

上海百联沪东汽车销售服务有限公司  
2013 年社会责任报告

关注客户的终身价值

# 目 录

## 公司概况

总经理致辞	4
公司简介	5
报告编制组织机构	7
企业理念	8

## I-1 员工责任

II-1 员工教育	9
II-2 员工录用	13
II-3 权益保护	15
II-4 安全保护	19

## I-2 经济与服务责任

II-5 利润与经济效益	22
II-6 产品与服务	22

## I-3 诚信责任

II-7 守法诚信	38
II-8 诚信经营与服务	39
II-9 社会诚信形象	40

## I-4 社区责任

II-10 救灾与慈善捐助 .....	46
II-11 志愿服务 .....	49
<b>I-5 环保责任</b>	
II-12 环境管理 .....	50
II-13 低碳节能 .....	51
<b>附录</b>	
预期与展望.....	52
百联沪东 2013 年大事记 .....	56
2012-2013 年获得荣誉一览 .....	57

# 总经理致辞

宁 斌

多年来，上海百联沪东汽车销售服务有限公司（以下简称“百联沪东”）一直秉承“关注客户的终身价值”的企业理念，我们力争为消费者提供的不仅是车，更是一种盈利的购车方案。我们希望通过合理可信的购车方案为消费者创造价值、通过贴心及时的关爱为消费者增添价值、通过专业热情的维修服务为消费者保存价值。



2013年，经过全体员工的努力，百联沪东取得了较好的经营成果，但我们深知：公司的发展与消费者、全体员工、上级公司、主机厂、社会及其它合作伙伴长期以来的支持是密不可分的。我们深怀感恩之心，也深知责任之重。正因如此，我们在创造价值的过程中坚持以诚信为基础，在社会责任方面，我们坚持在人文关怀、资源利用、环境保护方面倾注更多的热情和奉献，承担更多的社会责任，最终奉献社会，回馈社会。

# 公司简介

上海百联沪东汽车销售服务有限公司（以下简称“百联沪东”）是上海物资贸易股份有限公司（上市公司）的成员企业——百联汽车子公司，隶属中国商贸流通业“航空母舰”百联集团有限公司。公司为上海大众新标准华东 4S 旗舰店，总部座落于共和新路 3550 号百联汽车广场内，并在虹口区唐山路 535 号保留了上汽沪东城市展厅。公司现有在编职工 135 人，其中党员 6 名，团员 38 名。公司致力于提供适应消费者需求并符合国际标准的汽车销售服务。以安全、优质、节能、环保的产品和卓越的服务，提高消费者的生活品质；以诚实、高效的经营，为消费者、员工、社会和其他合作伙伴创造价值。

近几年，公司通过不懈努力，在各项事业中取得了显著的成绩，2011 年荣获“上海市巾帼文明岗”、“上海市团队创先特色班组”、“上海市第十五届文明单位”、通过 ISO9001 质量管理体系认证，2012 年荣获上海市“安全生产标准化二级达标企业”称号，2009 年——2012 年度，分别荣获上海市“第十五届、第十六届文明单位”称号并多次获得百联集团“工人先锋号”、“先进集体”、“服务明星”、“销售状元”等称号。

在行业领域，公司荣获上海大众“六星级经销商”称号，在上海大众 600 多家经销商能力审核考评中，获得全国第一名的成绩。是授权在上海地区唯一一家可以经销大众进口车辆的大众特许经销商。

厚重的奖牌和证书，见证了百联沪东科学发展的辉煌历程。

## 上海百联沪东汽车销售服务有限公司



**注册资本：**2500 万元

**经营范围：**商用车及乘用车销售， 汽车、摩托车配件销售。

**地 址：**上海市闸北区共和新路 3550 号

**服务热线：**4001107688

**经营理念：**关注客户的终身价值

**网 址：**<http://www.svwhd.com/>

**控股情况：**全资

**企业介绍：**百联沪东由拥有 18 年汽车销售经验的上汽沪东公司升级而来，采用上海大众新网络标准建造的全新理念展厅。是集新车销售、上牌、维修、二手车置换、车辆保险、分期付款、检测维修、汽车装潢、信息管理于一体的上海大众特许经销商，由共和新路旗舰店和唐山路城市展厅形成东西联动格局。



## 报告编制组织机构

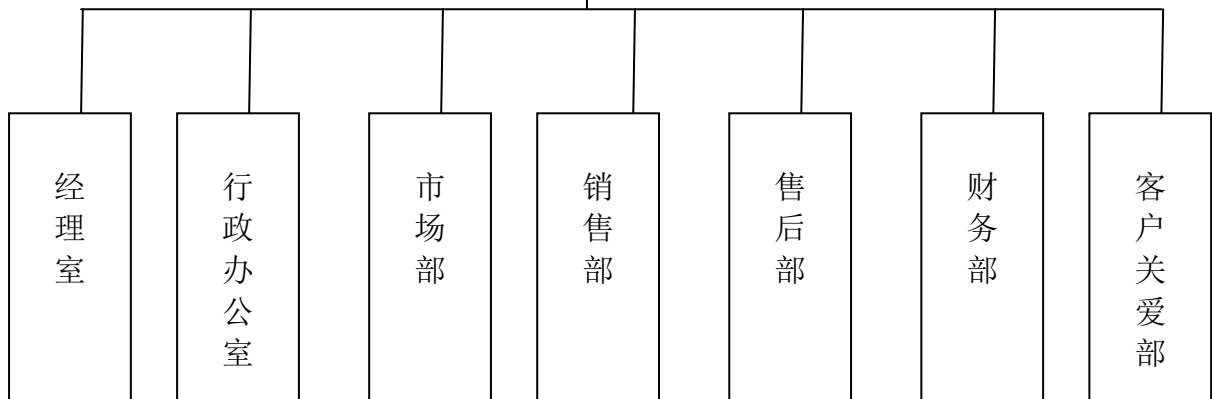
百联沪东社会责任报告编制领导小组（党政班子成员）

百联沪东社会责任报告编制工作小组

组长：分管副总（黄为民）

副组长：有关职能部门经理

组员：各职能部门负责人及有关职能部门员工



# 企业理念

百联集团企业精神：

遇强更强，诚信致远

百联沪东传承的经营理念

专业、品质、享受、无忧，比您期待的更多……

百联沪东价值观：

关注客户的终身价值

百联沪东的企业愿景：

致力于提供适应消费者需求并符合国际标准的汽车销售服务。以安全、优质、节能、环保的产品

和卓越的服务，提高消费者的生活品质；以诚实、高效的经营，为消费者、员工、社会和其他合作伙伴创造价值。

对消费者: 不断提高产品和服务品质，持之以恒地改进创新，满足消费者的需求，超越消费者的期望。

对员工: 积极为员工提供合理的报酬、学习培训的机会、多元化的发展道路、良好的工作氛围。

对社会: 关爱社会、关注环境、支持公益事业。

对合作伙伴: 与各类合作伙伴相互尊重、协同互助、合作共赢。我们希望通过自身的努力，在诚实守信、开拓创新、精益求精的基础上成为最具实力、最有影响力、最受人尊敬的汽车销售服务公司。



## 百联沪东企业使命

我们是历史悠久的国有汽车销售企业，隶属特大型零售业航空母舰—百联集团，我们有同类企业无法获得的资源优势，其中包括政策、资金、品牌、老用户……我们通过整合新老展厅，获得品牌提升，共同致力于提供适应消费者需求并符合国际标准的汽车销售服务。以安全、优质、节能、环保的产品和卓越的服务，提高消费者的生活品质；以诚实、高效的经营，为消费者、员工、社会和其他合作伙伴创造价值。



# I-1 员工责任

## II-1 员工教育

公司在全体员工中推广“公正、包容、责任、诚信”的价值取向，引导员工树立正确的世界观、人生观、价值观，践行社会主义荣辱观。积极开展多种形式的员工培训，活动形式因地制宜，内容丰富多彩，其中有集体学习，也有专题交流。



公司积极引导和动员干部职工投身“四创”立功竞赛——即创业、创效、创新、创优，连续多年开展了“创建学习型团队、争当知识型员工”、创新创效项目、职工技能比大赛等活动。例如：公司组织的售前、售后一线职工参与技能比武，员工现场演示新车交车仪式，向观众展示了销售顾问对交车标准化要求的掌握程度，以及各方面细致入微的人性化关怀服务，并以交车仪式为起点，开启了对顾客及其爱车的全方位关怀，充分调动广大干部职工投身创建工作的主动性和责任感。



公司充分运用早晚班会时间对员工进行宣传教育，教育对象覆盖到每一位员工，培训率达到100%。公司并充分利用网络平台，开展网络在线培训。公司内训师将所需开展的培训，以图片，视频等

内容制作成易于员工理解的教材，传输到网络上，要求员工在规定的时间内完成在线培训课程。网络在线培训不但内容新颖，学习时间也较为灵活，提高了员工的学习兴趣，也提升了员工的培训合格率及培训满意度。

### 2013 年百联沪东主题教育活动一览表

序号	主题教育活动内容	类别	基本要求
1	企业年度经济工作 计划和党建工作安 排的情况通报	党务	1、企业行政主要负责人向党员通报本年度经济工作计划情况；2、党支部书记向党员通报本年度党建工作安排意见，并提出工作要求；3、对上一年度创先争优工作开展点评,推进以“围绕发展创先进 ,立足岗位当先锋”为主题的创先争优活动进一步深入开展。
2	深入推进党风廉政 建设和反腐败斗争 的新要求	主题教育 活动	开展“清廉做事、清白做人”主题教育活动
3	回顾交流争优行动 情况	党务	组织党员对争优行动计划和履行岗位承诺情况进行回顾交流，结合开展党员民主生活会，修订个人争优行动计划。
4	开展读书活动	专项培训	组织党员结合形势任务、围绕发展提升开展读书交流活动。
5	“为民务实清廉”党的 群众路线主题教育 实践活动	主题活动	关于开展“换位思考、协同合作、共克时艰”大讨论的活动
6	报告年度党建工作， 酝酿新一年工作要 点	党务	1、党支部书记向全体党员报告一年来党组织工作情况；2、组织党员讨论酝酿新一年党建工作。

百联沪东公司 2013 年安全教育培训一览表

序号	培训内容	培训类别	牵头承办部门	协助承办部门	培训对象	培训形式	培训讲师	教材	培训时长	考核方式
1	安全生产规章制度培训	制度培训	行政部	各部门	全体员工	讲授法	安全员	安全生产标准化规章制度	2H	笔试、日常考核
2	油漆辅料仓库管理员培训	规范培训	售后部	行政部	辅料仓库管理人员	讲授法	安全员	专用教材	2H	日常考核
3	安全生产责任制培训	规范培训	各部门	行政部	各部门内员工	讲授法	安全员	公司安全生产责任制	2H	日常考核
4	特殊工种操作证培训（电焊工培训）	操作证培训	售后部	行政部	电焊工	讲授法/实践法	外训讲师	专用教材	2H	外训考核
5	安全责任人及安全复训	复训	行政部		副总经理 安全员	外训	外训讲师	专用教材	2H	外训考核
6	新员工安全培训	新员工培训	行政部	各部门	各部门新进员工	讲授法	安全员	上海市安全生产条例	2H	笔试
7	职业健康培训	规范培训	售后部	行政部	售后设备设施操作人员	实践法	技术总监	公司设施操作规范	2H	日常考核
8	安全生产月宣传培训	专项培训	行政部	各部门	全体员工	内训	安全员	上级安全资料	4H	日常考核
9	安全救援预案演练	演练	百联广场	行政部	员工代表	实践法	安全员	实战演练	4H	演练考核

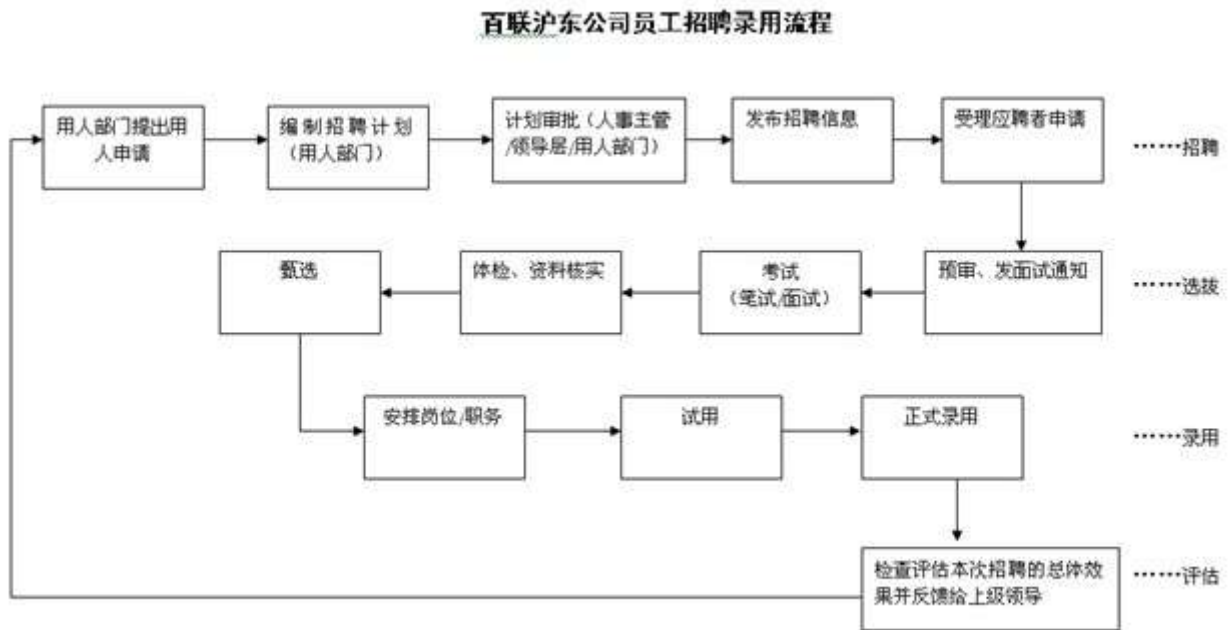
2013 年百联沪东业务技能培训一览表

序号	培训内容	类别	参训对象	培训人数
1	顾客抱怨处理技巧-资源紧缺话术	客户关爱类	关爱及销售 人员	30
2	RSE2.0 黄卡弱项培训	销售服务类	全体销售顾 问	25
3	电话接待流程-MS 电话接待	销售服务类	全体销售顾 问	25
4	销售礼仪培训	销售服务类	全体销售顾 问	25
5	进口车专项培训	销售服务类	全体销售顾 问	25
6	增值服务统一话术	销售服务类	全体销售顾 问	25
7	产品介绍-六方位绕车	销售服务类	全体销售顾 问	25
8	试乘试驾流程提高培训	销售服务类	全体销售顾 问	25
9	需求分析技巧	销售服务类	全体销售顾 问	25
10	交车流程	销售服务类	全体销售顾 问	25
11	竞品车型比较	销售服务类	全体销售顾 问	25
12	售后保养及事故理赔培训	销售服务类	全体销售顾 问	25
13	阳光二手车置换	销售服务类	全体销售顾 问	25
14	持续关爱-老客户维护建议话术	客户关爱类	关爱及销售 人员	30
15	展厅接待话术	销售服务类	全体销售顾 问	25
16	竞品比较技巧-产品核心亮点介绍	销售服务类	全体销售顾 问	25
17	异议处理技巧	销售服务类	全体销售顾 问	25
18	原装附件培训	销售服务类	全体销售顾 问	25
19	销售技巧-FFB ACE 强化	销售服务类	全体销售顾 问	25
20	金融信贷培训	销售服务类	全体销售顾 问	25

21	保险推荐话术	销售服务类	全体销售顾问	25
22	客户邀约流程强化培训	销售服务类	全体销售顾问	25
23	办公软件操作培训-APP 助销工具使用	销售服务类	全体销售顾问	25
24	资源紧缺话术	销售服务类	全体销售顾问	25
25	CSE 服务核心过程培训(最新版)	售后服务类培训	售后前台	6
26	异议处理技巧	售后服务类培训	售后前台	7
27	顾客抱怨处理技巧	售后服务类培训	售后前台	7
28	持续关爱流程	客户关爱类培训	售后前台	8
29	保险专业知识培训	售后服务类培训	售后前台	8
30	原装附件营销培训	售后服务类培训	售后前台	8
31	配件技术与管理	售后服务类培训	售后前台	8
32	索赔技术与管理培训	售后服务类培训	售后前台	8
33	服务礼仪培训	售后服务类培训	售后前台	8
34	新车交车流程	售后服务类培训	售后前台	8
35	车辆最新技术培训	售后服务类培训	售后前台	8
36	规范保养	售后服务类培训	维修车间	全体机电工
37	机电工基础培训	售后服务类培训	维修车间	全体机电工
38	维修诊断技术提高培训	售后服务类培训	维修车间	全体修理工
39	案例分析	售后服务类培训	维修车间	全体机电工
40	车辆技术提高类培训	售后服务类培训	维修车间	全体修理工
41	车辆实操培训	售后服务类培训	维修车间	全体修理工
42	技术论文培训, 案例分析	售后服务类培训	维修车间	全体修理工
43	车辆实操培训, 案例分析	售后服务类培训	维修车间	全体修理工

## II-2 员工录用

### 1、员工招聘录用流程



2、截止 2013 年 12 月底，百联沪东公司在册员工 135 人，员工劳动合同签订率 100%；

#### 3、人员结构：

(1) 男职工 95 人、女职工 40 人，男女比例 70%：30%；管理人员 32 人，营销服务人员 60 人，检测维修 43 人；管理人员占员工总数的 23%、营销服务人员占员工总数的 45%，检测维修人员占员工总数的 32%。

#### 4、学历结构：

具有本科及以上学历 20 人，大专学历 61 人，高中中专 48 人，初中及以下 6 人。本科以上学历人员占员工总数的 15%，专科及以上学历人员占员工总数的 45%，高中人员占员工总数的 35%，初中及以下人员占员工总数的 5%。

#### 5、年龄结构：

51 岁以上 19 人，36-50 岁及以上员工 19 人，26-35 岁员工 40 人，21-25 岁员工 49 人，20 岁及以下员工 8 人。51 岁以上占 14%，36-50 岁及以上员工占 14%，26-35 岁员工占 30%，21-25 岁员工占 36%，20 岁及以下员工占 6%。

#### 6、技能、职称结构：

(1) 中级工 12 人，高级工 6 人，技师 4 人，初级工 1 人。职称：中级职称：4 人，初级职称 1 人。具备专业技能及职称的管理及技术人员占员工总数的 21%。

7、本单位正式员工、其它职工和外来务工人员的情况。

8、公司在用工过程中，不存在使用童工及未成年职工的情况。

9、公司有关人事制度规定，严格禁止在招用、薪酬、福利、晋升等方面出现性别歧视、民族歧视、种族歧视、宗教歧视、生理歧视。

## II-3 权益保护

1、实行员工休息与休假制度，员工健康定期检查制度。

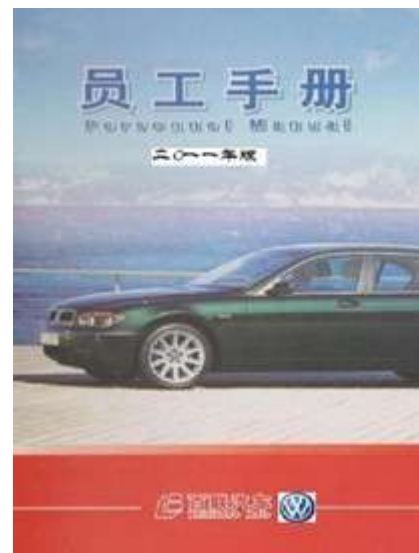
(1) 公司员工依法享受职工带薪年休假及国家规定的法定节假日。

(2) 公司员工每年享受一次健康体检、女员工每年享受一次妇科体检。

2、员工培训制度。

(1) 开展新进人员培训，针对新进人员的特点，为新进员工组织专门培训；

(2) 实行在岗人员持证上岗，对所有营销人员开展了汽车营销上岗培训，一



线营销人员已做到 100%持证上岗；

- (3) 每月至少开展一次业务培训；
- (4) 组织业务骨干参与厂方和行业培训；
- (5) 鼓励员工参加各种业余学习，提升学历层次；



(6)组织员工参加上级公司开展的各项专题讲座,加强岗位技能培训,不断优化职工队伍素质。

(8)对员工进行业务等培训均有培训记录(含计划、通知、签到、培

训资料、考核分数、培训评估表)。

- (9) 2013 年度员工培训总支出 1.5 万元，人均支出 110 元。
- (10) 2013 年度人均培训时数 48 小时。
- (11) 2013 年度员工培训覆盖率 100%。
- (12) 培训种类、内容、人数以及所占员工比例：

培训种类	2013 年培训内容	时间	人数	所占员工比例
公共类	安全生产培训	22 课时	135	100%
	企业文化、制度流程培训	20 课时	35	26%
销售技能类	销售专业技能培训	200 课时	45	34%
售后技能类	售后服务类培训	200 课时	30	23%
素养提升类	等级工、继续教育等	120 课时	18	14%

### 3、加大人才培养力度

(1) 人才培养机制。公司一直视人力资源是“第一资源”，为了建立起一支管理高效,技术过硬的人才队伍,公司针对管理岗位人才开展“继任计划”，



针对一线岗位人才开展“蓄水池计划”。为员工创造发展空间，提升企业整体核心竞争力。

(2) 人才培养保证：做到组织、计划、经费、时间、内容、效果的落实，列入年度工作的重要议事日程。

(3) 共建共享配套。“十二五”期间，在业态发展的同时，要注重以人为本，关注民生，提高广大职工的收入分配，实现先建后享、共建共享的发展目标，做到职工收入目标增长与企业效益增长同步，以利充分调动积极性。



4、社会保险和保险实施情况良好。

(1) 公司依法按时足额为每位员工缴纳社会保险（基本养老保险、基本医疗保险、工伤保险、失业保险、生育保险）及公积金；

(2) 每年组织一线员工进行公共场所职业健康检查；

(3) 公司每年为职工投保住院保险和特种重病保险、女职工特种保险。

(4) 为驾驶员办理了医疗急救绿色通道保险。

## 5、员工安全健康保护

坚持开展“冬送温暖，夏送凉爽，一年四季送关怀”活动。2013 年上海迎来百年不遇的酷暑，申城大地遭受着炙烤，百联沪东一线职工克服高温坚守岗位，企业领导积极为员工安全度夏出举措，高温天气带给一线职工的是那一份燥热，而百联沪东不忘给职工送上一丝丝清凉，从细节之处着手，让职工感受

企业对其关爱，公司上下团结一心，攻坚克难，拉近企业与职工的距离，形成心往一处想，劲往一处使的和谐团队氛围。

为工作在一线的职工送清凉，公司还准备绿豆汤及饮料，关心职工高温工作时的健康状况。针对售后油漆工工种，公司还特别为他们订购牛奶。为员工工作、休息场所安装电扇、空调，配备饮水机，切实作好防暑降温工作。

## 6、其它员工权益保障

(1) 组织职工参加互助基金会，为困难职工和生重病职工落实帮困救助金；

(2) 为职工发放生日祝福、节日庆祝、婚庆贺喜、员工聚会、员工活动的组织等福利待遇；

(3) 改建了职工食堂，提供更为舒适和卫生的用餐环境；

(4) 为外来务工人员筹建职工宿舍，将共建共享落到实处。

(5) 增加员工疗休养福利，调节了员工身心、丰富了员工福利，促进员工之间相互了解、互



相沟通，进一步增强了员工的凝聚力和向心力。

## 7、自觉保护员工的隐私权。

(1) 公司派专人保管员工人事档案、工作档案、登记表等各类材料，主管级以上员工才能查阅员工档案。查档时需填写申请表，由经理室签字同意方可查阅。

(2) 各类员工信息和材料不对个人公开，外部人员来查阅员工档案需持介绍

信，由行政部派专人陪同查阅。

#### 8、工会作用明显、员工的参与权得到维护。

搭建工会组织桥梁纽带作用的平台，不断拓宽企业与员工沟通的渠道。首先，2013 年签订《工资平等协商》，公司企业方与职工平等协商，根据百联集团和上海物贸股份的工资增幅要求，综合考量物价水平和企业效益等因素，调整职工福利待遇和工资增幅水平，近 2 年来，职工年平均工资增幅为 8%。目前，公司工资集体协商确定了为职工每月增加 100 元午餐补助，生日祝福增加 100 元等福利待遇。其次，工会组织开展了各类献计献策活动，积极引导管理、营销、售后服务等岗位的员工，围绕保增长、促发展、节开支，在节约能源、压减管理费用、降低销售成本、提高劳动生产率等方面积极参与。并保障员工进一步加强职工维权，建立和谐劳动关系。

## II-4 安全保护

### 推进企业安全达标创建，顺利通过安标二级达标审核

公司持续推进安全生产标准化管理，按照上海市安全生产标准化创建要求，制定了“安全生产标准化”推进工作方案，成立了安全生产领导小组，主要措施：



1、推进企业安全达标创建：制定了具体的行动计划和方案，并定期召开“安全生产标准化”专项工作会议，对上述工作进行了布置和落实。



2、开展安全达标自查整改：各部门根据安全生产标准化标准和要求，积极自查排摸，涉及经营设备、管理流程等方面，找出隐患落实整改，通过各类存在问题的整改，使公司安全生产管理工作始终处于受控状态。

3、实施安全制度和操作规程建设：按照安全生产标准化的标准和要求，严格执行各类管理制度，对涉及设备设施维护保养、岗位操作规程和各类制度进行了梳理和完善，并上墙明示。

4、加强全员安全教育培训：公司对从业人员进行了全方位的安全培训，包



括安全生产标准化规章制度、法律法规、责任制的培训。对消防安全、设备安全、人员安全、安全防范意识开展培训。重点对各职能部门责任人

开展专项安全教育，对特殊工种人员进行专业技术培训以及职业健康培训，公司年中开展应急救援预案演练，提高了员工的现场应急处置能力，在倡导安全文化的同时有效降低了事故发生率。

5、维护保养及更新设备设施：公司定期对生产设备进行检查、维修及第三方检测，各设备设施的安全操作规程修订后也已上墙明示，售后服务部也据此操作规程对相关员工进行了培训。进一步提高了设备设施的更新、维护工作，确保了公司设备的安全管理。

## 加强全员安全教育，加强安全演练

为了进一步提高全体注重安全宣传，通对每位新进员工进行安全教育培训，并定期开展全员安全培训。过细化岗位安全操作规程及应急预案，坚持以



规范操作，预防为主为要求。进一步提高了职工安全意识及安全技能。公司每年还组织员工参加百联汽车广场职工安全演练比赛，上到

总经理，下到企业员工，都在赛道上跑一跑，一比速度，二比灭火技能，三比逃生方法。通过演练，为共建一方平安打下了基础。

坚持以规范操作，预防为主为要求，把安全生产标准化工作的重点放到安全生产第一线，进一步提高了职工安全意识及安全技能。公司定时开展安全生产检查，确保安全检查无死角。例如：原售后车间在地面仓库进出口通道处车辆通行有盲区，通过安装反光镜，消除车辆视野盲区，消除安全隐患。又如，原监控摄像系统有盲区，整改后新增设红外线摄像头，使经营、维修和边际区域得到了有效监控，发挥了技防设施的效能。通过对检查中发现的安全隐患，责令相关部门及人员立即予以整改，不能立即整改的限时定人落实直至整改。

## 启动安全环境建设，营造良好工作氛围

### 本公司无危险品

公司三年来没有发生过统计上报事故。

## I-2经济与服务责任

### II-5利润与经济效益

2013年百联沪东主营业务收入4.15亿元，汽车销量2800辆，维修产值2161万元，保险收入1868万元，利润总额402万元。

序号	主要经营指标	数值（或百分比）	备注
1	主营业务收入（亿元）	4.15 亿元	
2	汽车销量	2800 辆	
3	维修产值	2161 万元	
4	保险收入	1868 万元	
5	利润总额（亿元）	402 万元	

### II-6产品与服务

百联沪东是集新车销售、维修、二手车置换、车辆保险、分期付款、检测维修、汽车装潢、信息管理于一体的上海大众特许经销商。“关注客户的终身价值”是我们百联沪东的服务理念。百联沪东致力于提供适应消费者需求并符合国际标准的汽车服务。以安全、优质、节能、环保的产品和卓越的服务，提高消费者的生活品质；以诚实、高效的经营，为消费者、员工、社会和其他合作伙伴创造价值。

#### 产品销售管理

2013年，国家继续实施积极财政政策和稳健货币政策，保持经济平稳较快发展，适度宽松的经济环境有利于汽车市场的发展。国家政策鼓励扩大内需，提高居民收入，扩大社会保障覆盖面，提高汽车消费信心。人民生活水平提高，汽车需求结构发生变化，汽车产品不断更新换代，产品质量不断提高，产品多样化等因素进一步刺激汽车消费，汽车销售上升势头

明显。在此大背景下，百联沪东公司也牢牢把握市场变化，在业绩和管理上实现双突破，凭借多年的销售经验，以及十几年来与上海大众沟通合作的优势，努力控制进货种类，拓展业务面，合理资金运作，实时关注库存数量与结构。超额完成销售、售后指标，且成效显著。

2013年，在汽车市场竞争日趋激烈，同类产品不断开发，车型一日三变的 market 环境下，为了获得新的赢利点，公司改变了只依赖展厅直供客户销售的模式，与建设银行、大地保险、集祥驾校、南京军区等集团公司继续深化战略合作关系，给予特殊政策、特殊服务，在大用户的领域持续开展工作。百联沪东销售部组织了红歌营销、沪牌万元基金、“感恩的心”大型客户答谢会等丰富多彩的营销活动，做到周周有活动、月月有团购，不仅获得了客户的广泛好评，而且在网络媒体平台上进一步扩大了企业影响力，连续两年新车销售业绩均有所增长，客户满意度大大提高，厂方飞行检查和考评成绩名列前茅，作为上海大众4S的标杆，常会有很多公司到百联沪东参观学习，首先让他们赞叹的，往往是百联沪东人的精神面貌及科学有效的管理手段。百联沪东继续坐稳“上海大众六星级经销商”的位置。

### （一）逆势而上，超额完成各项指标

今年初上海大众的商务政策有所转变，对经销商的各种奖励办法更细，要求更严格，奖励的侧重面也有所改变，针对这一变化，公司领导及时组织中层干部及有关人员多次学习研究，在充分理解政策的前提下，制定出我们的经营规划及营销、售后、广告宣传策略，并召开全体职工大会，向职工宣传讲解上海大众的有关政策，使全体员工在思想上引起重视，明确各自的任务和目标，坚定了竞争的信念，为全面完成各项指标打下了良好的基础。

#### 1、 经营状况回顾

众所周知，这两年汽车市场竞争日趋激烈，特别是进入 2013 年，德国大众在华“DSG”事件爆发，之后媒体报道持续发酵，极大影响了德系车的口碑与市场。

在这样不利的市场环境下，实现了良好的经营效益，全年实现主营业务收入 4.15 亿元，汽车销量 2800 辆，维修产值 2161 万元，保险收入 1868 万元，利润总额 402 万元。

为了确保公司的核心竞争力，确保公司销量及利润，公司从容面对，打出了一系列漂亮的组合拳一是整合公司管理力量，群策群力，打破“部门墙”。每周召集各部门责任人召开管理例会，分析上期公司运营情况，制定下期改进方案，使公司的“人”和



“事”有机的结合到一起。二是从细分目标市场着手，通过独特市场活动及增值服务，完善小型多样化及外展活动。发挥网络媒体的强大力量，挖掘网络广告潜力，通过着力设计促销内容和广告版面的同时，利用新兴的微博、微信等互动平台产生联动效应。通过配套软文和论坛的发贴，大幅提升公司促销活动的吸引力。三是开拓新的增值服务业务，将二手车销售业务纳入日常的营销体系；将“随车附件销售”纳入销售顾问单体指标；将汽车保险续保、二手车、随车附件营销等汽车增值服务业务资源共享。四是加强战略合作，与建设银行、大地保险、集祥驾校、南京军区等集团公司持续深化战略合作关系，给予特殊政策、特殊服务，开发出“零利率贷款购车”、“阳光置换”、“精彩附件团购”、“爱车课堂”、“免费检测”等购置新车，市场反响非常热烈。



今年，实现售后盈利仍然是企业工作的重中之重，也是实现由“销售型企业”向“服务型企业”转型的关键。公司实施“资源共享”的理念，促进部门间协调，每个礼拜一，公司各个部门的中高层管理人员都聚集一堂，研讨相互合作的计划与方案。这套工作办法实施一年多，形式日渐简洁，模块愈发清晰。售后员工内部通过不断的优胜劣汰之后也已经有了一番新的景象。今年，我站新增了一名上海大众 A 级索赔员，一名高级服务顾问；前台服务顾问于光磊更是入围了上海大众全国技能比赛的 50 强，为我站取得荣誉的同时也刷新了参赛的最好成绩。

2013 年深度营销，吸引新客户，留住老客户，潜在用户的开发与管理仍然是公司工作的关键，百联沪东公司以细分市场着手，深入研究用户特征，有的放矢地开展营销活动。通过开展独特市场活动及增值服务，完善小型多样化及外展活动。通过发挥网络媒体的强大力量，充分挖掘网络广告潜力。通过着力设计促销内容和广告版面的同时，充分利用新兴的微博、微信等互动平台产生联动效应。通过配套软文和论坛的发贴，从而大幅提升促销活动的吸引力。深度营销使公司摆脱了从简单的地理优势的竞争过渡到服务竞争，服务价格、服务效率、服务质量的竞争，并牢牢吸引客户对百联沪东公司当季活动的关注。为客户购车、用车的选择真真正正带来了好处，同时也为公司带来了良好的经济效益。



仍然是公司工作的关键，百联沪东公司以细分市场着手，深入研究用户特征，有的放矢地开展营销活动。通过开展独特市场活动及增值服务，完善小型多样化及外展活动。通过发挥网络媒体的强大力量，充分挖掘网络广告潜力。通过着力设计促销内容和

广告版面的同时，充分利用新兴的微博、微信等互动平台产生联动效应。通过配套软文和论坛的发贴，从而大幅提升促销活动的吸引力。深度营销使公司摆脱了从简单的地理优势的竞争过渡到服务竞争，服务价格、服务效率、服务质量的竞争，并牢牢吸引客户对百联沪东公司当季活动的关注。为客户购车、用车的选择真真正正带来了好处，同时也为公司带来了良好的经济效益。

八月初到十一月底，销售联合客户关爱与售后服务部，筛选了百联沪东 20 年来收集的潜在客户资料。发送了“精彩附件团购”、“爱车课堂”、“免费检测”等售后相关短信彩信逾 60000 条，大大促进了售后的客流量

与产值，加强了与客户的联系。通过销售的经验，售后运用了现场督导、电话回访、领导出面等多种方式巩固客户满意度，收到了良好的效果。吸收销售部竞赛的惯例，今年，售后组织了三次技能竞赛，员工互相切磋、奋勇争先。部门紧密协作之下，2013 年售后工作取得了巨大的进步，维修和精彩附件产值双丰收，成为了公司最突出的利润增长点。而销售、售后、关爱三个前端部门也被紧密的联系在了一起。

我们深深知道，企业竞争中服务差别化越来越难以区分，以此为企业的竞争优势也变得越来越困难。要想在上海大众众多经销商中脱颖而出，公司就要有别人无法企及的优势。公司充足的资源、高效的团队及强有力的执行力已将成为



为公司发展的核心竞争。我们以提升客户服务满意度为抓手，以专业技术服务为中心，紧紧把握住市场需求的脉搏，规划和调配资源。归根到底，今年的成绩凝聚了公司每一位员工的心血，为了多为公司贡献一部车，多为公司维修好一部车，很多员工周末都放弃休息，加班加点，并以一流的



服务，专业的技术赢得了新老用户的一致称赞。

## 2、360 度客户满意度工作深入开展

ISM PLAN 计划是今年我司围绕销售满意度工作开展的重点，今年下半年起，

大众培训老师驻场开展了全面的现场指导，对客户关爱各个环节进行拆解，针对弱项进行指导，弥补了整个关爱体系中几个空缺，为关

爱工作续航。开通了“大众信使”的短信功能，构建了全方位的大众信使关爱视图，从潜在用户-订单用户-成交用户首尾相接进行 360 的全方位关爱。在弱项方面，主要针对交车面访方面进行整改和培训。通过销售满意度工作的深入开展，满意度分数也有了明显的提高。

同样，在售后满意度方面，对 CSE 系统问卷也有所调整，使得回访成功率大大提高，平均回访率达到 85%以上。根据今年的售后 CSS 回访相关政策，制定出相关回访的政策，现对每辆来站维修用户进行信息的核对匹配，同样也积极收集用户意见及时反馈给售后部门，降低了用户抱怨率。销售与售后齐头并进，巩固了公司在经销商中的龙头地位，为来年的竞争中取得了先机。

### 3、细分目标市场，有的放矢吸引目标群体，提高公司吸引力

随着越来越多的经销商新标准展厅的开业，公司的展厅优势被削弱，特别是在公司周边已经开业的安吉大众以及冠松大众，其作为上海大众的三产，将有一定的优势，对我公司的销售造成一定威胁。公司需加大“旗舰店”的宣传，并在此基础上，突出公司个性，以“上海人心目中的最佳大众 4S 店”、“上海大众一号店”为标榜，在众多新标准店中独树一帜，占据龙头地位。

2013年潜在用户的开发与管理仍然是公司工作的关键，随着展厅功能的越加完善，小型多样化活动的频次也有了大幅增加。一方面从细分市场着手，深入研究潜在用户特征，有的放矢地开展市场活动。另一方面，从提升员工专业能力入手，对其进行个性化研究，充分发挥其潜能，双管齐下，使系统功能得到升华，为提升潜在用户转化率提供必要条件。截止目前，今年共举办了45次形式多样的活动，月均3-4次，取得了良好的成果。

### 4、打破部门墙，打造公司软实力

打破部门墙，建设一支守望相助，共同前进的团队，一直是百联沪东

的目标与值守。培养一支具有人文主义关怀的团队，也是国营企业的愿景与坚持。百联沪东拥有 30 岁以下的员工占到公司员工比例的 62%，大专以上学历员工比例达到 67%，年轻人充满了朝气，蒸蒸日上，让公司的氛围轻松热烈，员工间彼此竞争学习，宛若兄弟姐妹一般。

#### 5、全方位关爱，把提升用户满意度贯穿于服务全过程

“比您期待的更多”一直是百联沪东秉持的企业文化，一切以客户满意度为导向，一切以员工满意度为目标。为此，百联沪东构建了全方位的关爱体系，成立了客户关爱部。从潜在用户-订单用户-成交用户首尾相接-售后保养维修各环节进行 360

度全方位关爱，实行客户满意度指标的有效监控，使满意度贯穿于服务全过程。公司定期会举行新老客户联络活动，举办答谢会、爱车课堂。公司还



首创了“用户飞信体验群”，凭借飞信实时将公司资讯发送给客户，在线提供突发情况咨询和答疑，加强公司与客户的互动。

百联沪东特别注重提升客户体验，关注客户对销售和售后核心流程的服务质量的感受。在看似简单的交车过程中，公司领导、销售顾问、关爱专员、服务顾问始终坚持共同参与新车交付过程。车辆介绍，使用事项、售后维修、关爱礼品、合影留念等环节无一不让每位客户都能感受到重视，无形间拉近了公司与客户之间的距离，提升了客户的满意度。现在，当您徜徉在百联沪东绿意盎然的展厅，随处可见一张张亲切的笑脸，驻足间一声轻柔的问候，入座后及时的饮料服务，离店时不舍的挥手致意……百联沪东人坚信，卖车并不是服务的终结，只有持续地为客户提供周到持久的服务，站在客户的角度考虑问题，与客户建立兄弟姐妹般的友谊，才能获

得客户的认同与信任。

### 售后服务管理体系

1、做好商品售后服务工作是公司抓好经营环节的重要内容，从 4 月 1 日起开展百联沪东售后晨星关爱服务；将原有的工作时间从原来的早上八点半至五点延长到早上七点至晚上八点，工作时间的延长让更多的客户能享受到我百联沪东公司的服务，也实现了客户的分流，从而有效的缓解了双休日维修站的维修压力，更有效的提升维修产值。



2、深化预约制度；根据一季度预约完成实际情况看，由于现在维修站维修车辆客户较多预约后进站等待时间还是较长，而且预约台次也不是很多，客户满意度不是很高，对此二季度我们对预约工作进行了有针对性的整改，提出了整点预约半点提醒，并且配套晨星服务，也延长了预约的时间，从每天 8 台次提升至 11 台次，并且设立预约专职服务顾问和预约通道，从二季度 4 月份看，还是具有一定效果，并且在 4 月份上海大众的满意度回访看，预约专职服务顾问满意度成绩为 100 分，也更加坚定了我们工作的信心，我们希望在二季度的 6 月份将预约 11 台次增加至 14 台次，更加做好客户满意度工作。



3、根据上海大众 DSG 召回活动的执行手册的相关要求;从 2 季度 4 月 2 日起, 本站已经按照要求进行 DSG 召回和 1.4TDSG 车辆升级活动, DSG 在社会上影响较大, 本站作为上海大众六星级经销商, DSG 召回数量和升级

数量均较大, 而我们百联沪东希望通过此次活动, 更好的展示我们维修站整体形象, 把此次召回活动作为维系客户的重要手段, 从 4 月初起, 服务顾问定人, 维修技师定岗, 客户关爱部进行串联邀约客户, 制定了 DSG 召回预约制度, 1.4TDSG 升级提供预约上门服务, 按照上海大众要求此两项任务需在一年完成, 而我站力争二季度在 DSG 召回工作完成总数的三分之二, 1.4TDSG 升级全部完成的目标。

4、加强部门之间合作: 二季度售后部门的业绩任务完成, 需要公司各个部门的通力合作, 为此我们希望通过有效的市场活动, 提升客户的回站率和再次购买率, 二季度售后部门连同销售、关爱、市场部继续推出下列三项市场活动; 活动一, 继续每月的爱车客户活动。活动二, 5 月份推出续保有好礼的活动。活动三, 通过公司平台由关爱部牵头, 市场部推广, 售后服务部执行和百联电商网购活动。我们希望通过一系列的活动, 通过公司各个部门的配合, 能有效提升售后产值和客户满意度, 深受顾客好评。

### 加强营销宣传力度, 拓展客户开发新举措

进一步完  
善公司网络建  
设, 加大市场  
的广告宣传力



度。通过网站、报纸、电台、电视台各种媒体优势，积极推行电话营销、信函问候等活动，创新营销宣传，抢占市场份额，扩大公司影响。

(1) 强化公司网站到百联 E 城网站的过渡，优化百度竞价广告，运用其新推出的实时报表监控功能，提升广告的吸引力和粘度。

(2) 充分发挥我公司网络广告的优势，联合影响力大的专业汽车网站，结合不同时期的促销需求，结合公司特点，设计具有我公司特色的促销内容，在众多经销商广告中占得先机。

(3) 采用广告与软文配套的方式，不定期发布平面媒体宣传，利用软文宣传新展厅的亮点，提升公司知名度，弥补网络广告无法覆盖的人群。

(4) 适时在责任区域发布主题促销 DM 广告，进一步巩固责任区域占有率和提升公司知名度。

(5) 运用短信、信函等向老用户发布促销信息，促进老用户推荐，提升老用户售后返站率。

积极开展多样化的活动，发挥拍牌期间的展厅优势，延伸活动时间到领取标书期间，优化展厅“门前布置”和展厅活动内容，吸引更多的客户进入展厅。开展丰富多彩的车主俱乐部活动，提升客户满意度和客户忠诚度。

截止目前，今年共举办了形式多样的活动，月均 3-4 次，取得了一定成果。活动的总结评估 KPI 完成情况如下：

活动名称	邀请人数	到场人数	新建黄卡	预订量	成交量
全新桑塔纳“老朋友 新故事” 上市会	50	40	0	2	0
百联沪东爱 FREE 白色情人	120	116	38	21	5
百联沪东踏青出游采春 青浦草 莓盛会	50	55	10	2	2

相约三月天 浪漫女人节	150	135	95	58	17
百联沪东小胖看车团团购会活动	120	80	42	12	3
百联沪东车惠网看车团团购会活动	150	120	50	49	27
庆五一砸金蛋赏车会	200	120	60	22	3
车展“惠”好礼 百联“心”体验活动	120	87	65	9	6
2013 街头篮球赛巡展	120	100	15	2	1
百联沪东端午送温情 百联好心意活动	100	80	50	25	10
百联沪东儿童节展厅欢乐派活动	60	50	15	3	2
百联沪东朗行赏车会活动	80	60	20	8	2
朗行途观上市试驾会	100	76	52	22	13
七月风暴 玩转今夏	180	128	66	22	17
即刻出发 朗观天下	100	80	22	12	6
WOOOAA 低到惊叹！	100	87	52	18	14
九月大众寄秋思 中秋百联礼传情	160	145	78	32	18
临近年终 乐享底价	100	87	52	11	5
疯狂双 11 淘金 11 秒	100	77	37	10	6
朗逸家族 百联中环外展	自然流量	自然流量	90	15	6
太平洋三期数码广场车展	自然流量	自然流量	76	6	4
绚彩好礼 闪耀圣诞”购车派对	100	88	60	18	6



## 2013 百联沪东大众荣膺上海大众“六星级经销商”

百联沪东大众凭借 2012 年的突出表现，在海南博鳌 2013 年上海大众汽车大众品牌全国营销服务年会上，从全国六百多家经销商中脱颖而出，荣膺上海大众汽车“六星级经销商”荣誉称号，成为上海市区唯一一家上海大众六星级的经销商。这是一个庄严的历史时刻，见证了百联沪东大众 2012 年的用心和努力！

“六星级经销商”是上海大众汽车的最高荣誉，包含销售三颗星维修三颗星。这六颗星意义非凡，其中一颗代表整车销售取得优异业绩，一颗代表销售管理规范优秀，一颗代表新车销售用户满意度评价优秀，一颗代表



代表维修业务取得了优异的业绩，一颗代表售后服务管理规范优秀，一颗代表售后用户满意度评价优秀。每年全国仅有四十家经销商可获此殊荣。



这荣誉的奖杯，代表的不仅是年会上大屏幕上一个跳动的六星级称号，也不仅是一次闪亮的星光大道走 SHOW，它标志着百联沪东大众在上海大众 600 多家经销商中走入前列，它凝聚的是百联沪东人的努力得到了肯定！他们的激动、他们的热血沸腾、他们的热泪盈眶……

百联沪东大众作为上海大众汽车在全国成立时间最早，规模最大的明星级特许经销商，本次能够从全国数百家经销商中脱颖而出，不仅是对百联沪东大众 2012 年优秀销售和服务业绩的充分肯定，更是对兢兢业业的百联沪东大众员工辛勤努力的特有犒赏。二十九载风雨兼程，2300 多台年销售量，70000 多名忠实用户共同鉴证，数十万车辆维修保养台次，这一系列的数字，记录着百联沪东大众一连串发展的坚实脚印，更加昭示了其永无止境的奋斗热情。

### 百联沪东市场活动——人气爆棚，百联沪东团购“很有范”

4 月 14 日，百联沪东大众联手车惠网举办大型团购看车团活动，上海大众作为国内知名的一线品牌，还是具备了较大的影响力，短短两小时的时间打造一场声势浩大的订车盛会，现场签单超过 40 单，展厅门口早早的就撑起了欢迎拱门横幅。



本次团购会是百联沪东今年以来最给力的团购盛会，限时优惠，限量抢购，超低价诚惠客户，多重组合优惠政策，使得众客户踊跃抢购。



客户签到处人头攒动

客户的大巴浩浩荡荡的队伍还未进店，大厅里面已经有很多自行到店的团友早早

到来了，看来大家对此次团购的期待是非常高的呀。

许多客户迫不及待的开始洽谈

最激动人心的时刻是团购价格的宣布，多种优惠政策让众多翘首以盼的客户惊呼此次团购力度如此之大，甚至有位客户没有交付定金直接扬言要提现车。



本次团购还和永诚保险、建设银行合作，现场订车、上保险、车贷一条龙服务，买保险和车贷各有优惠和礼品赠送。



客户经分组开始洽谈

活动不到 1 小时的时间，现场已经有 20 多辆车成交，也就是说平均每 3 分钟就有一张订单产生！



恭喜首位签单客户

这对小夫妻今天真是非常的幸运哦，抽中了本次团购的大奖！鼓掌~~用他们自己的话就是：今天匆匆赶到这里，然后匆匆下了订单，被告知还可以抽奖就随便那么一抽，没想到居然被我抽中大奖，真是非常大的一个惊喜！



抽到大奖时开心的笑容

五彩缤纷是春日的色彩，开心的笑脸是客户的姿态！无论您来自何方，来到百联沪东我们就是一个大家庭，让相片记住这一刻！



客户合影留念

百联沪东本着“比您期待得更多”的服务理念，为争为顾客创造利益，创造价值。为所有顾客量身定制专享的购车方案，您无需挥汗砍价，所有优惠政策公开透明。让您安心，放心，省心的体验一站式 4S 购车服务。快来百联沪东吧，让我们与您一起分享购买新车的喜悦，在这里将您的爱车开回家！

## 全面运行 ISO9001 质量管理体系

公司正式实施运行 3.0 版的质量管理体系至今取得了显著的效果，实现了企业所设定的质量方针和质量目标。从上汽大众的有关满意度检查中看，公司的满意度得分高于全国平均水平，在上海地区排名靠前，各项指标均到达了公司的质量目标。公司根据市场环境等外部环境的变化，不断调整企业的发展战略和经营目标，使公司能够适应不断



变化的新环境；同时有效的利用企业人力、物力、财力等内部资源，在质量体系内审中发现的现存及潜在不合格，公司也及时采取了纠正及预防措施，并已验证合格。使企业始终保持了活力，从而确保了质量管理体系持续的适应性。

## I-3 诚信责任

### II-7 守法诚信

诚信是中华民族的传统美德，也是一个国家的立国之本，个人若没有诚信，则会被社会孤立；企业若没有诚信，也被社会遗弃。作为上海大众华东旗舰店，六星级经销商，上海市文明单位，



百联沪东一直以高标准要求。在经营过程中遵守法律法规和社会公德、商业道德以及行业规则，一直秉承贯彻“诚信经营、长久发展”的理念，对待每一位消费者和合作伙伴。



公司立足一切满足客户需求需求的汽车消费的全方位服务，提出了“专业、品质、享受、无忧，比您期待的更多……”的宗旨。把服务作为企业的核心竞争力，体现在公司汽车销售的全过程

中。

售前：让客户满意消费。根据不同的消费层次，对商品质量和性能结构作详细的介绍，当好参谋。

售后：让客户放心消费。公司为购车的客户建立档案，实行年 365 天，日 24 小时全天候服务。客户如有需求只需拨通热线电话，就能得到路救、抢救、配件供应等服务，并能得到汽车维护保养、检测维修、保险缴费、审证年检、协助事故处理全方位的服务。

## II-8 诚信经营与服务

诚信经营是企业的立业之本。为了进一步强化诚信经营理念，公司建立了完善的消费者投诉体系及内部风险防控体系。

(1) 公司制订了《用户报怨处理制度》、《危机公关处理制度》、《监控制度》、《责任问责制度》等各类保障制度，规范了投诉抱怨管理，危机发生处理、事故监控及事后问责的管理。确保了企业诚信经营。

(2) 百联沪东建立了风险防控领导小组和工作小组，明确企业“一把手”为责任人，基本做到了风险管理组织落实、上下联动、各司其职、各负其责。针对性进行流程优化再造，突出完善运行风险控制，体现配套性，初步形成风险管理控制网络。

(3) 风险防控主要内容：

构建“五位一体”风控体系是一项系统与配套工程，其内容相互衔接、完整统一。主要包括以下五方面内容：一是制度健全、二是流程再造、三是组织落实、四是技术防控、五是道德自律。

(4) 风险防控主要做法和成效

控制风险作为百联沪东发展的重点工作之一，在百联汽车要求和指导

下，公司围绕构建“五位一体”的风险防控体系的要求，从基础工作入手，着重从组织体系、制度建设、流程再造、企业文化等方面加强管理者和员工的风险防控意识，落实配套措施，尽可能从源头控制风险，确保企业经济活动的健康、有序的开展。

#### （5）制定《风控手册》，抓紧培训实施

百联沪东按照百联汽车的要求，编制了《风险防控管理手册》。从公司层面对已制定的经营、项目服务类的规章制度，依据构建“五位一体”的风控要求，结合实际，进行梳理和完善，并组织管理者和员工开展学习与培训，了解和掌握《风险手册》要求，特别是重点岗位风控要求。基本做到了有章可循、有规可依，风险防控全覆盖。

#### （6）抓好两个结合，坚持常态管理

在风险控制建设过程中，着重实施二个方面的结合：一是与业绩考核挂钩。风控管理工作与业绩考核有机结合，达到层层下达，层层落实的目的。二是抓好日常检查。按照“风控体系”要求，通过对预算执行审计、内控制度检查等方式和途径，重点检查公司内控、财务、合同、印章管理和使用情况，形成管理人员层层严格把关的常态管理。

## II-9社会诚信形象

### 一、百联沪东积极履行服务承诺，公开接受消费者和社会的监督。

公司积极履行服务承诺，并注意树立先进典型，宣传先进事迹，推广先进经验，用身边的典型教育示范、引导激励员工。两年来，公司共计有 1 名党员被百联集团评为优秀党务工作者，1 名员工获百联集团优秀管理能手称号，1 名员工获百联集团技能标兵称号，1 名员工获得集团销售状元称号，1 个集体获百联集团先进集，1 名员工获得物贸股份服务明星称



号，1 名团干部获物贸股份公司优秀团干部称号。有 3 名党员获百联汽车优秀党员称号，约有 11 名员工先后被评为百联汽车优秀员工。公司还积极开展精神文明共建活动，力所能及参与社区公益活动，接受消费者和社会的监督。

## 二、捐一日工资、献一份爱心

真情感动人间，真挚温暖人心。公司积极响应百联集团号召，积极开展一年一度的“爱心一日捐”活动，倡导全体员工伸出无私友爱之手，奉献一份爱心。

1 月 4 日上午 10:00，公司工会负责人手持“爱心”善款箱进行募捐，汇聚爱心支持公司公益事业——帮助身边困难职工。无论是家庭经济条件较好的，还是家庭经济条件并不富裕的；无论是公司正式职工，还是实习生；无论是城镇职工还是外来务工者，都纷纷慷慨解囊。此刻大家都有个共同的标记——百联汽车人，都有一颗扶贫帮困，互帮互助的爱心。令人感动的是一些自己受帮助的困难员工在活动中主动要求捐款，他们说，困



难之时，是大家帮助了我，自己有义务帮助别人。经统计，活动共有 135 人参与，募得善款 10830 元。“一日捐”活动充分展示了百联沪东广大职工助人为乐的崇高思想，增强了企业的凝聚力，展现了百联沪东大家庭的和谐氛

围。

### 三、“人定兮胜天”——台风中的百联沪东

台风究竟有多少力量？去年第十一号热带风暴“海葵”为我们作出了诠释

8日上海气象监测预报中心发布级别最高的台风橙色预警警报：“海葵”8日晚间登陆上海，届时上海将遭遇强风暴雨，甚至有人预计，“海葵”对上海的影响会超越10年前的热带风暴“麦莎”！

8月8日，百联沪东4S展厅，透过玻璃幕墙，外面的世界风呼雨哮：树木被大风撕扯的几欲断裂，树叶纷纷脱离树枝，撒落到空中，再被炮弹



般的雨水狠狠砸中，摔落地面，同时，雨水宛若潮水般涌来，将树叶冲得没了踪影。大家接受抢险救灾紧急预案的指示，按步就班，积极投入了防台工作：考

虑到客户的生命安全，公司放弃了蝇头小利，关爱部员工劝说仍然滞留展厅的客户尽早回家，不要在台风天进行提车验车手续，同时关闭了签单窗口；售后和行政部拉下了所有窗口与闸门，防止风雨毁坏展厅；各个部门联动，冒着风雨，检查方方面面安全隐患，确保展厅财产安全。

下午3时，上海气象中心发布了红色警报，这是台风警报的最高级别，按照规定，企事业单位应当无条件放假。可这时意外出现了：由于我们的露天停车场还未改建完成，又身处百联汽车广场的低洼处。持续不停地瓢泼暴雨，造成排水系统不堪重负，停车场内水位不断上升，眼看已经没过了大多数车辆的轮胎。数百辆待售的新车如果不及时转移，洪水一旦流进

发动机排气管，车辆就会立刻损坏报废，给公司带来不可估量的损失。此时，车辆管理中心吴铭、赵平、孟龙兴、于举瑞和沈忠平五位师傅坐不住了，他们都想不起为自己披一件雨衣，就急急忙忙冲入雨中，趟着没过膝盖的深水，一部部将新车往安全的地方转移。有的车吃水浅，就尽快开走；有的车吃水较深，不能发动，就大家合力用手推着走。

雨越下越大，广场内水位不断上升，几位师傅势单力孤，形势越来越危险。看到这种情况，销售和售后的小伙子们按捺不住了：“走，帮忙去！”几十名年轻人纷纷响应，冲到黄总办公室，要求帮助车管移车，黄总反复叮嘱安全之后，大家一头扎进雨中。广场内地势平坦，风大雨大，衬衫鞋子被打湿之后粘在身上很不方便，有的人索性光脚赤膊上阵，三五成群的推车。二十几岁的小伙子，推着几吨重的汽车，肯定有点吃力，他们皱起了眉头，抿住了嘴角，喘一口粗气就呛进一口雨水，娇生惯养的一代人，看起来就像瞬间成熟了十几岁一般。百联汽车广场在凄风冷雨的肆虐中，反倒呈现出一番热火朝天的景象。“百联沪东，遇强更强”，这句每天早上晨会时都会齐声喊出的口号，此刻终于得到了注解，大家同心同德，抱成一团，场面令人动容。

此时，总经理宁斌也赶到了现场，他放下个人安危，冒着台风从内环线驾车而来，甚至顾不上为自己的汽车熄火，就冲到了风雨中的停车场指挥工作，穿着拖鞋短裤，浑身被雨淋了个湿透。大家看到宁总亲自前来，与广大基层员工站在一起，都非常感动，就像吃下了一颗定心丸，干劲更足了。下午 6 时，所有的新车都被移动到了安全的位置。回到展厅，依旧灯火通明，原来不会开车的同事们



都没有离开，大家自愿留下，由副总经理黄为民指挥，做起了后勤保障工作。他们为奋战在第一线的员工送上了热腾腾的板蓝根和生姜茶，还有洁白的毛巾衬衣。晚上，车管中心的吴师傅和沈师傅还主动要求在展厅值夜班，冒着台风把展厅每个角落又检查了一遍，防止再有意外。

看到这里，我们终于明白，这才是百联沪东；这才是上海大众的“一号店”；这才是年年销量超越 2000 台，号称“旗舰店”的员工水准；这才是 20 年沉淀而来的深厚企业文化。有这样的团队，我们有什么目标不能完成？有什么困难不能克服呢？

#### 四、回馈广大客户——“欢度六一，乐享童年”活动

六月的阳光却格外艳，天空格外蓝，花儿格外香，笑声格外甜，在一年一度的六一儿童节即将来临之际百联沪东举办了“欢度六一，乐享童年”展厅派对，活动当日下午，通过邀约到店的老车主们，带着自己的孩子早早的就到了展厅，等待活动的开始。展厅内播放着温馨惬意的儿童节的音乐，活动正式拉开了帷幕，在场的每一名观众都以期待的眼神观看。



活动期间，百联沪东为参加活动的小朋友们准备了丰厚的奖品和礼品，各种亲子互动游戏，备受孩子喜爱的各种纸模型搭建比赛，有奖套圈游戏、并且为小朋友们准备了可口的糖果和点心。

纸模型搭建是整场活动最大的亮点，进入了孩子们的想象世界，孩子是未来的希望，孩子的眼中充满了对未来的梦想。在场的家长和孩子们一



起动手搭建，现场时不时爆发出一阵阵的欢声笑语。经过一个小时的制作，一个个造型各异，充满想象力的作品呈现在大家面前，尽管还略显粗糙，但出自孩子的亲手制作，表现了一个个童稚的心灵美好的愿望。

除了纸模型，活动现场还有套圈游戏，孩子们站在指定的线上进行套圈，只要套中就可获得相应的玩具奖品，同时我们售后的服务主管还在现场为各位新老车主讲解了夏季用车养护的一些注意要点和节能省油的小窍门。

小朋友们度过了一个温馨、快乐的节日下午，更让他们懂得了分享快



乐，家长朋友们则更多的亲身体验了上海大众客户关爱服务，而本次活动正是体现了上海大众 TechCare 的服务理念。



## I-4社区责任

### II-10救灾与慈善援助

#### 一、倡导爱心捐款活动，帮助企业内外弱势群体

##### 1、大爱无界非一人能为，微小的爱心汇成社会的力量

自 2009 年起，百联沪东携爱心车主定期前往虹口区惠馨儿童福利院，为那里的孩子们送去温暖和祝福。每年向对方提供资金援助。王小丽，8 岁，全身大面积烧伤，她说：我想要一件漂亮衣服。在她的眼里，每一个年轻的生命都应该是美丽无瑕的，每一个年轻的岁月，占有的应该是美丽纯真的时光，只是命运如此喜欢不遂人意，一场大火不仅夺走了父母的生命，还夺去了本应灿烂绽放的外表。只是，在她的心里，一直相信，只要善良，是会一直美丽的，“我想要一件漂亮衣服”，这句话，一直回荡在我们耳边，这个世界不应该因为不幸而缺乏阳光…… 因此，百联沪东作为一个有责任的企业，走进福利院，帮助他们实现自己的梦想。



#### 二、关爱文化暖人心 社会责任勇承担

作为上海市文明单位，百联沪东在抓好经营业绩的同时，关注企业关爱文化，由工会为主导，将职工维权、困难帮扶、服务企业、社会责任等作为工作重点，结合自身特点，有针对性地开展各项活动，使工作机制化、规范化、常态化。

##### 职工权益的捍卫者

百联沪东工会始终把维护职工权益作为工作的立足点，积极开展各项工作。每年组织并指导各基层工会依照法律、法规签定《集体合同》、《女

职工专项合同》《工资集体协商协议》。在合同协商中，将涉及职工利益和劳动关系等重大问题纳入到合同中，有效维护职工的权益，为协调劳动关系奠定了基础。同时，工会密切联系员工，了解员工疾苦，建立企情民意气象站及支站，设立气象站信箱”、固定接待日，为领导与职工提供面对面的沟通交流平台，听取职工的意见与建议，让职工享受企业关爱。如：公司为外来务工人员改造宿舍，增配冰箱、微波炉和空调，给员工营造了一个良好的休息场所。又如高温季节公司工会深入车间一线开展送清凉慰问活动，替安保岗位安装遮阳伞、安保员休息室安装空调等。

### 济困帮扶的践行者

多年来，百联沪东工会不断由对“困难职工”的帮扶延伸到对“职工困难”的帮扶，进一步扩展了服务的宽度和深度。除了在公司内开展一年一度的一日捐活动帮助身边的困难群体外，还牵头组织公司领导与五名困



难职工结对帮困，领导心系群众，关爱群众这种帮困结对传统已连续了九年。工会以接地气、听民声为准则，想群众所想，关爱职工，真正做到有困难就帮、不遗漏，解除了职工的后顾之忧。2013年，百联沪东工会把

济困扶贫、“送温暖工程”列入重要议事日程，常抓不懈。如：集团公司内一名老职工被查出身患癌症，在公司领导带领下，大家纷纷为其伸出了“爱”的双手。短短三天时间内，共收到善款近万元。企业的关爱文化使职工感受到企业大家庭的温暖，增强了企业的凝聚力和向心力。

### 服务企业的助力者

工会充分发挥自身优势和职能作用，以创先争优为重点，搭建员工学

习平台，营造积极向上的企业文化，为企业各项业务顺利开展奠定基础。每年公司组织员工参加百联汽车组织的职工技能大赛，参赛员工通过比赛向兄弟单位学习经验，进一步调动广大职工学习技术、钻研业务的积极性，促进职工技术水平不断提高，为公司储备技能型人才打下了坚实的基础。与此同时，工会认真做好上级公司布置的立功竞赛项目，在工作中，积极并做好优秀工作案例及举措的汇总与经验交流工作。百联沪东团支部分别于友谊股份东方商厦南东店和百联电商开展业务合作，在百联电商易购平台设立团购商品，通过网络销售平台促进双方业务，提高公司知名度。公司团总支和百联投资上海拍卖行以促进双方青年文明号创建为目标，开展共建活动，双方通过网络链接、DM 宣传册发放等形式，实现客户资源共享。

### 热心公益的倡导者

百联沪东工会在做好企业维稳工作的基础上，勇于承担社会责任，几年来，工会不仅积极参与曹杨社区困难群众帮困活动，奉献爱心，还每年组织职工参与社区的交通志愿者活动，协助交警、交通协管员维护交通秩序，劝阻不文明交通行为，为建设文明城市和构建和谐社会贡献力量。2013 年 4 月四川雅安发生地震，公司职工积极捐物，有些职工还自掏腰包购置一批灾区



紧缺的婴儿纸尿裤和妇女用品，通过快递快速发往灾区，让爱心驱散灾区的寒冷与阴霾。公司并与虹口区惠馨儿童福利院结成帮扶对子。为他们提供力所能及的帮助。几年来，公司捐赠款项及物品总金额已达上万元，以绵薄之力支持公益事业，回报社会。

## II-11 志愿服务



## 党支部组织开展了“我带头、当先锋”行动

有 20 人次的在岗党员参与了城市重要交通路口和轻轨地铁站的交通志愿服务，佩戴党徽、按时到岗、耐心指导的服务意识，为党旗增辉添彩，为城市交通保畅作贡献。



党员们在党支部的号召下，不仅积极参与服务社会的志愿活动，还积极参与了服务企业、服务群众的各类主题党日实践活动。比如，为确保百联沪东安全每一天，杜绝安全隐患、党员干部以增强安全知识为己任；为美化企业环境、降本增效，开展油漆消防设备箱、延长服务时间等义务劳动，突出抓基层、强基础，努力发挥

基层党组织的战斗堡垒作用和党员的先锋模范作用。



百联沪东党支部围绕“创先争优”，在坚持做好“党员岗位承诺”活动的基础

上，举行“我是党员我带头，我是党员我奉献”为主题的组织生活，召开“创先争优”先进党员事迹报告会。开展“五带头”活动（带头学习提高，带头争创佳绩，带头服务群众，带头遵纪守法，带头弘扬正气），不定期开展支部主题活动。开展民主评议活动。

## I-5环保责任

### II-12环境管理

百联沪东自公司成立以就注重对环境的管理。公司酝酿出台了一系列环境管理的制度和章程来规范企业内部的环境管理。



采用上海大众新网络标准建造。展厅每个设置无不体现人性化的设计理念，客户需求是设计最大元素之一。休息区分布于展厅的每个角落，或开阔或静谧，供客户随意选择。宽敞明亮的落地玻璃窗旁配有精致的沙发与多种汽车刊物，打造出一片绿荫环绕、亲临阳光的闲暇之地；VIP客户休息室更是富丽典雅，质地细腻的真皮沙发配以高档实木家私，进一步香车美景，退一步私密尊贵，身处其中品尝一杯现磨咖啡，唇齿香滑间，消费者已经沉醉在德式原版服务所带来的尊贵体验中。以服务核心流程为工作标准，从展厅内精美时尚的车型展示，温馨热诚的交车仪式，到井然有序的维修车间，是购车、用车的有利保障。几千种原厂备件，确保车辆的正常行驶。沉稳、高雅、气派的设计风格将欧洲的文化底蕴与环保意识容入其中，彰显高雅格调，凝聚现代气息。

### II-13低碳节能

百联沪东公司尤其重视降低能耗、控制污染，公司通过了闸北红色环境监测站的废水、废气、噪声检测，并通过了照度检测。作为汽车 4S 店，售后车间维修过程中会产生一定量的废机油及废旧部



件，一旦处理不好，就会对环境造成污染。为此，公司特别设立废油、废物室。售后维修产生的所有废旧物品由公司配专人统一管理，将废旧物品进行分类，整理登记，并与具有环保资质的回收企业签订回收协议，保证废物在正常渠道回收。公司从废旧物品的收集、存放、处置、定期处理入

账，进行了详尽的记录，确保了对环境不会造成二次污染。

## II-14 环保形象

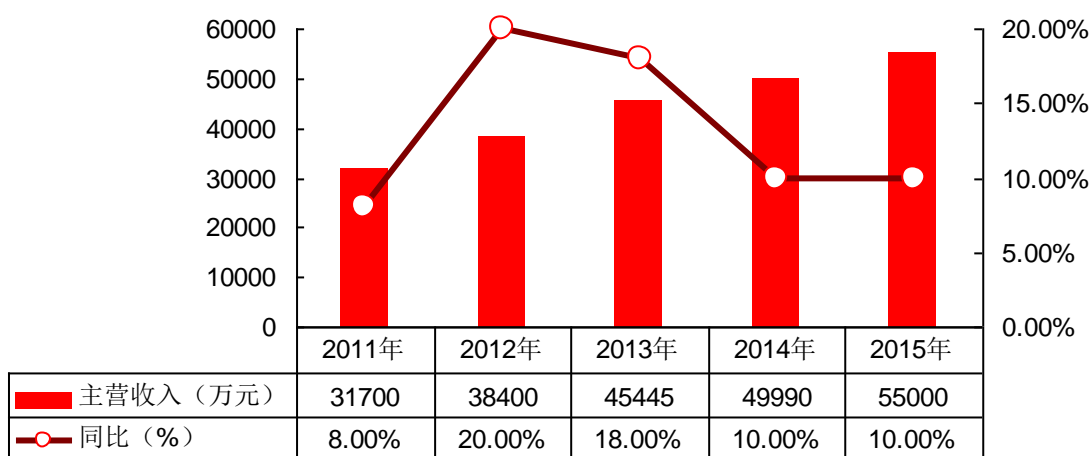
为落实节能减排的社会责任，树立良好环保形象，实现企业降本增效、打造资源节约型的综合信息服务提供商，百联沪东严格遵循国家节能减排法律法规和有关政策，依法接受国家节能减排相关主管部门的监督管理，并根据上级公司关于节能减排规划纲要和计划安排，成立节能减排工作小组，落实综合办公室为主管部门，负责监管和管理，建立原始帐单审核、定期抄表、动态分析、检查考核等制度，对用水、电、煤气及办公用品申领明显增加，无合理理由的部门列入绩效考核。明确规定办公场所、营业窗口空调（夏天气温超过 30 度、冬天低于 10 度方可使用）温度应设置在 25-26 度，空调设备要避免长时间、满负荷运转，各条线分别进行日常检查与抽查，为环保形象奠定了扎实基础。

## 预期与展望

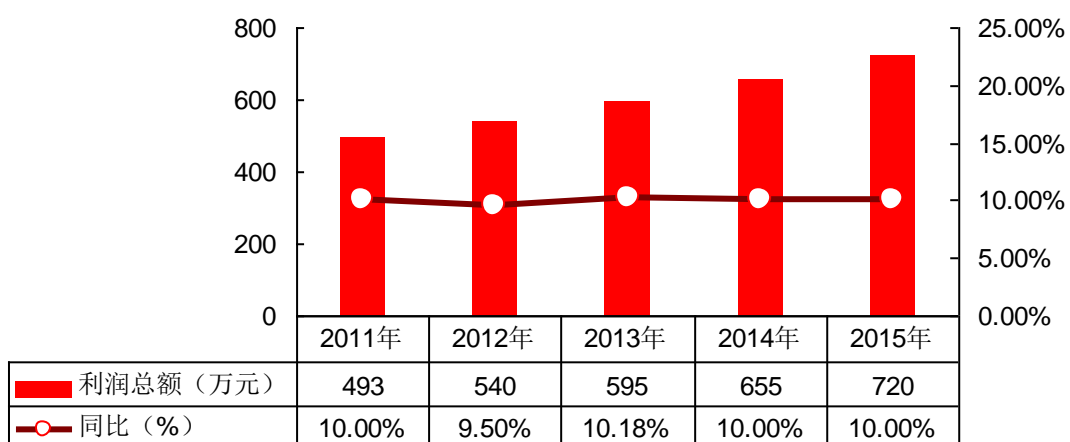
### 一、发展目标的主要经济指标

以 2011-2015 年内各项主要经济指标如下：

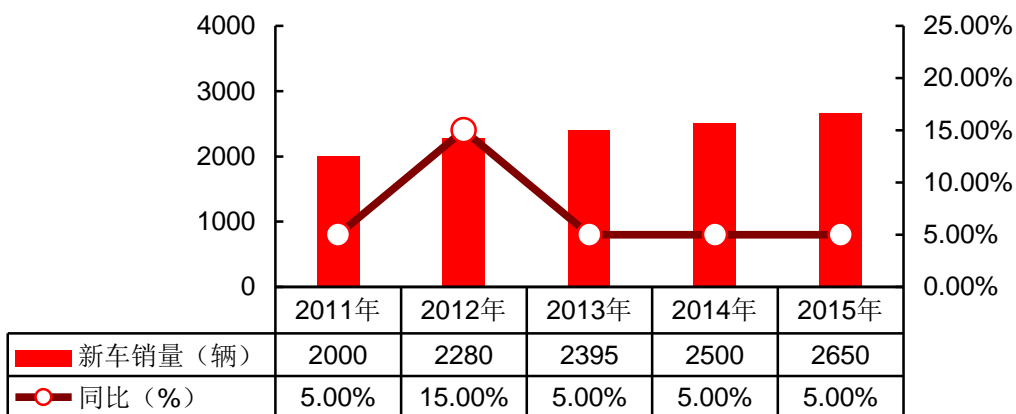
主营收入



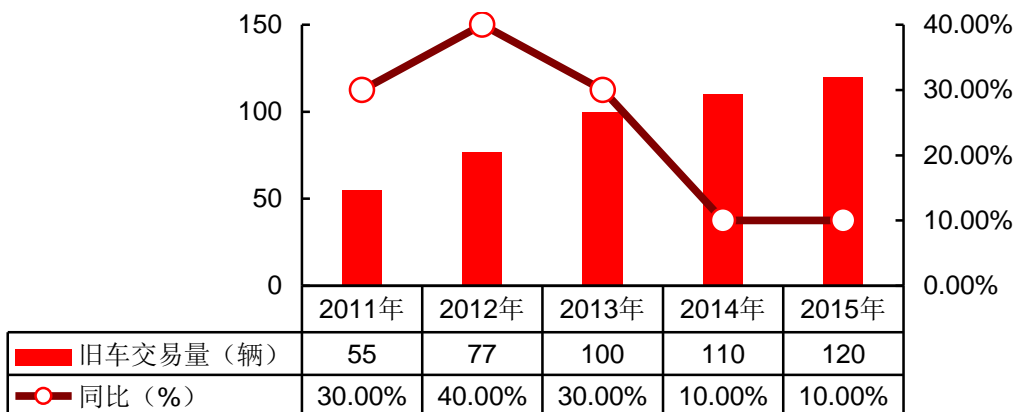
利润总额



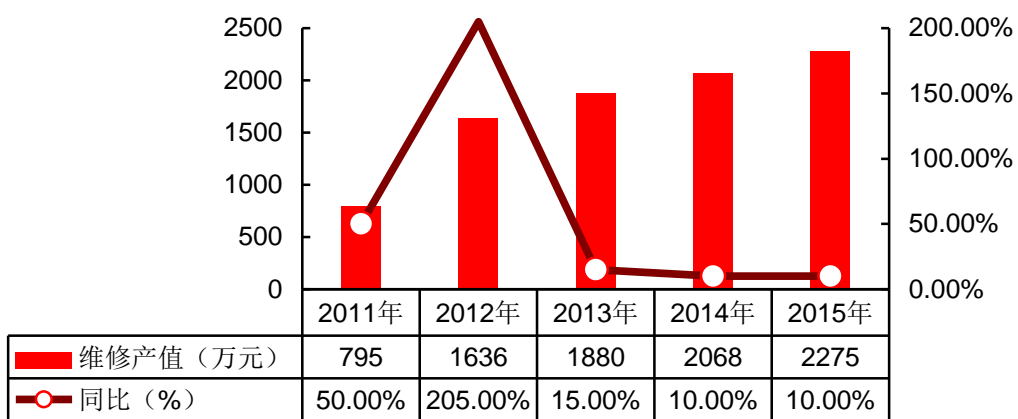
### 新车销量



### 二手车置换



### 维修产值



## 二、工作展望

2013年即将过去，展望未来，公司将继续发挥团队合作精神，群策群力，发扬百联精神，遇强更强，本着“比您期待的更多”这个服务宗旨，主动开拓，保持公司优势一面，有重点的加强和完善薄弱环节，使公司不管是经营业绩还是社会责任方面能上一个新的台阶。

1、提高团队的营销能力，更关注技术服务管理。通过持续推进各项业务增效，增强企业盈利能力，贯彻公司“客户导向”战略，优化企业销售业务流程，提升服务水平，通过加强对相关业务人员的沟通培养，提升企业团队的管理水平和综合素质。通过健全公司各项管理制度，降低经营和业务风险。通过整合公司内部资源，提升业务在行业中的竞争力。

2、加强客户满意度工作的力度，提高客户满意度成绩。客户满意度直接反映了客户对公司的忠诚度，是检验销售、售后工作的重要指标，在今后的工作中一方面要保证客户信息准确性，另一方面要抓住本质，塑造自身良好形象、端正工作态度、加强产品知识和相关业务知识的储备，更好的满足客户需求。

3、加强内部培训工作，特别是涉及一线员工，销售顾问、服务顾问、维修人员能力提升的培训，要定期的、经常的开展。加强各专业部门的继续教育，包括会计工作岗位培训、新进员工岗位培训、安全工作教育等，提升员工技能。

4、做好人力资源开发工作，引进优秀人才，提高企业管理水平。不断优化了职工队伍素质。鼓励员工岗位成才，积极培养职工

“岗位学习、岗位成才、岗位创新、岗位奉献”的理念和意识，强调每个岗位都是工作流程上的一个重要环节和关键点，创新就是岗位赋予每个员工的责任和使命。

## 5、环境责任愿景

(1) 培养全员环保意识：通过组织员工学习有关环保知识，进行全员培训，使员工牢固树立环保意识。通过专题讲座、观看录像等方式的学习，形成环保共识。

(2) 组织参与各类环保活动：工会组织员工开展环境保护知识问答，在“世界环境日”和“世界地球日”和植树节中，加大力度宣传环保信息，组织开展为环保事业献计献策和开展清理白色垃圾等活动，营造“保护环境、人人有责”的良好氛围。

## 6、社会责任愿景

我们希望通过自身的努力，在诚实守信、开拓创新、精益求精的基础上成为最具实力、最有影响力、最受人尊敬的汽车销售服务公司。

对消费者：不断提高产品和服务品质，持之以恒地改进创新，满足消费者的需求，超越消费者的期望。

对员工：积极为员工提供合理的报酬、学习培训的机会、多元化的发展道路、良好的工作氛围。

对社会：关爱社会、关注环境、支持公益事业。

对合作伙伴：与各类合作伙伴相互尊重、协同互助、合作共赢。

**前方的路还很长，我们还会继续努力，不断成长。**

## 百联沪东 2013 年大事记

2013 年 2 月荣获 2012 年度上海大众六星级经销商

2013 年 2 月评审通过上海市工人先锋号

2013 年 5 月 13 日公司正式开始实施职工工龄满一年可参加公司举办的二年一次疗休养活动

2011 年-2012 年度的上海是青年文明号

2013 年 7 月百联沪东售后服务部荣获 2011-2012 年度百联集团先进集体表彰

2013 年 7 月百联沪东销售顾问刘伟获百联集团 2011 年---2012 年度销售状元称号。

2013 年 7 月 24 日完成 ISO9001 质量管理体系第三次监督审核

2013 年 8 月 百联沪东售后部茹煜晟获物贸股份服务明星称号

2013 年上半年百联沪东在上海大众经销商能力审核考评中，获得全国第一名的成绩。

2013 年 8 月百联沪东继续获 2011 年---2012 年度上海市文明单位称号。

2013 年 4 季度获上海大众授权在上海地区唯一一家可以经销大众进口车辆的大众特许经销商。



## 2012-2013 年度百联沪东荣誉汇总

### 2012-2013 年荣获的市级荣誉：

2011 年-2012 年度上海市文明单位；  
2011 年-2012 年度的上海市青年文明号；  
上海市巾帼文明岗（百联沪东关爱部）；  
上海市安全生产标准化二级企业；  
上海市“诚信创建企业”称号；  
上海市工人先锋号。

### 2012-2013 年荣获的行业荣誉

上海大众“六星级”经销商；  
上海大众经销商能力审核考评中，获得全国第一名的成绩；  
2013 年 4 季度获上海大众授权在上海地区唯一一家可以经销大众进口车辆的大众特许经销商。

### 2012-2013 年荣获的集团级荣誉

公司党支部获评百联集团创先争优先进党支部；  
售后服务部荣获 2011-2012 年度百联集团先进集体表彰；  
销售部刘伟获百联集团 2011 年---2012 年度销售状元称号；  
公司党支部获物贸股份公司党委授予党员“素质优、业绩优”活动示范区；  
售后部茹煜晟获物贸股份服务明星称号。