

全国团体标准信息平台

中国缝制机械协会
团体标准
缝制机械行业售后服务标准
T/CSMA 001—2017

*

中国轻工业出版社出版发行
地址：北京东长安街6号
邮政编码：100740
发行电话：(010) 85119832/38
网址：<http://www.chlip.com.cn>
Email：club@chlip.com.cn

轻工业标准化编辑出版委员会编辑
地址：北京市西城区月坛北小街6号
邮政编码：100037
电话：(010)68049926

*

版权所有 侵权必究
书号：155019·5207
印数：1—200册 定价：50.00元

全国团体标准信息平台

ICS 61.080
分类号: Y 17

T/CSMA

中国缝制机械协会团体标准

T/CSMA 001—2017

全国团体标准信息平台

缝制机械行业售后服务

After-sales service of the sewing machinery industry

全国团体标准信息平台

2018-09-20 发布

2018-11-01 实施

中国缝制机械协会 发布

前 言

本标准按照GB/T 1.1—2009给出的规则起草。

本标准由中国缝制机械协会提出并归口。

本标准起草单位：中国缝制机械协会市场工作委员会、杰克缝纫机股份有限公司、南京裁圣缝纫设备有限公司、广东省缝制设备商会、常州市祥泰针车有限公司、河北蓝天缝制设备有限公司、江苏时代服装机械实业有限公司、西安标准工业股份有限公司、浙江中捷缝纫科技有限公司、中山市华辰机电科技有限公司、香港溢达集团等。

本标准主要起草人：杨晓京、杨明才、李锦洪、黄贵、邵力世、陈新华、杜时洪、秦晓东、郭卫星、徐仁舜、王克勋等。

本标准为首次发布。

全国团体标准信息平台

缝制机械行业售后服务

1 范围

本标准规定了缝制机械行业售后服务的术语和定义、生产厂家和经销商的责任与义务、设立服务机构的基本要求、售前服务、售中服务、售后服务、整厂解决方案、质量承诺、基本要求、退换货制度、用户的责任、缝制机械售后服务标准的执行与评价等。

本标准适用于从事缝制机械售后服务的各种服务组织和从业人员开展相关售后服务和管理活动。

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 16784 工业产品售后服务 总则
- GB/T 16784.2 工业产品售后服务 第2部分：维修
- GB/T 16868 商品经营服务质量管理规范
- GB/T 19001 质量管理体系 要求
- SB/T 10401 商品售后服务评价体系
- SB/T 10409 商业服务业顾客满意度测评规范

3 术语和定义

下列术语和定义适用本文件。

3.1

缝制机械 sewing machinery

用于服装、鞋帽、箱包等制作的专用缝纫机械，以及生产加工各种面料服装、鞋帽所包括的铺布、裁剪、整烫、输送管理等机械和羽绒加工设备。

注：缝制机械按缝纫功能分为平缝机、包缝机、绷缝机、订扣机、锁眼机、套结机、花样机、电脑绣花机、开袋机、模板机和其他缝制机械等。

3.2

服务 service

在对用户提供的有形产品或无形产品上所完成的，为使用户满意或得到良好感知的方法和活动。

3.3

整厂解决方案 whole plant solution

以用户需求为中心，以扩大销售和提供增值服务为目的，以提供产品销售、相关技术服务、维修保养服务、使用培训服务、金融保险服务等系列服务为手段的完整规划和解决方案。

3.4

生产厂家 manufacture factory

缝制机械生产制造企业。

3.5

经销商 dealer

缝制机械最终销售及服务方。

3.6

质量保证期 quality guarantee period

经拆装或维修等服务后，在用户正常使用的情况下，经销商或生产厂家保证该服务的质量的的最短时间区间。

3.7

延保服务 the extended warranty service

在质量保证期外，为其提供延长保修时间或扩大保修范围的独立服务。

4 责任与义务

4.1 生产厂家

4.1.1 建立明确的售后服务标准及流程，使之具有可操作性、可服务性、规划并建立维修服务体系，保证实现服务的保障性和完整性。

4.1.2 及时向经销商、用户传达服务活动相关信息，接受经销商或用户的服务请求，并提供咨询服务及投诉受理，认真履行与经销商或用户达成的各种缝制机械维修承诺。

4.1.3 协调、管控与自己签约（特约或授权委托）的经销商为用户提供相应的服务，及时向经销商提供相应技术和保障资源，监督和了解服务进程，监控维修质量。

4.1.4 新产品投入市场时，生产厂家应提供培训及技术支持。

4.1.5 根据市场需求，为提高海外用户服务满意度，宜在海外重点市场设立办事处，每个办事处配备一定比例的零配件，并提供高效率的当地应急服务及产品培训。

4.2 经销商

4.2.1 当用户提出服务请求时，经销商应即时响应。

4.2.2 缝制机械销售之后1年内，对于正常使用过程中发生的故障，经销商应提供无偿服务。

4.2.3 保修期内对有需要的用户应提供无偿培训。

4.2.4 配合生产厂家不定期开展各种培训活动及为用户提供各种增值服务。

4.2.5 经销商对超过保修期的缝制机械可提供延保服务。

5 设立服务机构的基本要求

5.1 机构设置

服务组织和服务者为实现售后服务的保障性和完整性，应设置与服务规模、业务范围、服务能力相适应的服务体系和监管职能机构。符合GB/T 16784、GB/T 16784.2及国家有关工业产品售后服务的各项规定和有关要求。

5.2 从业人员

5.2.1 配备服务人员，人员数量应满足服务需求。

5.2.2 对各类服务人员，应按国家有关规定，获得并持有相应资质的职业资格证书上岗。

5.2.3 根据岗位需要，对服务人员提供必要的业务技能培训。

5.3 营业场所

5.3.1 基本条件

服务安全设施、卫生设施和环境设施要求按GB/T 16868中的相关规定执行。

5.3.2 基本设施

5.3.2.1 拥有与业务范围、服务能力相适应的营业场所。

5.3.2.2 服务场所应清洁、整齐，光线明亮，空间充分。应设立独立的维修区，便于用户观察。有条件的服务机构宜设立用户休息区。

6 销售服务

6.1 售前服务

- 6.1.1 制定具体的服务流程和规范。
- 6.1.2 明示售前服务的方式、时限、内容、投诉处理流程、争议解决办法等。
- 6.1.3 为产品提供说明，真实、准确地介绍其性能、品质特点、使用保养方法等。
- 6.1.4 产品宣传内容应真实，不应误导、欺骗用户。
- 6.1.5 生产厂家可配合经销商走访有购买意向的用户。
- 6.1.6 制定流水线工艺流程，提供售前整厂设计。

6.2 售中服务

- 6.2.1 所售产品应明码标价，遵照国家有关规定（如《禁止价格欺诈行为的规定》），杜绝以假充真、以次充好的行为。
- 6.2.2 销售人员应熟悉所售产品的特性、质量标准及计价单位和单价等，正确地向用户做产品介绍，解答询问，协助选购。
- 6.2.3 提供产品销售单据（含发票或销售清单），准确填写产品名称、数量、价格，并由用户确认。
- 6.2.4 对于销售过程中发生产品变更情况，应分别登记，写明更改前后的质量、规格、等级等特征。
- 6.2.5 个性化改装产品时，应与用户明确约定改装要求，按约定提供产品和服务。
- 6.2.6 生产厂家可配合经销商跟踪用户使用机器的情况，并给予培训。

6.3 售后服务

- 6.3.1 根据所售产品类别的不同，制定相应的售后服务工作流程（参见附录A）。
- 6.3.2 报修上门售后服务操作流程参见附录B。
- 6.3.3 维修服务应遵循以下原则：
 - a) 对产品正常使用过程中出现的机械故障，应提供不小于1年的免费包修期；对电控类应提供不小于2年的免费包修期；
 - b) 应把送修产品维修时可能产生的变化向用户说明，在征得同意后方可进行维修；
- 6.3.4 所售产品应确定退、换货的条件和时限要求，并明示退换货承诺及其制度。发生本标准第11章的情况时，应给予用户退、换货，并按相关规定处理。
- 6.3.5 产品维修或改动后发生质量、品质等方面争议，应先按国家相关标准的规定进行处理，若无标准可遵循时，由双方协商解决。
- 6.3.6 设立用户信息反馈渠道，以改进产品的设计和品质，提升服务水平。
- 6.3.7 建立用户信息管理系统。维护用户关系，提高用户满意度。用户满意度测评按SB/T 10409执行。
- 6.3.8 对企业售后服务水平的综合评价按SB/T 10401执行。
- 6.3.9 在生产厂家及经销商有完善的标准以及建立质量管理体系后，组织内部应建立自我评价体系，自我评价应符合GB/T 19001的有关规定。

7 整厂解决方案

7.1 方法

7.1.1 技术咨询服务

针对不同类型和规模的用户以及用户订单不同的款式推荐方案，积极与用户就工艺、设备、技术等互动和探讨，取得用户的支持、信任与认可。

7.1.2 维修、保养、培训服务

通过传统的快速维修响应服务和网络远程服务，促成机修工和设备用户的快速联系与沟通，最终实现可视化的远程诊断来完成维修、保养、培训服务。

7.1.3 融资、租赁服务

向用户提供高附加值的融资、租赁解决和配套方案，成为用户值得长期信赖的合作伙伴。

7.2 流程

7.2.1 前期调研、诊断

了解用户和工厂的具体情况，分析优劣，出具调研方案。

7.2.2 整体规划

根据前期调研、访谈，结合用户工厂的具体情况给出专业的整体规划方案。

7.2.3 会议讨论

同用户工厂项目负责人团队讨论，确认整体规划方案的可行性，结合双方专业意见进行调整、完善。

7.2.4 签约确认

双方认可整体规划方案后，起草合同，签字确认，项目正式成立。

7.2.5 专家进驻

签约后，根据约定，派遣专家进驻用户方，为用户提供及时的诊断与服务。

7.2.6 定期反馈

项目组定期开会，对现阶段的项目完成情况进行及时对标诊断、分析。

7.2.7 项目结束

项目结束后，根据协议约定，对标其结果，确保用户工厂各项指标提升情况同约定协议相吻合。

8 基本要求

8.1 缝制机械服务、技术咨询基本要求

8.1.1 经销商在将缝制机械交给用户前，应保证设备完整。

8.1.2 经销商应仔细检查缝制机械的外观，确保外观无划伤及外部装置齐全。

8.1.3 经销商应对缝制机械的性能进行测试，确保设备符合出厂交付要求。

8.1.4 经销商应保证缝制机械的辅助装置的功能齐全。

8.2 维修保养、故障排除基本要求及必要的技术培训

8.2.1 生产厂家应向经销商提供专业的保养、维修（机械或电控）培训及培训资料，并对经销商进行测评，对通过培训测评的经销商，颁发合格证书。

8.2.2 经销商有责任向用户介绍缝制机械的性能、使用常识、保养常识、保修规定和注意事项。

8.2.3 经销商应向用户提供相应产品的机械、电控维修资料或手册，并根据用户需求，给予培训与指导。

8.2.4 经销商应向用户提供服务热线或互联网联系方式，公布相关的技术沟通平台。

8.2.5 经销商应及时解答用户在产品使用中所遇到的问题。

8.3 缝制机械维修质量

维修质量应符合相关产品的标准要求（改装机器/人为因素/自然因素等特殊要求除外）。

8.4 服务公约

8.4.1 礼貌接待每一位用户，耐心听取用户提出的各种问题和意见，并给予热情的解答；认真仔细地进行故障诊断，快捷周到地办理设备维修手续，倾听用户对设备故障的描述并进行记录，检查设备外观、附件。

8.4.2 维修人员完成对用户维修配件需求的查询工作后，对用户详细解释项目及收费标准，倾听用户要求，与用户达成共识，并签字确认。

8.4.3 涉及有偿服务收费时，应进行协商，实行明码标价，合理收费，开具维修单，列明维修项目、费用、验收时间等，建立健全维修服务档案。

8.4.4 应使用或出售各类合格配件。

8.4.5 不应擅自增加未经用户同意的各类维修项目，完工后实行自检、交付检验，严格把关，确保维修质量。对维修竣工出厂的设备执行质量保证期制度。在质量保证期内，对用户按正常操作规程及正常保养情况下出现的质量问题应免费返修。

8.5 保修原则

用户在严格按产品使用说明书、保养手册规定进行使用的前提下，由于产品因设计、制造和材料等质量问题而引起机件损坏，经鉴定，确属该设备生产厂家责任，生产厂家应给予保修服务。

8.6 保修期限及项目

从交付设备之日起，最高保修期限应按生产厂家规定，并按不同项目规定的保修期限对设备进行保修。保修期以各设备保养手册规定为准。

8.7 保修基本要求

8.7.1 整台设备保修

8.7.1.1 生产厂家所提供的整台设备的有限保修，具体条件应按生产厂家规定，不少于1年。

8.7.1.2 生产厂家所提供的设备电控部分的有限保修，具体条件应按生产厂家规定，不少于两年。

8.7.1.3 生产厂家所提供的台板、脚架部分的有限保修，具体条件应按生产厂家规定，不少于半年。

8.7.1.4 生产厂家所提供的设备气控部分为有限保修，具体条件应按生产厂家规定，不少于1年。

8.7.1.5 生产厂家应保障供应：设备停产后3年内的零配件。

8.7.2 配件保修

8.7.2.1 所有设备的易损件包括：机针、针头、针板、弯针、压脚、送布牙、针杆、动定刀、护针片、旋梭、梭心套及相关附件，剪刀刀具，螺丝、弹簧、一切塑胶件等，以及双方根据实际情况约定的零部件。

8.7.2.2 经销商在向用户提供配件时，在保修期内将根据生产厂家的规定，一般齿轮、螺钉类保修3个月；轴、连杆、曲柄类保修1年，易损件不在保修范围内。

8.7.2.3 对用户付费购买的配件，经销商应根据生产厂家的规定给予保修。

9 退换货制度

9.1 在正常情况下，使用不到1个月，有较严重机、电、气问题，而影响正常使用的，现场无法修复，可无理由换货。

9.2 在正常情况下，使用未满1年，设备若有影响产品功能的故障长时间未能得到解决，同时生产厂家的技术人员也未能解决的，应予以更换或适当延长保修期限。

10 用户的责任

10.1 用户应在经销商或生产厂家处进行必要的信息备案。

10.2 用户机械在发生故障需要保修时，应即时通报经销商，并出示相关单据。

10.3 用户应向生产厂家或经销商提供产品使用情况的信息反馈。

11 服务质量跟踪

11.1 建立完善的用户设备技术档案，对设备进行售后、维修保养后的服务质量跟踪。

11.2 对用户有关质量或服务方面的问题，应在1天内予以解答，必要时提出纠正措施。

11.3 授权经销商提供维修服务后，应在1个月内进行首次质量跟踪。

11.4 填写《用户信息反馈及处理情况跟踪表》（参见附录表C.1），交经销商有关部门受理。经销商应将处理情况及时通报用户。

12 信息反馈

- 12.1 经销商应及时与用户保持信息传递与反馈。
- 12.2 经销商应通过多种渠道向用户采集、反馈相关信息。
- 12.3 经销商应保证对用户的信息传递迅速、准确、可靠，并履行对用户信息保密的义务。
- 12.4 经销商接到用户的反馈信息应及时记录、解释或解决相关问题，必要时提出纠正措施。
- 12.5 经销商应将生产厂家对设备的相关解释或技术性能改进等方面的说明及时向用户反馈。
- 12.6 用户应如实反映设备质量问题，经销商应及时予以反馈并将处理结果迅速反馈给用户。
- 12.7 生产厂家应及时向经销商提供设备的技术资料、维修手册、配件等相关信息，同时对设备的相关问题提供必要的技术支持，并协助经销商对用户提出的问题予以解答或解决。

13 服务质量投诉、纠纷处理基本要求

- 13.1 用户投诉时，经销商接待人员应认真填写《用户投诉处理表》（参见附录表C.2），并交经销商有关部门受理。
- 13.2 有重大质量投诉时，经销商应及时与生产厂家负责人或技术支持人员联系，并在短时间内回复用户。
- 13.3 经销商应将投诉处理结果尽快告知厂方区域负责人或技术支持中心。
- 13.4 服务质量纠纷处理：当用户与经销商发生纠纷时，用户可与经销商协商解决；也可向当地人民法院起诉或向当地消费者组织申请调解。

14 售后服务标准的评价

14.1 建立内部质量管理自我评价体系

在每一个供应商或售后服务商有完善的标准以及建立了质量管理体系后，组织内部应建立自我评价体系，自我评价应符合GB/T 19001的有关规定。

14.2 建立服务质量社会评价体系

在实施服务标准的基础上，应开展服务质量、服务方式和服务效果的社会评价，社会评价包括：

- a) 开展用户满意度调查；
- b) 利用广播、电视、网络、自媒体及缝制机械行业报刊公布服务质量评价结果；
- c) 消费者组织、市场监管部门开展对服务质量的监督评价。

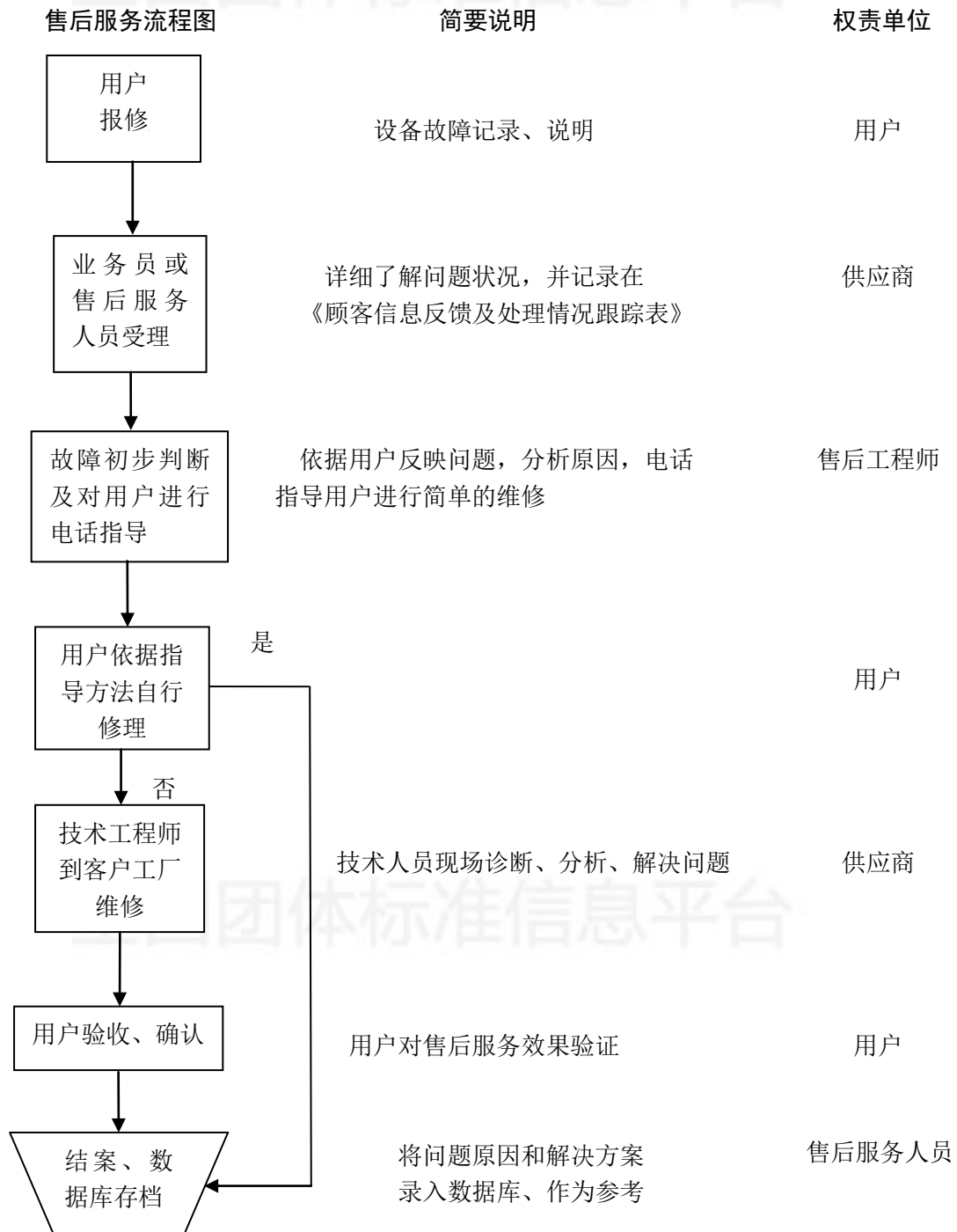
14.3 建立服务质量认证体系

在缝制机械售后服务标准顺利推行基础上，行业可逐步建立服务质量认证体系，如维修技术人员的技能资格认证、售后服务机构的资格认证等。

全国团体标准信息平台

附 录 A
(资料性附录)
售后服务工作流程

售后服务工作流程如图A.1所示。



图A.1 售后服务工作流程

附录 B
(资料性附录)
报修上门售后服务

B.1 预约

B.1.1 生产厂家、经销商维修人员在维修前应及早且至少提前1天与用户预约上门服务时间，用户同时留下固定、移动电话的，在与用户联系时，应先拨打固定电话。

B.1.2 生产厂家和经销商及各维修人员在内部规定的维修服务承诺时间内，应尽可能满足用户的需求。

B.1.3 维修前应确认：

- a) 产品信息、购买日期及地点；
- b) 用户信息及详细联系方式。需明确为用户信息保密；
- c) 产品拆装和维修服务信息、上门时间、拆装和维修服务环境（安装位置，特殊要求等）以便拆装和维修专业人员上门服务时，携带好相应的工具和辅料。

B.2 上门准备

B.2.1 出发前检查携带的设备、工具、资料是否齐备规范。

B.2.2 出发前应考虑到与用户约定地址的远近、交通状况等因素，保证准时上门进行售后服务。

B.2.3 当预计到达时间至少比预约上门时间晚5 min时，应立即联系用户，说明原因，表示歉意，告知预计到达时间；因特殊原因不能如约上门时，应立即告知用户，深表歉意，取得谅解；在征得用户同意后，可重新预约上门时间，或与服务组织取得联系，改派其他专业安装人员上门服务；若按预约时间上门，确认用户不在时，应在明显位置贴好留言条，说明情况，注明用户可直接联系电话、联系人，留言条字迹应清晰、用语应规范。

B.3 上门

B.3.1 进门前准备，调整情绪，整理仪容仪表，再次检查携带物品。

B.3.2 按门铃（或敲门），后退静候。

B.3.3 用户接待后，确认用户身份，主动自我介绍，通报姓名、单位名称、工号，出示上岗证。

B.3.4 征得用户同意，穿好鞋套进门。

B.4 维修前

B.4.1 合理摆放工具箱和安全防护用品，检查安全防护用品。

B.4.2 向用户出示维修单，主动请用户监督维修服务质量。

B.4.3 需要收取费用的应事先向用户告知说明，并出示收费价目表、收费手册、维修服务手册及收费依据，征得用户同意。

B.5 维修中

B.5.1 遵守维修服务技术规范，保证维修技术质量，提高工作效率，严格遵守操作规程，保障自身安全。

B.5.2 听取用户提出的合理拆装和维修建议。

B.5.3 服务过程中应设身处地为用户着想，最大限度减少给用户带来的麻烦。

B.5.4 主动、耐心、全面地介绍产品使用和维护保养知识。

B.6 维修后

B.6.1 清扫现场保持原卫生状况。

B.6.2 主动请用户监督，检验拆装和维修质量。

B.6.3 向用户收取费用，开具收据。

B.6.4 请用户评价，确认，征询用户是否方便接受回访。

B.6.5 向用户使用规范的道别语道别。

表B.1 报修上门售后服务操作流程

序号	工作步骤	工作标准
1	信息用户确认	保证用户信息准确，用户信息包括：用户姓名、地址、联系电话（或传呼、手机等）、产品型号、购买日期、故障现象、用户要求等
2	对用户信息进行分析	根据用户反映的故障现象分析可能故障原因、维修措施及所需备件
		根据用户地址、要求上门时间及自己手中已接活的情况分析能否按时售后服务
		此故障能否维修？
		此故障能否在用户处维修？是否需拉回公司维修？是否需提供周转机？
3	联系用户	确认上门时间、地址、产品型号、购买日期、故障现象等
		属用户误报或使用不当造成故障的，电话咨询指导使用
4	物料及工具准备	带好相应工具、备件（或周转机）、保修记录单、收据、收费标准、留言条、上岗证、垫布以免弄脏用户的東西
5	出发	出发时间要提前 1 h 根据约定时间及路程所需时间确定，以确保到达时间比约定时间提前 5 min~10 min
6	路上	在路上不出现堵车或意外的情况下，应确保到达时间比约定时间提前 5 min~10 min
7	进门前的准备工作	仪容仪表检查，保证（详见仪容仪表规范）：穿工作服且正规整洁，仪容仪表清洁、精神饱满，眼神正直热情、面带微笑
8	穿鞋套	先穿一只鞋套，踏进用户家门，再穿另一只鞋套，踏进用户家门
9	放好工具箱	找到一个靠近产品的合适位置，在保证工具箱不弄脏地面的前提下放好工具箱，取出垫布铺在地上，然后将工具箱放在垫布上。安装时，用盖布盖好附近可能因安装而弄脏的物品

表B.1 (续)

序号	工作步骤	工作标准
10	耐心听取用户意见	耐心听取用户意见，消除用户烦恼 服务语言规范要求：语言文明、礼貌、得体，语调温和、悦耳、热情，吐字清晰，语速适中
11	故障判断	准确判断故障原因及所需更换的零部件，若超保产品，则向用户讲明产品超保需收费，征得用户同意并出示收费标准
12	故障诊断	<p>a) 严格按公司下发的相关资料，迅速排除产品故障；</p> <p>b) 能在用户处修复的现场修复；</p> <p>c) 不能在用户处维修的，委婉向用户说明需拉回公司维修，并提供周转机；</p> <p>d) 对需拉回公司维修产品外观进行检查，出示欠条并签字；</p> <p>e) 若安装产品，则安装前应与用户商量安装位置，尊重用户意见，但如果用户意见违背安装安全规范，则应向用户说明可能会出现隐患，请用户再斟酌，但最后的意见一定由用户来确定；</p> <p>f) 工作言行规范：</p> <p>1) 维修使用到的工具、工具包、备件等物品或从产品上拆卸下的一切物品应放在垫布上；</p> <p>2) 尽可能不借用用户物品，特殊情况下如需借用，则应事先征求用户同意；</p> <p>3) 若需移动用户摆放的物品，应事先向用户说明，并征求同意；</p> <p>4) 使用用户的凳子或其他物品时，应事先征得用户同意，踩踏时应用垫布防护；</p> <p>5) 绝对禁止在用户处抽烟、吃饭、留宿；</p> <p>6) 进行产品或家具搬运时，不应在地板或地毯上推来拖去；</p> <p>7) 损坏用户物品应照价赔偿</p>
13	试机通检	保证产品修复正常，且无报修外的其他故障隐患
14	指导使用	对用户技术人员及车工进行产品的基本使用常识及保养常识的培训
15	产品清擦及现场清理	将产品恢复原位，用自带干净抹布将产品内外清擦干净，并清擦地板，清理维修工具
16	征询用户意见	详细填写保修记录单内容，让用户对产品的维修质量和服务态度进行评价，并签名（若必要，故障原因及维修措施这两栏可不填，等返回到维修部后再进行填写）
17	回访	对没有彻底修复把握的用户信息，维修工3h后回访（正常情况下由呼叫中心统一回访）
18	信息反馈	将《用户信息反馈及处理情况跟踪表》当天反馈至网点信息员处，网点信息员当天将用户结果反馈呼叫中心

附 录 C
(资料性附录)
用户信息反馈及投诉处理

用户信息反馈及处理情况跟踪参见表C.1。

表 C.1 用户信息反馈及处理情况跟踪表

表单编号：

单位：	地址：	电话：
联系人：	购买日期：	报修日期：
设备型号：	设备数量：	
设备故障（异常）描述：		
原因分析：		
解决方案：		
用户评价：		
更换零件及费用：	其它费用：	维修工程师确认： 用户确认：
回访记录：		
回访人员：		

用户投诉处理参见表C.2。

表C.2 用户投诉处理表

表单编号：

用户名称		投诉人姓名		投诉电话 (传真)		
投诉事件： 投诉人要求： 记录人：						
投诉事件调查结果： 调查人：						
事件处理结果： 处理人：						
用户反馈	处理结果： 满意 <input type="checkbox"/> 基本满意 <input type="checkbox"/> 不满意 <input type="checkbox"/> 处理速度： 满意 <input type="checkbox"/> 基本满意 <input type="checkbox"/> 不满意 <input type="checkbox"/>				用户确认	