、为采购人节约资金

1. 高效沟通:我们将积极主动地与采购人沟通，及时反馈项目进展情况，并主动寻求意见和建议。确保双方始终保持信息畅通，共同制定解决方案。

2. 问题解决:我们将尽全力解决项目中遇到的各种问题和困难，不推诿、不拖延，以确保项目按时高质量完成。我们将制定详细的解决方案，并与采购人共同确认方案可行性和可接受性。

3. 紧急响应:我们将优先处理任何紧急情况，并采取迅速行动保障项目正常运转。无论是突发事件还是项目中的紧急需求，我们将立即行动，并与各位积极协调。解决问题的速度将是我们最重要的目标。

4. 风险控制:我们将持续关注和评估项目风险，并及时采取措施进行控制和应对。我们承诺不轻视任何可能对项目产生负面影响的风险，保障项目顺利进行。

5. 效果跟踪:我们将及时追踪项目实施效果，并向各位提供详细的项目报告和数据分析，以便评估项目进展和效果，并及时调整和优化实施方案。

供应商名称(电子签章)：获嘉县老友百货有限公司

日期：2025年12月22日

## 九、开标（报价）一览表

标题	内容
投标单位名称	获嘉县老友百货有限公司
项目名称及标段	中共获嘉县委宣传部农家书屋设备设施及出版物补充更新项目2标段
项目编号	获采询价采购-2025-16
报价（元）	（小写）223500.00元
	（大写）贰拾贰万叁仟伍佰元整
交货期 （合同履行期限）	二标段：10日历天

供应商名称(电子签章)：获嘉县老友百货有限公司

法定代表人或授权委托人（电子签章）：韩林志

日期：2025年12月22日

## 十、报价明细表

韩林志

二标段：中共获嘉县委宣传部设备设施类采购

单位：人民币元

序号	投报货物名称	品牌及型号	技术配置参数	单位	数量	单价	小计	备注
1	阅读桌	品牌：老友 型号：定制	2000*1000*750mm，实木颗粒板	张	14	1560.00	21840.00	无
2	阅读椅	品牌：老友 型号：定制	高度73公分，橡胶木材质，超纤皮，海绵坐垫	把	112	280.00	31360.00	无
3	儿童桌椅	品牌：老友 型号：定制	154*83*48，橡胶木材质	套	3	2620.00	7860.00	无
4	阅读器	品牌：五车 型号：ADS-10A-06 05005GPCN	屏幕：10英寸高清大屏 分辨率2560*1600； CPU：搭载联发科P10 十核处理器；摄像头： 前置摄像头800万,后置 摄像头:2600万；电池 ： 20000毫安大电池持 久续航；接口： Type- C充电接口；全网通双 卡双待. 需含2000种正 版电子图书资源。	台	14	3185.00	44590.00	无
5	空调柜机	品牌：美的 型号：KFR-72LW/G3-1	72柜机, 变频，制冷功率 $\geq$ 1940W, 制热功率 $\geq$ 2830W， APF能效比 $\geq$ 4.7， 额定电压220v	台	14	7270.00	101780.00	无

6	音响	品牌：特美声 型号：SL05-26	23*12*32cm, 20-100W功率， 5.5寸低音，话筒677.0MHz， 电池4.5Ah，支持蓝牙， SB/TF卡，微信小程序控制。	台	14	880.00	12320.00	无
7	标识牌	品牌：老友 型号：定制	40*60cm， 不锈钢沙金门牌	个	25	150.00	3750.00	无
投标总价（元）			人民币大写：贰拾贰万叁仟伍佰元整 小写：223500.00元					

- 注： 1. 以上表中各项可进一步细分，栏数不够可自加或附表；
2. “投标报价明细表”中的“投标总价”应当与“开标一览表”中的“投标总价”一致；
3. 供应商应按所投货物填写本表，产品品牌（型号）、配置、参数须详细填写。
4. 供应商按照自己投标的标段选择需要的表格。

供应商名称(电子签章)：获嘉县老友百货有限公司

法定代表人或授权委托人（电子签章）：韩林志

日期：2025年12月22日