



劳动和社会保障部职业技能鉴定中心
汽车维修专项技能认证指定教材

QICHE LINGPEIJIAN GONGYING YU JINGXIAO

汽车零部件供应与经销

全国汽车维修专项技能认证技术支持中心编写组 编写



教育科学出版社

劳动和社会保障部职业技能鉴定中心
汽车维修专项技能认证指定教材

汽车零部件供应与经销

全国汽车维修专项技能认证技术支持中心编写组 编写

教育科学出版社

· 北 京 ·

责任编辑 刘 进
版式设计 尹明好
责任校对 徐 虹
责任印制 曲凤玲

图书在版编目(CIP)数据

汽车零配件供应与经销/全国汽车维修专项技能认证
技术支持中心编写组编写. —北京: 教育科学出版社,
2004.6

劳动和社会保障部职业技能鉴定中心汽车维修专项技
能认证指定教材
ISBN 7-5041-2715-9

I. 汽... II. 全... III. 汽车-零部件-供销-职
业技能鉴定-教材 IV. F766

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2003)第 120450 号

出版发行	教育科学出版社	市场部电话	010-62003339
社 址	北京·北三环中路 46 号	编辑部电话	010-82085274
邮 编	100088	网 址	http://www.esph.com.cn
传 真	010-62013803		
经 销	各地新华书店		
印 刷	保定市印刷厂		
开 本	787 毫米×1092 毫米 1/16		
印 张	20	版 次	2004 年 6 月第 1 版
字 数	400 千	印 次	2004 年 6 月第 1 次印刷
定 价	49.00 元	印 数	1—5 100 册

如有印装质量问题,请到所购图书销售部门联系调换。

若读者欲了解更多有关本系列教材的信息,敬请登录中车在线网 www.713.com.cn

本书所有源自美国米切尔(Mitchell)汽车维修数据库的图形和数据,均获得北京中车行
高新技术有限公司授权编辑使用。版权所有,违者必究。

“汽车维修专项技能认证” 教材编委会

主任：陈宇 白建伟 王凯明

副主任：陈李翔 王小宇 刘波 吴友生

编委：（以姓氏笔画为序）

王凯明 王海燕 邓维恭 王琰 龙凤丝 白建伟

朱兵 朱军 李京申 刘波 吴友生 陈宇

陈蕾 张巍 俞世光 段淑兰 桑桂玉 渠桦

魏俊强

组织策划：白建伟

技术总监：王凯明

主编：李京申 刘波

副主编：朱兵 吴友生 王琰

作者：王琰 郑裕坤 张绍梅 吕瑞华 吴友生

余廷敏 徐晓



陈宇 教授

中国就业培训技术指导中心主任

劳动和社会保障部职业技能鉴定中心主任

汽车业是推动科学技术发展的龙头产业，也是推动国民经济发展的支柱产业。自我国政府在“十五”计划中提出“鼓励轿车进入家庭”的政策以来，我国汽车保有量持续以超过 10% 的年增长率激增，现已达到 2000 万辆。2002 年国内汽车市场出现罕见的“井喷”行情，产销数量均突破 320 万辆，增幅均超过 30%。显然，汽车现在不仅是生产和运输的工具，而且正在成为居民家庭的大型耐用消费品。由于汽车使用于相对不稳定和不可预测的复杂环境中，故障和碰撞随时可能出现。因此，对汽车的保养、维护和修理成为不可缺少的环节。汽车修理业与汽车业共生共荣，我国汽车业的大发展必将促进汽车修理业的大发展。

目前，我国汽车修理业有各类企业 20 万户，从业人员 240 万人，尽管已初具规模，但和迅速发展的汽车用户市场相比不很适应；特别是汽车修理业队伍的素质，距离社会实际需要相差更远。据统计，70% 以上的从业人员只具有初中文化水平，在修理工人中真正掌握了诊断汽车故障能力的优秀技工不足 20%。有的汽车维修站点甚至坑骗顾客，在一些经济发达地区汽车维修投诉成了消费投诉的热点之一。究竟到哪里才能找到合格的汽车维修站点和维修人员，成为一个社会关切的问题，而“买车容易修车难”的状况有可能阻碍汽车业的进一步发展。加强汽车修理业建设，提高维修人员职业素质、

技术水平和业务能力，进一步强化汽车维修人员的资格认证制度已成当务之急。

2002年3月，劳动和社会保障部颁布《招收技术工种从业人员规定》(中华人民共和国劳动和社会保障部令第6号)。这个规定指出：“国家实行先培训后上岗的就业制度。用人单位招用从事技术复杂以及涉及到国家财产、人民生命安全和消费者利益工种(职业)的劳动者，必须从取得相应职业资格证书的人员中录用。”这个规定同时公布了首批87个实行就业准入控制的工种(职业)的目录，其中就包括了汽车修理工。显然，这个规定适应了社会需要，对汽车修理工的培训和认证工作将起重大推进作用。

我们需要指出的是，汽车是集现代科学技术之大成的产品，科技含量高，发展变化快。现代汽车正迅速向信息化、数字化、绿色化方向发展。电喷电控技术、机电一体化技术，动力和尾气处理系统清洁技术等都给汽车维修不断带来新课题；汽车维修企业的管理也出现许多新特点。显然，陈旧固定、一成不变的资格标准和培训教材已远不能适应急剧变化着的汽车维修技术的要求。为此，劳动和社会保障部培训就业司、劳动和社会保障部职业技能鉴定中心组织国内有关专家，同北京中车行高新技术有限公司合作，参照国际先进经验，在《汽车修理工国家职业标准》的基础上，制定了《汽车维修专项技能认证标准》，同时编写了相应的培训教材，推出了汽车维修专项认证活动，以解当前培训和认证工作的燃眉之急。

《汽车维修专项技能认证标准》和《汽车维修专项技能认证教材》遵循了近年来我国职业培训和职业技能鉴定工作领域推行的“以职业活动为导向，以职业技能为核心”的指导方针，按照职业功能分析方法，把汽车维修工作划分为“汽车故障诊断与维修”，“汽车碰撞修复”，“汽车配件供销与汽车估损”和“汽车维修企业管理”等5个领域，8个专项认证资格，共14个培训和考核项目。这不但是我国汽车维修培训考核认证的新尝试，也是职业资格培训认证工作的新尝试。我们的目的就是要使国家职业培训和技能鉴定工作更加贴近生产，贴近企业，贴近市场和用户的实际需要。同时，填补科技发展和管理进步带来的培训认证领域的空白。

国内外职业培训和技能鉴定的大量实践表明，标准化、功能化、模块化

的培训认证不但是高效可行的，而且是科学规范的。发达的工业化市场经济国家对技工的培训认证大多采用这种方式，获得了很好的效果。比如著名的美国国家汽车维修技师协会（National Institute for Automotive Service Excellence, ASE）的汽车维修技工资格认证就采用了模块化培训和考试方式。1994年我曾率团专门访问过 ASE 总部，当时这个机构的总裁和几位副总裁热情地接待了第一个来自中国劳动和社会保障部的考察团。ASE 的考核项目多达 40 余个，涉及到汽车维修的所有领域，现在全美有 40 多万人持有 ASE 证书。美国国家汽车维修技师协会不但对持证技工的技术水平负责，而且对他们的职业道德负责，接受和处理从技术不过硬到乱收费在内的一切投诉。ASE 考试严格、管理到位、证书过硬，投诉极少（约万分之一）。因此，持有 ASE 证书的技工都有一种自豪感，把 ASE 蓝白相间的旗帜插在自己修理站点的大门口，把 ASE 技师证书贴在客户休息区的墙上。开车的人们也纷纷到挂有 ASE 标志的修理站点修车。我当时就想，将来一定要把这些先进方法引进到我国。现在，我高兴地得知，今天推出这个汽车维修专项认证活动，就借鉴了 ASE 的经验，同时汲取了包括著名的米切尔（Mitchell）汽车维修数据库在内的其他国际先进成果。我们的这个愿望现在看来就要实现了。

党的十六大提出了“加快发展现代服务业”的要求。我希望汽车维修专项认证活动及其相关标准和教材的推出，能在加快发展现代汽车维修服务业方面做出自己应有的贡献，让我们预祝这项活动获得圆满成功，并预祝我国汽车维修业的队伍建设更上一个新台阶。

编者助话

近几年,我国汽车产销两旺的局面带动了汽车配件行业的迅猛发展,全国汽车配件交易量的增长速度很快,配件行业提供的就业机会也在不断增多。但是,我国当前的配件从业人员在法律和道德意识、汽车和配件知识、经营和管理经验等方面与行业需求还存在着较大的差距。为了培养更多的、合格的配件人才,促进我国配件行业的健康发展,我们编写了这本《汽车零配件供应与经销》教材。本教材是“汽车维修专项技能认证”(系列)教材之一,是国家劳动和社会保障部职业技能鉴定中心“汽车配件营销师”职业资格证书的指定培训教材。

本书共分九章,第一章为基本知识,简要介绍与配件经营有关的职业道德和法律法规、市场营销基础、安全常识、机械基础、计算机和网络基础等知识,这些都是一个配件营销师必须具备的基本常识。第二章和第三章为汽车配件常识,主要介绍配件类型、材料、术语、专业英语、车辆识别(VIN码)和配件目录检索等知识,这些都是识别车辆和配件的基础知识。第四章讲述汽车结构基础,从配件营销师的工作需要出发简要地介绍现代汽车的构造及相关的配件知识,学好本章是配件营销师提高其专业素质、提高客户信任度的关键。第五章和第六章讲述销售和采购技能,根据配件行业的特点介绍销售和采购方面的知识。第七章介绍库房管理知识,包括出入库、配件保管和计算机化管理等知识。第八章简要介绍配件商务策划方面的知识,实战性和实用性很强。第九章简要介绍了配件管理和商务的电子化,展示了先进的配件电子商务的概念和实际应用情况,这也是我国配件行业发展的必然方向。

本教材注重理论与实践的紧密结合,书中给出了丰富的实例和实物照片,图文并茂,

通俗易懂，是一本实用性、指导性很强的教材。是汽车配件从业人员、汽车修理从业人员、汽车保险从业人员、广大车主、大专院校师生及其他相关人员不可多得的教科书和参考书。

本书在编撰过程中，得到了全国汽车配件行业、维修行业众多知名专家和一线技术人员的帮助，在此表示衷心的感谢。

由于编写时间紧，作者水平有限，书中难免存在一些不足和错误之处，殷切希望广大读者批评指正。

编 者

目 录

第1章 基本知识

1.1 职业道德与法律常识	1
1.1.1 职业道德	1
1.1.2 法律常识	3
1.2 市场营销基础知识	9
1.2.1 市场营销的基本概念	9
1.2.2 市场调查与信息采集	10
1.2.3 分销渠道知识	11
1.2.4 定价策略	12
1.3 安全常识	14
1.3.1 消防常识	15
1.3.2 危险商品安全经营常识	17
1.4 计量单位及转换	19
1.4.1 国际计量单位	19
1.4.2 常用单位的转换	20
1.4.3 汽车配件常用计量单位	20
1.5 量器具使用	21
1.5.1 游标卡尺	22
1.5.2 螺旋测微器	23
1.5.3 塞尺	25
1.6 机械常识	26
1.6.1 基本概念	26
1.6.2 机械传动类型	27
1.6.3 机件联接方式	30
1.6.4 机械识图及公差配合常识	31
1.6.5 金属材料加工工艺常识	33
1.7 计算机及网络基础	34
1.7.1 计算机基础知识	35
1.7.2 网络基础知识	37

第2章 汽车配件常识

2.1 汽车配件类型	39
2.1.1 维修零件	39
2.1.2 附件	41
2.1.3 油液	41
2.2 汽车配件材料	49
2.2.1 金属材料	50
2.2.2 高分子材料	52
2.2.3 陶瓷材料	54
2.2.4 复合材料	55
2.2.5 半导体材料	55
2.3 汽车配件行业术语	55
2.4 汽车配件专业英语	57
2.5 常用的汽车保修工具和设备	60
2.5.1 一般工具	60
2.5.2 动力工具	61
2.5.3 举升工具和设备	62
2.5.4 电子测量工具和设备	63

第3章 车辆识别与配件目录检索

3.1 车辆识别知识	64
3.1.1 基础知识	64
3.1.2 车辆识别代号(VIN)技术	65
3.1.3 VIN 及其他车辆识别技术的特征	73
3.2 配件目录检索	76
3.2.1 配件目录的内容	76
3.2.2 配件编号的规律	77
3.2.3 配件目录检索	80
3.2.4 其他技术服务资料的使用	91
3.2.5 目录维护	92

第4章 汽车结构基础

4.1 发动机(Engine)	93
4.1.1 曲柄连杆机构(Crank and Connecting Rod Mechanism)	94

4.1.2	配气机构 (Valve Mechanism)	101
4.1.3	进气系统和排气系统 (Intake System and Exhaust System)	104
4.1.4	点火系统 (Ignition System)	107
4.1.5	燃油供给系统 (Fuel Supply System 或 Fuel System)	111
4.1.6	冷却系统 (Cooling System)	118
4.1.7	润滑系统 (Lubricating System)	121
4.1.8	排放控制系统 (Emissions Control System)	124
4.1.9	起动和充电系统 (Starting and Charging System)	128
4.1.10	发动机管理系统 (Engine Management System)	130
4.2	变速器和动力传动系统 (Transmission and Power Train)	135
4.2.1	手动变速器 (Manual Transmission)	135
4.2.2	自动变速器 (Automatic Transmission)	141
4.2.3	动力传动系统 (Power Train)	154
4.3	悬架与转向系统 (Suspension and Steering System)	161
4.3.1	非独立悬架 (Non-independent Suspension)	164
4.3.2	独立悬架 (Independent Suspension)	166
4.3.3	转向系统 (Steering System)	170
4.3.4	车轮/轮胎 (Wheels/Tires)	179
4.4	制动系统 (Brake System)	185
4.4.1	行车制动系统 (Service Brake System)	185
4.4.2	防抱死制动系统 (Anti-lock Brake System)	194
4.4.3	驻车制动系统 (Parking Brake System)	195
4.5	电子电气系统与附件 (Electronic and Electric System and Accessories)	196
4.5.1	电气系统 (Electric System)	196
4.5.2	电子系统 (Electronic System)	202
4.5.3	其他附件 (Other Accessories)	207
4.6	空调与暖风系统 (Heating and Air Conditioning System 或 HVAC)	209
4.6.1	空调制冷系统 (Refrigerant System)	210
4.6.2	空调暖风系统 (Heater System)	218
4.6.3	空调调节和通风系统 (Air Conditioning System)	220
4.7	车身 (Body)	224
4.7.1	前保险杠 (Front Bumper)	225
4.7.2	前翼子板 (Front Fender)	226
4.7.3	发动机罩 (Hood)	227
4.7.4	车门 (Door)	228
4.7.5	侧围 (Side Body)	234
4.7.6	后侧板 (Quarter Panel)	236
4.7.7	车顶 (Roof)	237

4.7.8 立柱/槛板/地板(Pillars/Sill Panel/Floor)	238
4.7.9 行李箱盖(Trunk Lid)	241
4.7.10 后保险杠(Rear Bumper)	242

第5章 销售技能

5.1 客户关系与沟通技能	244
5.1.1 客户关系管理	244
5.1.2 客户沟通技能	246
5.2 销售技巧	248
5.2.1 客户需求及心理分析	248
5.2.2 商品介绍	249
5.2.3 抓住成交机会	249
5.3 商品交付	252
5.3.1 货款计算和收付	252
5.3.2 票据管理	253
5.3.3 提货与出库	254
5.3.4 包装与运输	254
5.3.5 使用注意事项及质量保修规定说明	256
5.4 售后服务	256
5.4.1 客户档案的建立与跟踪回访	257
5.4.2 组织客户培训	258
5.4.3 质量保修	258
5.4.4 收集、反馈产品质量信息	259

第6章 配件采购

6.1 市场调查	260
6.2 配件进货渠道及手续	261
6.2.1 进货渠道	261
6.2.2 进货方式与进货量	261
6.2.3 进货业务程序和相关手续	262
6.3 配件鉴别与验收	263
6.3.1 感官鉴别法	264
6.3.2 工具和仪器鉴别法	265

第7章 库房管理

7.1 配件出入库	266
-----------	-----

7.1.1 配件入库	266
7.1.2 配件出库	268
7.2 配件保管	269
7.2.1 配件存放和管理	269
7.2.2 配件养护	270
7.2.3 配件盘存	273
7.3 库房管理现代化	274

第8章 配件商务策划

8.1 营业场地的布置	276
8.2 配件陈列	277
8.3 广告及展示活动	279
8.4 常用商业应用文写作	281
8.4.1 便条和条据	281
8.4.2 介绍信和证明信	281
8.4.3 销售日记和会议记录	282
8.4.4 计划和总结	283
8.4.5 商业合同	283
8.4.6 协议书	283
8.4.7 成交函电	285
8.4.8 索赔书和理赔书	286

第9章 配件管理与商务的电子化

9.1 概述	287
9.2 计算机技术在汽车配件营销领域的应用	288
9.2.1 汽车配件信息查询	288
9.2.2 典型的电子化配件信息查询系统的使用方法	291
9.2.3 汽车配件库房管理	294
9.3 汽车配件电子商务	297
9.3.1 电子商务基本概念	298
9.3.2 电子商务的优点	299
9.3.3 电子商务的分类	299
9.3.4 汽车配件电子商务应用	300

参考文献

第1章 基本知识

人们无论从事什么职业,都应努力全面掌握所在行业的基本从业知识,如职业道德、法律常识、基本行业知识等。作为一名合格的汽车配件销售员,不仅要具有良好的职业道德,还要掌握与汽车配件营销相关的法律常识、机械知识以及安全常识等。从这一章开始我们将结合汽车配件销售行业的特点,简要地阐述与汽车配件销售相关的基本知识。

1.1 职业道德与法律常识

职业道德与法律常识,是从从事一定职业活动的人们首先应该了解和掌握的职业基本常识。如果一个人不了解自己所从事的工作性质和要求,那么他就根本无法把本职工作做好;如果不了解其工作所涉及的法律知识,就很有可能在工作过程中触犯法律,做出违法乱纪的事。

1.1.1 职业道德

职业道德是人们在职业活动中所遵守的行为规范的总称。若要成为一个优秀的从业人员,首先应该树立良好的职业道德。

1. 职业道德概述

职业道德是整个道德体系的基本组成部分之一,职业道德水准的高低对社会生产和社会发展有直接的影响。

职业道德的核心是全心全意为人民服务,职业道德的基本原则是集体主义。爱岗敬业、诚实守信、办事公道、服务群众、奉献社会是社会主义职业道德的基本规范。

行业职业道德规范是与该行业的个性特征相适应的具体的道德行为规范,它要求行业内的从业者在职业活动中应遵循一定的、具有自身职业特征的道德准则和规范,其中包括职业观念、职业情感、职业理想、职业态度、职业技能、职业作风等多方面的内容。

加强职业道德的建设,就是要求每个从业者立足做好自己的本职工作,维护自身形象,不断地完善人格,树立正确的世界观、人生观和价值观,热爱祖国,遵纪守法,诚

实守信，从而共同形成各行业的良好的行业形象和作风，推动整个社会的全面进步。

2. 汽车配件销售员的职业道德规范

汽车配件销售员在从事汽车配件的供应、运输和经营时，必须遵循汽车配件经营行业及相关行业的职业道德规范。具体主要有以下八个方面的内容。

(1) 遵守国家法律、法规，合法经营

各行各业的从业人员都必须在遵守国家制定的法律、法规的前提下行使职权、履行职务，才能保证我们的社会秩序有条不紊，才能维护国家、集体和个人的利益，才能保证三者之间的协调一致。否则，社会秩序就会混乱，国家和人民的利益就会遭受损失，个人利益也得不到保障。

(2) 遵守平等竞争、公平买卖的市场规则

竞争是市场经济发展的必然产物，也是社会主义市场经济发展必然存在的现象。市场经济的一个显著特征就是要求人人都有竞争意识，通过竞争优胜劣汰。但竞争应该在平等的基础上进行，大家应该遵守市场的“游戏规则”，这样才能保证社会经济秩序的稳定。

(3) 讲求商业信誉，抵制假冒伪劣产品

商业信誉是企业生命之所在，也是经营者的立身之本。谁的信誉高，谁就能在激烈的市场竞争中立于不败之地。如果企业不履行合同，不注重经销产品的质量，甚至经销假冒伪劣产品，必然导致信誉扫地，最终被激烈竞争的市场所淘汰。目前我国汽车配件行业假冒伪劣现象比较严重，这些假冒伪劣配件不仅会给消费者带来巨大的经济损失，而且还可能造成严重的车祸事故和人身伤害。因此，汽车配件销售员应严格自律，坚决抵制销售伪劣配件。

(4) 接待客户真诚守信

每位经营者都应诚心诚意地为客户服务，靠诚实、信誉、公平取信于客户。这是汽车配件销售员职业道德的重要规范之一，也是在工作中必须遵循的行为准则。

(5) 维护企业与客户正当利益，不损人利己，不损公肥私

汽车配件销售员通过辛勤的劳动和热情的服务能为企业创造更多的利润，因此是企业利益的代表。同时汽车配件销售员也是客户利益的代表，因为只有尊重与维护客户的利益，才能更好地服务客户，使客户满意，从而企业也会有更大的发展空间。任何单位以盈利为目的，不讲服务，不顾信誉，粗制滥造，质次价高，坑蒙拐骗客户的行为都是不正当的行为。

(6) 热情服务、耐心周到、平等待人、文明经商

汽车配件销售员在进行业务活动时，应表现出良好的思想道德和文化素质，应做到谈吐文明礼貌，举止适度，主动周到，从善如流。这一要求在行业职业道德规范中占有重要地位。汽车配件销售员应对自己所从事的业务有较全面的了解，并能灵活运用自己所掌握的知识、经验为客户解答疑难，提供咨询和热情、耐心、周到的服务。

(7) 有强烈的市场开拓精神，能吃苦耐劳

汽车配件市场的竞争十分激烈，如果仅在店铺坐等客户，企业的经营业绩不可能得到大的发展。汽车配件销售员只有走出店铺，不辞辛劳地去了解行业需求，发现客户，

开拓市场,才能使经营活动充满生机。

(8) 严于律己,认真负责,不懈怠,不懒散

汽车配件销售员如果放松对自己的要求或者意志不坚定,可能会经不起金钱、物质的诱惑,犯这样或那样的错误,从而给个人、企业和国家造成损失。因此汽车配件销售员必须严于律己,遵纪守法,对工作认真负责、具有良好的敬业精神,才能更好地完成本职工作。

总之,遵纪守法、爱岗敬业、诚实守信、文明经营和公平竞争是汽车配件销售员所应具备的最基本的行业职业道德规范。

1.1.2 法律常识

法律是国家为了维护社会秩序,保障社会治安,促进社会发展而制定的,是国家意志的体现。法律是由国家制定的各种法律、法规、条例、决议和命令等组成的。

根据汽车配件行业的特点和性质,汽车配件销售员必须重点了解、掌握与市场、销售、产品质量等相关的法律知识。主要涉及的法律有:《中华人民共和国消费者权益保护法》《中华人民共和国反不正当竞争法》《中华人民共和国合同法》《中华人民共和国产品质量法》《中华人民共和国票据法》等(以下分别简称为《消费者权益保护法》《反不正当竞争法》《合同法》《产品质量法》《票据法》)。

1.《消费者权益保护法》

消费是利用社会产品来满足人们各种需要的过程。消费包括生产消费和生活消费。《消费者权益保护法》仅调整生活消费。消费者就是为生活需要而购买、使用商品或者接受服务的单位或者个人。我国的《消费者权益保护法》与《反不正当竞争法》《产品质量法》《广告法》《食品卫生法》等法律、法规,共同构成了保护消费者权益的法律体系。

(1) 《消费者权益保护法》制定的基本原则

《消费者权益保护法》充分体现下列四个基本原则:1)经营者与消费者进行交易,应当遵循自愿、平等、诚实、信用的原则;2)向消费者倾斜,给消费者以特别保护的原则;3)保障消费者的人身、财产和其他合法权益不受侵害的原则;4)保护消费者的合法权益是全社会的共同责任的原则。

(2) 消费者的权利

《消费者权益保护法》赋予消费者九项权利:1)安全权;2)知情权;3)自由选择权;4)公平交易权;5)求偿权;6)依法结社权;7)知识获得权;8)维护人格尊严和民族风俗习惯的权利;9)监督批评权。

(3) 经营者的义务

《消费者权益保护法》规定了在保护消费者的权益时,经营者应承担以下十个方面的义务:1)履行法律、法规的规定和与消费者的约定的义务;2)接受消费者监督的义务;3)保证商品和服务安全的义务;4)提供商品和服务真实信息的义务;5)标明真实名称和标记的义务;6)出具购货凭证或者服务单据的义务;7)保证商品或者服务质量的义务;8)履行“三包”或者其他责任的义务;9)不得以格式合同等方式排除或限制消费者权利的义务;