



商品售后服务认证实施规则

文件编号： ZXB-SC-01-2025

文件状态： 受 控

版本	编修	审核	批准	编写/修订日期	发布日期
A/0	崔海军	张京梅	郑宇兵	20250830	20250830
A/1	崔海军	张京梅	郑宇兵	20251226	20251226

目录

一、适用范围	2
二、认证模式及领域划分	2
三、对认证人员的要求	3
四、初次评价程序	3
4.1 认证申请	3
4.2 认证申请评审	4
4.3 签订认证合同	5
4.4 方案策划及评价计划	5
4.5 文件评价	6
4.6 初次现场评价	7
4.7 服务特性要求测评	7
4.8 服务管理要求审核	8
4.9 评价报告	8
4.10 认证决定	9
五、监督	9
六、再评价	10
七、认证证书状态管理规定、要求	10
八、认证证书及认证标志的要求	12
九、信息通报	13
十、受理申诉和投诉	14
十一、记录管理	14
附录 A 服务认证人日数表	15
附录 B 服务认证业务范围及依据标准	16

一、适用范围

1.1 本规则用于规范众信标（北京）认证有限公司（以下简称“ZXB”）开展服务认证活动。

1.2 本规则依据认证认可相关法律法规和相关技术标准，对评价申请认证和获证的各类组织服务认证实施过程作出具体规定，强化 ZXB 对认证过程的管理和责任，保证认证活动的规范有效。

1.3 本规则是对 ZXB 从事中国境内服务认证活动的基本要求，ZXB 从事该项认证活动应当遵守本规则。

二、认证模式及领域划分

2.1 各类服务认证的可选认证模式，包括但不限于

模式 A:公开的服务特性检验;

模式 B:神秘顾客(暗访)的服务特性检验;

模式 C:公开的服务特性检测;

模式 D:神秘顾客(暗访)的服务特性检测;

模式 E:顾客调查(功能感知);

模式 F:服务足迹测评(验证感知);

模式 G:服务能力确认或验证;

模式 H:服务设计审核;

模式 I:服务管理审核。

2.2 商品售后服务认证模式

商品售后服务认证模式可包括但不限于:

服务特性审查，包括公开的和暗访两种;

服务管理审查(适用时，包含服务设计审查)。

初次认证审查通常可采用服务特性审查(包括公开审查、暗访/顾客调查)和服务管理审查的方式，如涉及有服务设计的企业还应安排服务设计审查。

再认证可基于上一个认证周期的综合评价结果，原则上应采用初次认证确定的审查方式，或予以简化，包括其样本量的变化。

监督审查根据上一次的审查结果,调整或交替使用服务特性测评和服务管理能力审核

模式。

三、对认证人员的要求

3.1 认证审查员应按照服务认证审查员注册准则（CCAA-103）要求，符合 CCAA 服务认证审查员注册遵循的原则，取得服务认证审查员注册资格。

3.2 应对本机构的认证人员的能力做出评价，以满足实施相应职能的服务认证活动的需要。

3.3 认证人员应当遵守从业相关的法律法规，对认证活动、评价报告和认证结论的真实性承担相应的法律责任。

四、初次评价程序

4.1 认证申请

4.1.1 ZXB 应向申请认证的组织（以下简称申请组织）至少公开以下信息：

（1）有关（或涉及）认证方案的信息，包括评价程序，批准、保持、范围扩大或缩小、暂停、撤销或拒绝认证的规则和程序；

（2）认证机构获得财力支持方式的描述以及向申请人和客户收取费用的一般信息；

（3）申请人与客户的权利和义务的描述信息，包括使用认证机构名称和认证标志以及认证结论引用方式的要求、约束或限制；

（4）有关处理投诉和申诉程序的信息。

4.1.2 在中华人民共和国境内注册的从事服务活动的企业均可向 ZXB 提交服务认证申请。ZXB 应当要求申请组织至少提交以下资料：

（1）认证申请书，包括申请认证的服务范围等情况的说明；

（2）法律地位证明文件的复印件；

（3）适用时所涉及法律法规要求的从事相关服务的资质和任何行政许可等的复印件，如：服务/卫生/经营许可证等；

（4）产品销售网点/售后服务网点清单；（适用时）

（5）服务物业项目清单；（适用时）

（6）现行有效的服务体系文件及文件清单（体系应至少有效运行 3 个月）；

（7）与服务过程相关的法律法规、规范和标准清单。

（8）申报服务活动的详细说明，主要的服务流程以及适用时为服务运作提供支持的

主要服务设施。

(9) 组织简介（包括本单位经营范围、规模、特色、实力，在国内外同行业中利税、技术、产量、质量、销售等方面的地位）；

(10) 组织机构图（1、总的组织机构图；2、服务体系有关部门组织机构图）

(11) 已获其他认证情况。

(12) 组织依据申请标准进行的自我评价报告。

(13) 其他与认证评价有关的必要文件。

4.2 认证申请评审

4.2.1 ZXB 应对申请组织提交的申请资料进行审查，并确认：

(1) 申请组织基本信息及其产品/服务相关信息是充分的，了解组织特点，确定申请组织法律地位的合法性，必要时，通过公开网站验证提供信息的真实性、有效性。

(2) 和客户之间任何已知的理解上的分歧已经得到解决，包括在相关标准或规范性文件方面达成一致。

(3) 认证范围得到确定。

(4) 认证机构有能力并能够实施认证活动。

4.2.2 根据申请组织申请的认证范围、服务场所、员工人数、完成评价所需时间和其他影响认证活动的因素，综合确定是否有能力受理认证申请。

对被执法监管部门责令停业整顿或在全国企业信用信息公示系统中被列入“严重违法企业名单”的申请组织，ZXB 不受理其认证申请。

4.2.3 对符合要求的，ZXB 可决定受理认证申请；对不符合上述要求的，ZXB 应通知申请组织补充和完善，或者不受理认证申请。对申请评审后确定无法受理的认证项目，公司应在 5 日内通知申请组织。对不予受理的申请或申请组织撤回的申请，应采取保密方式将申请文件和有关的资料归档保存。

4.2.4 ZXB 应完整保存认证申请评审工作记录。

获证组织提出组织名称、地址、认证范围的变更申请时，需提交必要的信息。公司应对变更内容进行评审，且要特别关注其申请变更资料的充分性和合法性。经评审确认不能受理的，应及时反馈申请组织说明理由。

当认证方案提出对获证组织产生影响的新的或修订的要求时，公司应确保这些变更能

通知到所有获证组织。公司应验证获证组织对这些变更的实施并应按认证方案的规定采取措施。

4.3 签订认证合同

在实施认证评价前，ZXB 应与申请组织订立具有法律效力的书面认证合同，合同应至少包含以下内容：

(1) 申请组织获得认证后持续有效运行服务认证的承诺。

(2) 申请组织对遵守认证认可相关法律法规，协助认证监管部门的监督检查，对有关事项的询问和调查如实提供相关材料和信息的承诺。

(3) 申请组织承诺获得认证后发生以下情况时，应及时向 ZXB 通报：

① 相关方有重大投诉。

② 服务行为被执法监管部门认定不符合法定要求。

③ 发生严重的事故、媒体曝光或顾客投诉，经查实为获证组织责任的。

④ 相关情况发生变更，包括：法律地位、经营状况、组织状态或所有权变更；取得的服务的资质和任何行政许可资格变更；法定代表人、最高管理者、组织机构、有关职能等变更；服务活动和流程重大变更、服务评价体系和过程重大变更等。

⑤ 出现其他重要情况。

(4) 申请组织承诺获得认证后正确使用认证证书、认证标志和有关信息。当认证暂停、撤销或终止时，客户停止使用包含产品认证内容的所有广告。撤销或终止时应交回认证文件。

(5) 拟认证的服务活动范围。

(6) 在认证评价实施过程及认证证书有效期内，ZXB 和申请组织各自应当承担的责任、权利和义务。

(7) 认证服务的费用、付费方式及违约条款。

(8) 申请组织需保存已知的与认证要求符合性有关的所有投诉记录，并在认证机构要求时提供，以及 1) 对这些投诉以及在产品中发现的影响认证要求符合性的任何缺陷，采取适当的措施；2) 将所采取的措施形成文件。

4.4 方案策划及评价计划

4.4.1 ZXB 建立并实施服务认证管理体系文件，通过对编制评价计划、选择和指派审查组、确定评价时间、进行多场所抽样、实施现场评价、编制评价报告以及进行认证决定

等各过程进行管理，以确保认证活动的符合性、有效性。

4.4.2 依据上述文件的要求，ZXB 综合考虑申请组织的规模、行业特点、运作的复杂程度、服务场所的数量，以及经过证实的服务评价体系有效性水平和以前评价结果，制定整个认证周期的评价方案，并通过每次评价结束后的反馈信息和评价前再次获取的变化信息，包括及时作出原有评价方案的调整，以实现动态的管理。

4.4.3 为确保认证评价的完整有效，ZXB 根据申请组织服务评价体系覆盖的产品/服务特性、运作的复杂程度、体系覆盖范围内的有效人数、服务场所数量等情况，核算并拟定完成评价工作需要的时间。特殊情况下，可以合理的增加或减少评价时间，理由应充分。减少时间不得超过附录 A 所规定的评价时间的 30%。

4.4.4 ZXB 应选派有能力的审查员组成现场审查组，执行服务特性测评，服务评价的审查组中至少有 1 名成员具备专业技术能力，必要时可以选择技术专家参加审查组，以执行所要求的各项评价任务。在决定审查组的规模和组成时，应基于服务认证范围、服务特性及其服务提供活动/过程的技术特点，并考虑评价人员所具有的专业背景和实践经验来确定。

审查组的技术专家主要负责提供认证评价的技术支持，不作为审查员实施评价，不计入评价时间，其在评价过程中的活动由审查组中的审查员承担责任。

4.4.5 评价实施前，ZXB 应制定书面的评价计划（包括多场所抽样计划），以便为有关各方就评价活动的安排和实施达成一致提供依据。如遇特殊情况临时变更计划时，应及时将变更情况书面通知受评价方，并协商一致。

4.5 文件评价

文件评价是在现场评价实施前进行，依据服务认证评价准则要求及相关法律法规要求对申请组织的服务评价体系文件进行适宜性和充分性的评价，当评价过程中发现文件存在不符合而影响服务体系的运行时，应告知申请组织进行及时的纠正和纠正措施。由审查组组长进行文件评价工作，并对文件评价结果负责，必要时可以安排技术专家提供技术支持。文件评价通过后，方可安排现场评价。文件评价人日一般按照 0.5-2 人日，可根据申请组织服务评价体系覆盖的产品/服务特性、运作的复杂程度、体系覆盖范围内的有效人数、以及体系文件的多少等情况核算并拟定。

4.6 初次现场评价

4.6.1 现场评价宜安排在正常营业时间内进行，应能够有效观察到组织提供的服务活动。

4.6.2 原则上，初次现场评价采用一组由服务特性测评与服务管理审核相结合的评价方式，评价方式包括：

- a) 服务特性测评；
- b) 服务管理审核；
- c) 暗访（必要时）

注：暗访可作为服务特性测评的一种方式，现场评价时，对某项指标存在怀疑而无法评分时，或是涉及相关方多次投诉时，可采用暗访的方式进行评价，参加暗访的人，应是审查组的某一人。

4.6.3 审查组依据相应服务认证领域标准要求进行评价。评价方式与方法参见第 6 章。

4.7 服务特性要求测评

服务特性维度	对应标准条款	测评核心要点	测评方法
1. 响应性（服务时效）	5.2.2 服务时间	- 报修 / 咨询的响应时长（是否符合“承诺时间内响应”）- 服务实施的完成时长（如维修、退换货的处理周期）	抽查服务记录（报修单、工单），统计响应 / 完成时长；电话模拟咨询，测试响应速度
2. 可靠性（服务质量）	5.2.3 服务质量	- 维修 / 维护的一次合格率（是否一次解决问题）- 退换货的合规准确率（是否符合约定 / 法规）- 服务内容与承诺的一致性	抽查服务工单的“问题解决结果”；比对退换货记录与企业制度 / 国标要求
3. 有形性（服务载体）	5.2.1 服务设施	- 售后服务场所的环境、设备（如维修车间的工具、接待区的设施）- 服务人员的着装、标识规范性	现场查看服务场所；抽查服务人员的形象记录
4. 保障性（服务能力）	5.2.4 服务能力	- 服务人员的专业资质（如维修技师的技能证书）- 服务设备的适配性（如是否配备对应商品的维修工具）	核查服务人员的资质证书；现场核验服务设备的种类 / 状态
5. 移情性（客户关怀）	5.2.5 服务沟通	- 服务过程的沟通规范性（是否主动告知进度、结果）- 特殊客户的关怀措施（如老客户、投诉客户的跟进）	电话回访客户；抽查服务沟通记录（短信、工单备注）
6. 投诉处理特性	5.2.6 投诉处理	- 投诉响应时长（是否 24 小时内受理）- 投诉解决率、闭环率（是否 100% 跟进至客户确认）	抽查投诉台账，统计响应时长、解决闭环情况；回访投诉客户

4.8 服务管理要求审核

服务管理维度	对应标准条款	审核核心要点	审核方法
1. 组织架构管理	5.1.1 组织	- 是否设立专门的售后服务管理部门- 售后服务岗位的职责是否明确（如客服、维修、投诉专员）	查看组织架构图、岗位说明书； 访谈部门负责人
2. 资源配置管理	5.1.2 资源	- 售后服务的人员配置是否满足业务量（如客服人员与客户量的比例）- 服务设施、工具、资金是否足额配备	核查人员花名册、设备采购记录；现场核验设施数量 / 状态
3. 制度文件管理	5.1.3 制度	- 是否制定覆盖售后服务全流程的文件（如服务规范、投诉处理流程、维修标准）- 文件是否符合 GB/T 27922 及相关法规要求	查阅售后服务手册、流程文件； 比对文件与标准 / 法规的一致性
4. 人员能力管理	5.1.4 人员	- 服务人员是否经过岗前培训（内容含标准、技能、沟通） - 是否定期开展技能更新培训（如新品维修技能）	核查培训计划、培训记录、考核成绩；访谈服务人员
5. 过程控制管理	5.2 服务提供	- 售后服务各环节（接单、派单、实施、验收）是否有记录可追溯- 关键节点是否有监督（如维修后的质检环节）	抽查全流程工单记录；查看过程 监督台账
6. 改进机制管理	5.3 服务改进	- 是否定期开展客户满意度调查（频率、覆盖范围）- 对服务问题（如投诉、不合格项）是否有原因分析、整改措施及验证	查阅满意度调查报告；抽查问题 整改的“原因 - 措施 - 验证” 闭环记录

4.9 评价报告

ZXB 应为每次评价活动提供书面报告，并拥有对评价报告的所有权。审查组长应确保“评价报告”的编制，并应对“评价报告”的内容负责；“评价报告”应提供对评价的准确、简明和清晰的记录，以便为认证决定提供充分的信息；评价报告应由审查组组长签字，评价结论应有评价证据的充分支持。报告应包括但不限于以下内容：

- 1) 评价的目的、范围和准则；
- 2) 申请人的基本情况（包括名称、地址及其管理者代表等）；
- 3) 评价类型（如初次、监督或再评价）；
- 4) 审查组成员及评价时间；
- 5) 抽样及样本信息；
- 6) 服务评价结果及其说明；
- 7) 与有关认证要求符合性的陈述（包括任何不符合）；

- 8) 报告覆盖的时间段；
- 9) 评价的分值和评价结论。

4.10 认证决定

ZXB 应指派至少一人根据对评价过程中收集到的有关信息，包括从评价过程之外获取的任何可作为认证决定依据的信息（如来自行政监管部门、顾客、行业协会的信息等）进行评价、复核以及其他相关的所有信息做出认证决定。认证决定应由未参与评价过程的一个人或一组人完成。复核和认证决定可由同一个人或同一组人一并完成。为确保公正性，所有参与复核和认证决定的人员不能是实施评价的人员。对经审定不合格的申请组织，公司应做出不予以认证注册的决定，并将不能注册的原因书面通知申请组织。

五、监督

5.1 为确保获证组织提供的服务持续满足认证要求，在证书有效期内，ZXB 应安排在初次评价后或第一次监督评价结束后的 12 个月内完成第一年与第二年的监督评价。所要求的监督程序应当包括适宜的服务特性测评和（或）服务管理审查等评价活动。

5.2 在证书有效期间，如发生以下情形时，在正常例行监督评价的间隔期间可考虑增加评价频次或专项评价：

- a) 获证组织发生严重的事故、媒体曝光或顾客投诉，经证实为获证组织责任的；
- b) 获证组织发生重大变更时，包括法人、组织机构、有关职能、服务资源等；
- c) 认证依据发生变化时；
- d) 相关方对获证组织进行多次投诉；
- e) 发生其他特殊情况时。

5.3 监督评价至少包括以下内容：

- a) 在监督周期内服务体系的任何变更，包括组织机构、体系文件修改、主要负责人更换、服务场所范围的变化情况；
- b) 组织的内部监督评价活动及改进的效果；
- c) 组织代表性区域和活动；
- d) 对上次不合格项纠正措施实施效果进行验证，有无遗漏问题或再发生；
- e) 相关方/顾客的投诉、申诉、争议的处理，确认组织采取纠正及纠正措施的有效性以及重大投诉对认证保持的影响；

f) 认证证书、标志的使用。

5.4 监督评价人日数

通常，监督现场评价时间不应少于初始现场评价人日的 30%，详见附录 A。特殊情况下，可以合理的增加评价时间，理由应充分。

5.5 监督评价结果的批准

ZXB 认证决定人员对监督评价的结果进行评定，评定为合格者，公司将批准其继续保持认证资格、使用认证标志。如果评定时查出不合格项，应通知审查组组长告知获证组织两个月内限期整改，逾期将停止使用认证证书和认证标志。

六、再评价

6.1 服务认证证书有效期三年，若获证组织申请继续持有认证证书，则应在认证证书有效期满前三个月向公司提出再评价申请，并提交相关资料。

6.2 再评价程序与初次评价程序一致。当组织的服务评价体系及获证组织的内部和外部环境无重大变化时，再评价可省略文件评价过程，可直接进行现场评价。但现场评价时间不应少于初始现场评价人日的 70%，再评价时间详见附录 A。特殊情况下，可适时合理增加人日数，增加理由应充分。但组织管理机构的运作环境有重大变更时，再评价应该安排文件评价。

七、认证证书状态管理规定、要求

7.1 认证的终止

发生以下情况时，审查组应向 ZXB 报告，经 ZXB 同意后终止评价。

- (1) 受评价方对评价活动不予配合，评价活动无法进行。
- (2) 受评价方实际情况与申请材料有重大不一致。
- (3) 其他导致评价程序无法完成的情况。

对终止评价的项目，审查组应将已开展的工作情况形成报告，ZXB 应将此报告及终止评价的原因提交给申请组织，并保留签收或提交的证据。

7.2 扩大认证范围

ZXB 应对扩大认证范围的申请进行评审，以确定任何必要的评价安排，这类评价活动可与监督、再评价同时进行。也可单独进行。

7.3 暂停认证证书、缩小认证范围

7.3.1 ZXB 应制定暂停、撤销认证证书或缩小认证范围的规定和文件化的管理制度，规定和管理制度应满足本规则相关要求。认证机构对认证证书的暂停和撤销处理应符合其管理制度，不得随意暂停或撤销认证证书。

7.3.2 获证组织有以下情形之一的，ZXB 应在调查核实后的 5 个工作日内暂停其认证证书。

- (1) 服务体系持续或严重不满足认证要求，包括对范围体系运行有效性要求的。
- (2) 不承担、履行认证合同约定的责任和义务的。
- (3) 被有关执法监管部门责令停业整顿的。
- (4) 无正当理由不按要求的频次接受监督评价或再认证评价的。
- (5) 持有的与相关服务的资质和任何行政许可等过期失效，重新提交的申请已被受理但尚未换证的。
- (6) 主动请求暂停的。
- (7) 其他应当暂停认证证书的。

如果上述情况发生在客户获证范围的某些部分，而对其他部分不构成影响时，可以只缩小其认证范围，以排除不满足要求的部分。

7.3.3 认证证书暂停期不得超过 6 个月。

7.3.4 ZXB 应以适当方式公开暂停认证证书的信息，应明确暂停的起始日期和暂停期限，并声明在暂停期间获证组织不得以任何方式使用认证证书、认证标志或引用认证信息。

7.4 撤销证书

7.4.1 获证组织有以下情形之一的，ZXB 应在获得相关信息并调查核实后 5 个工作日内撤销其认证证书。

- (1) 被注销或撤销法律地位证明文件的。
- (2) 拒绝配合认证监管部门实施的监督检查， 或者对有关事项的询问和调查提供了虚假材料或信息的。
- (3) 出现重大的事故，经执法监管部门确认是获证组织违规造成的。
- (4) 有其他严重违反法律法规行为的。
- (5) 暂停认证证书的期限已满但导致暂停的问题未得到解决或纠正的（包括持有的与相关服务的 资质和任何行政许可等已经过期失效但申请未获批准）。
- (6) 没有运行售后服务体系或者已不具备运行条件的。

(7) 不按相关规定正确引用和宣传获得的认证信息，造成严重影响或后果，或者 ZXB 已要求其纠正但超过 2 个月仍未纠正的。

(8) 被国家质量监督检验检疫总局列入质量信用严重失信企业名单。

(9) 拒绝接受国家监督检查或行业主管部门抽查的。

(10) 其他应当撤销认证证书的。

7.4.2 撤销认证证书后，ZXB 应及时收回撤销的认证证书。若无法收回，ZXB 应及时在相关媒体和网站上公布或声明撤销决定。

7.4.3 ZXB 暂停或撤销认证证书应当在其网站上公布相关信息，同时按规定程序和要求报国家认监委。

7.4.4 ZXB 应采取有效措施避免各类无效的认证证书和认证标志被继续使用。

八、认证证书及认证标志的要求

8.1 认证证书内容

证书需至少包含以下信息：

(1) 获证组织名称、地址；

(2) 认证范围；

(3) 认证依据（GB/T 27922-2011 商品售后服务评价体系）；

(4) 证书编号；

(5) ZXB 名称及标志；

(6) 证书签发日期、有效期（3 年）；

(7) 查询方式（ZXB 在颁发认证证书后 30 个工作日内按照规定的要求将相关信息报送国家认监委。证书信息可在：国家认证认可监督管理委员会官方网站（www.cnca.gov.cn）或众信标（北京）认证有限公司官方网站（www.zhongxinbiao.com/）上查询。）。

8.2 认证证书有效期

证书有效期最长 3 年，自签发之日起计算；

再认证通过后，新证书有效期自原证书到期日起计算。

8.3 认证标志要求

a) 获证客户在传播媒介(如互联网、宣传册或广告)或其他文件中引用认证状态时，应符合 ZXB 的要求。

- b) 使用 ZXB 的认证标志，需向 ZXB 提出申请。在使用时，其图案必须按照 ZXB 提供的 图案的比例放大或缩小，并且做到颜色一致。未经 ZXB 许可不得使用认证标志；
- c) 不得在任何资料中有关于其认证资格的误导性说明；
- d) 不得以误导性方式使用认证文件或其任何部分；
- e) 不得利用管理体系认证证书和相关文字、符号，暗示或误导公众认为认证证书覆盖范围外的管理体系、产品或服务、过程、活动和场所获得 ZXB 的认证；
- f) 宣传认证结果时不得损害 ZXB 的声誉和（或）使认证制度声誉受损，失去公众信任；
- g) 不得擅自更改证书内容；
- h) 不得伪造、涂改、出借、出租、转让、倒卖、部分出示、部分复印证书；
- i) 获证客户应妥善保管好认证证书，以免丢失、损坏；
- j) 获证客户的管理体系若发生重大变化时，应及时报告 ZXB ，接受 ZXB 的调查或监督检查。对经监督检查不合格者，不得继续使用认证证书；
- k) 在认证范围被缩小时，应及时修改所有的广告宣传材料；
- l) 认证证书被暂停期间，相应的认证领域的管理体系认证暂时无效。认证客户应停止使用认证证书和认证标志，直到造成暂停的问题得到解决。如果客户在规定的时限内未能解决造成暂停的问题，ZXB 将撤销或缩小相应领域的认证范围；
- m) 证书被 ZXB 撤销，获证客户应按 ZXB 的要求将证书交还给 ZXB ，并同时使用所有引用认证资格的广告材料。停止在文件、网站、广告和宣传资料中或广告宣传等商业活动，以及在工作场所、销售场所展示认证证书；
- n) 不应允许其标志被获证客户用于实验室检测、校准或检验的报告或证书；
- o) 标志不应用于产品或产品包装之上，或以任何其它可解释为表示产品符合性的方式使用；注：产品包装的判别标准是其可从产品上移除且不会导致产品分裂、破裂或损坏。
- p) 认证证书和认证标志的使用应符合《认证证书和认证标志管理办法》的规定；
- q) 认证标志使用时可以等比例放大或缩小，但不允许变形、变色；
- r) 证书持有人应对认证证书和认证标志的使用和展示进行有效的控制。

九、信息通报

获证组织需建立《服务信息通报程序》，及时向 ZXB 通报以下信息：

9.1 组织运营信息

法律地位变更、所有权变更；

经营状况重大变化；

行政许可 / 资质变更。

9.2 管理信息

服务类别重大变更；

商品售后服务重大变更；

重大服务相关事故；

客户或相关方重大投诉；

国家监督检查结果。

9.3 通报方式

需以书面形式发送至 ZXB 运营部，必要时需提供佐证材料。

十、受理申诉和投诉

申请组织或获证组织对认证决定有异议时，ZXB 应接受申诉并且及时进行处理，在 60 日内将处理结果形成书面通知送交申诉人。

书面通知应当告知申诉人，若认为 ZXB 未遵守认证相关法律法规或本规则并导致自身合法权益受到严重侵害的，可以直接向所在地认证监管部门或国家认监委投诉。

十一、记录管理

11.1 ZXB 应记录认证活动全过程并妥善保存。

11.2 记录应当真实准确以证实认证活动得到有效实施。记录资料应当使用中文，保存时间为当前认证周期加上一个认证周期。

11.3 以电子文档方式保存记录的，应采用不可编辑的电子文档格式。

11.4 所有具有相关人员签字的书面记录，可以制作成电子文档保存使用，但是原件必须妥善保存，保存时间为当前认证周期加上一个认证周期。

附录 A 服务认证人日数表

与服务相关的 员工人数	初次评价	监督评价	再评价
	现场评价（人日）	现场评价（人日）	现场评价（人日）
1-20	2	1	1.5
21-100	3	1	2
101-150	4	1.5	2.5
151-200	5	2	3.5
201-300	6	2	4
300人及以上以此类推，每增加 1 个服务场所增加 0.5 人日			

注 1：表中提到的“员工”是指与服务相关的员工人员(含企业在编人员及售后服务管理、监督、服务操作、联络等兼职人员)，包括评价时将在场的非长期（季节性的、临时的和分包的）雇员。

注 2：与服务相关包括服务文化宣贯、服务网点管理、人员培训、监督部门、研究和改进、配送和维修执行、商品质量保证（采购）、客户关系维系、投诉接听和反馈、销售、设计等与服务系统运行相关的部门。

注 3：一个“评价人日”通常指 8 小时完整的正常工作日，不能通过增加每天的工作时间来减少要使用的审查员天数。

注 4：认证以相同产品类别的单一售后服务系统为对象。

注 5：达标后申请升级认证按再评价执行。

附录 B 服务认证业务范围及依据标准

序号	业务名称	所属领域	实施规则/细则	认证依据
1	批发零售服务认证	SC 03 批发业和零售业服务	ZXB-SC-01-2025 商品售后服务认证实施规则	GB/T 27922-2011 商品售后服务评价体系

ICS 03.080.01
A 00



中华人民共和国国家标准

GB/T 27922—2011

商品售后服务评价体系

Evaluation system for after-sales service of commodity

2011-12-30 发布

2012-02-01 实施

中华人民共和国国家质量监督检验检疫总局
中国国家标准化管理委员会 发布

目 次

前言	I
1 范围	1
2 规范性引用文件	1
3 术语和定义	1
4 评价原则	2
5 评价指标	2
6 评价的方式与方法	4
参考文献.....	7

前 言

本标准按照 GB/T 1.1—2009 给出的规则起草。

本标准由中国商业联合会提出。

本标准由中华人民共和国商务部归口。

本标准起草单位：中国商业联合会商业标准中心、北京五洲天宇认证中心、中国认证认可协会、海尔集团、康佳集团股份有限公司、佛山市顺德区美的微波电器制造有限公司、广东美的精品电器制造有限公司、广州中标联检验认证技术开发有限公司、长沙中联重工科技发展股份有限公司、五粮液股份公司、合肥美菱股份有限公司、淮海车辆集团有限公司、江苏雅迪科技发展有限公司、北京城乡贸易中心股份有限公司、山东梦金园珠宝首饰有限公司、广东志高空调有限公司、北京金殿友谊商城、浙江金洲管道科技股份有限公司、博洛尼家居用品(北京)有限公司、江苏威腾母线有限公司。

本标准主要起草人：谭新政、褚峻、邱建国、焦根强、齐云山、谢伟锦、侯义刚、乐泽亚、洪海庭、陈蓉、倪旭东、安继文、田凯、周和平、王忠善、计群、郭新峰、郭天雨、顾苏民、闫芳。

商品售后服务评价体系

1 范围

本标准规定了构成商品售后服务评价体系的基本要素,包括原则、指标和方法等方面的内容。

本标准适用于组织内部和外部(包括第三方机构)对售后服务水平进行评价,以及为企业建立售后服务体系提供参考。

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 19011—2003 质量和(或)环境管理体系审核指南(ISO 19011:2002, IDT)

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于本文件。

3.1

售后服务 after-sales service

向顾客售出商品或从顾客接受无形产品开始,所提供的有偿或无偿的服务。

注:售后服务包括但不限于以下方面:

- 1) 随合同签订而提供的活动,例如测量、规划、咨询、策划、设计等;
- 2) 在商品售出到投入正常使用期间所涉及的活动,例如送货、安装、技术咨询与培训等;
- 3) 商品质量涉及的活动,例如退换、召回、维修、保养、检测、配件供应等;
- 4) 为获得顾客反馈或维系顾客关系而开展的活动,例如满意度调查、顾客联谊、商品使用情况跟踪等;
- 5) 以商品为基础,为顾客提供相关信息的活动,例如商品使用知识宣传、商品或服务文化宣传、网站或短信传递服务、新品推荐等;
- 6) 在有形产品或设施基础上提供文化理念或相关服务的活动,例如景区、餐饮、酒店、商场的服务。

3.2

售后服务管理师 after-sales service management professional

通过有培训资质的机构培训并考试合格,获得售后服务管理师职业资质的管理人员。

3.3

评审员 auditor

具备资质、从事评价审查的专业人员。

3.4

评价 evaluation

对事物在性质、数量、优劣、方向等方面做出的判断。

3.5

评价体系 evaluation system

以对事物进行评价为目的,依据指标体系、评价方法等要素构成的整体系统。

3.6

评价指标 evaluation index

具体的、可观察的、可测量的评价内容。

4 评价原则

4.1 公正性

评价应公平、公正,遵守 GB/T 19011—2003 中第 4 章的要求。

4.2 持续改进

售后服务评价应是持续性的,得出评价结果后,应至少按年度进行监督评价(包括顾客、第三方的监督),至少每三年重新评价一次,达到保持和改进的目的。

5 评价指标

5.1 售后服务体系

5.1.1 组织架构

5.1.1.1 设立或指定专门从事售后服务工作的部门,并有合理的职能划分和岗位设置。

5.1.1.2 根据需要,服务网点覆盖商品销售区域,能够对服务网点进行有效管理。

5.1.1.3 可通过自建或委托设立服务网点。

5.1.2 人员配置

5.1.2.1 根据行业特性,配置符合岗位要求并有相应资质水平的售后服务技术或业务人员。

5.1.2.2 按服务管理人员总数的 10% 配置售后服务管理师,负责对售后服务工作的管理和对售后服务活动的指导。

5.1.3 资源配置

5.1.3.1 应提供充足的经费保障,并能提前准备应对特定问题的专项经费。

注:当商品涉及安全问题或批次质量问题时,需要提供专项经费,例如赔偿准备金、保险等。

5.1.3.2 售后服务组织应提供内部保证,具体包括:

- a) 长期保持服务专业技术培训和业务人员的业务技能培训,使其有良好的素质和能力;
- b) 定期或不定期的服务文化的培训;
- c) 有效的评优、奖励、晋升和员工关怀机制。

5.1.3.3 售后服务组织应提供基础设施,具体包括:

- a) 办公场所和服务场所;
- b) 售后服务设施,例如顾客信息系统、安全保障措施等;
- c) 售后服务活动中涉及的工具、备品备件等。

5.1.4 规范要求

5.1.4.1 针对售后服务中的各项活动和流程,制定相应的制度和规范,明确产品/服务范围、职能设计、组织分工、运转机制,并以企业文件形式体现,形成完整的售后服务手册。

5.1.4.2 制定售后服务规范要求时应识别国家有关法律法规的要求,并使员工了解。

5.1.5 监督

5.1.5.1 设立服务监督机构,由专职人员负责,监督企业售后服务系统的运转情况。

5.1.5.2 以监督有效奖惩,持续修正各项服务目标,并通过内部和外部的监督评价活动促进服务品质提升。

5.1.6 改进

5.1.6.1 生产、销售、服务等部门之间有良好的市场信息反馈机制,并在商品质量或服务质量方面不断改进。

5.1.6.2 对售后服务中发现的难以解决的问题,设立有关的服务研究部门或委托专业机构进行研究和咨询。

5.1.6.3 通过国家认可的相关品牌、安全或管理认证。

5.1.6.4 重视服务标准化工作,鼓励参与国家、行业有关标准的制定工作。

5.1.7 服务文化

5.1.7.1 有明确的服务理念,作为售后服务工作的指导思想,并保证员工理解。

5.1.7.2 对售后服务的目标或水平做出承诺,服务承诺在广告、宣传品、保修卡、销售合同等各种文档材料中的表述准确一致,并有效地传递给顾客。

5.1.7.3 以多种方式向社会公众做服务文化和活动的宣传,形成有效的顾客认知和口碑。

5.2 商品服务

5.2.1 商品信息

5.2.1.1 商品包装有完整、准确的企业和商品有关信息,便于顾客识别和了解。

5.2.1.2 商品附属文档中应明确技术数据、操作使用及保养要求等。文档应便于顾客理解,各条款符合国家有关规定要求。

5.2.1.3 向顾客明示商品的保修期限、维修收费、主要部件和易损配件等信息。

5.2.1.4 涉及顾客使用安全的商品,应在商品上做安全提示,并明示安全使用年限。

5.2.1.5 建立商品系统性缺陷信息公开机制,及时告知顾客。

注:系统性缺陷指商品出现的结构性的、批次性的质量缺陷。

5.2.2 技术支持

5.2.2.1 根据商品的特点,在售出后提供及时、必要的安装和调试服务。

5.2.2.2 提供商品使用所必需的使用指导或顾客培训,解答并解决顾客的疑问。

5.2.2.3 在商品有效期内为顾客提供持续的各类技术支持服务。对于有保养要求的商品,应按法律法规要求和服务承诺提供相应的保养服务。

5.2.2.4 相关服务活动涉及收费的,应按国家有关规定合理收取,并事先明示。

5.2.3 配送

5.2.3.1 所售商品的包装应完整、安全,便于运输或携带。

5.2.3.2 对顾客所承诺的送货范围、送货时间及时兑现。

5.2.4 维修

5.2.4.1 售后服务网点和服务部门应安排专人负责报修登记和接待服务。

- 5.2.4.2 按国家法律法规有关要求提供包修和保修服务。
- 5.2.4.3 服务人员应注意个人卫生和形象,有效执行报修、送修或上门维修的服务程序和服务规范,及时进行维修,并向顾客如实提供维修记录。
- 5.2.4.4 定期对维修设施、设备和器材进行检查,保证维修服务的正常进行。
- 5.2.4.5 保证商品维修所必需的材料和配件的质量以及及时供应。
- 5.2.4.6 对于维修期限较长,或因维修方原因延误维修时间的,可为顾客提供相应的代用品。

5.2.5 质量保证

- 5.2.5.1 所售商品质量应符合国家相关法规要求和质量标准。
- 5.2.5.2 对顾客明示的质保期和保修期应符合国家相关规定的要求。
- 5.2.5.3 对于有质量问题的商品,应按国家有关规定办理退换。如退换(非企业商品质量或服务问题造成的)涉及到收费的,应事先向顾客明示。
- 5.2.5.4 当商品存在缺陷或出现难以解决的问题(例如:配件停产无法维修、服务场所歇业或地址迁移造成服务中断等)时,应实施商品召回或其他补救赔偿措施。
- 5.2.5.5 对于贸易型企业,应配合生产厂家,及时完成报修、登记、维修、收费、退换、召回等服务,并按国家有关规定,执行先行赔付制度。

5.2.6 废弃商品回收

- 5.2.6.1 向顾客明示废弃商品回收的有关注意事项,其内容应符合安全和环保的要求。
- 5.2.6.2 按国家有关安全和环保的规定,对废弃商品进行回收和处置。

5.3 顾客服务

5.3.1 顾客关系

- 5.3.1.1 设立有预约、咨询、报修、投诉、防伪查询功能的顾客反馈渠道,建立顾客服务热线或呼叫中心,并明示受理时间。
- 5.3.1.2 设立网站,包含售后服务的页面和内容,能够提供在线服务功能。
- 5.3.1.3 建立顾客信息档案和计算机化的服务管理系统,能够有效进行顾客使用情况跟踪和回访,并有对顾客信息和隐私的保密措施。
- 5.3.1.4 定期进行顾客满意度调查(包括售后服务满意度调查),及时掌握顾客意见。顾客满意度调查可按照 SB/T 10409 执行。
- 5.3.1.5 定期为顾客提供有针对性的主动服务或回馈活动。

5.3.2 投诉处理

- 5.3.2.1 专职部门记录顾客投诉,建立完整的投诉档案。
- 5.3.2.2 及时反馈和处理顾客投诉,有效解决顾客投诉。
- 5.3.2.3 配备服务调解人员,并有对突发事件进行及时处理、对服务失误进行补救的措施。

6 评价的方式与方法

6.1 总体要求

- 6.1.1 依据本标准开展售后服务评价时,需组织专门的评价小组执行具体工作,由评审员组成。企业内部的评价可由售后服务管理师进行。

6.1.2 评价应有计划,计划中应包括对服务管理、服务执行、顾客反馈等不同层面的调查,得出综合性的评价结果。

6.1.3 评价时应识别评价指标适用于不同行业时的特定要求。对不同企业售后服务水平的对比评价,应在相同行业范围内进行。

6.1.4 评价相同类型和职能的服务执行场所时,应根据企业特性和规模,抽取有代表性的区域进行检查。

6.1.5 评价时采用文件调查和现场调查的方式,包括查阅文件和记录、询问工作人员、观察现场、访问顾客等,宜按 GB/T 19011—2003 中 6.5 规定的方法进行。

6.2 评分

6.2.1 依据本标准进行售后服务评价时,对各项指标采取评分的方法,满分为 100 分,具体分为售后服务体系 40 分,商品服务 35 分,顾客服务 25 分。评分的依据是调查中发现的按照本标准规定的评价指标的实施情况。

6.2.2 本标准给出评分的基本要求,见表 1。在实际评价中,应根据本标准规定的要求制定有关细则。当任何要求因企业及其商品的特点(例如:部分快速消费品、无形产品等)而不适用时,可以考虑对其进行删减。删减仅限于 5.2 中根据实际商品性质和服务性质而不涉及的项目,否则不能声称符合本标准。

表 1 售后服务评价指标评分要求

指标大类	分值	指标	分值
售后服务体系	40	组织架构	4
		人员配置	6
		资源配置	6
		规范要求	6
		监督	7
		改进	5
		服务文化	6
商品服务	35	商品信息	6
		技术支持	6
		配送	4
		维修	10
		质量保证	7
		废弃商品回收	2
顾客服务	25	顾客关系	15
		投诉处理	10

6.2.3 评分时应包含以下原则性要求:

- 以评价过程中发现的不符合评价指标的情况为扣分依据,一般均为定性指标,不符合则扣除全部分值。
- 遇到需要抽取多个同类型样本验证评分的指标时(例如:人员资质、能力、行为态度、服务记录、设施完善度、投诉解决情况等),可按其不符合的比例扣除分值。
- 发现以下情况时应产生一项特别扣分项:不符合国家法律、法规的要求;不符合企业有关服务

制度的要求;不符合行业专业性的特殊要求;对服务系统运行有影响的情况。每个特别扣分项在评分值之外扣除1分,且应进行整改(见4.2)。

- d) 在评价过程中发现企业售后服务的特别优势时(高于国家法律、法规的有关要求,处于行业领先的情况),可产生1分的特别加分项,但该项不超过1个。
- e) 当删减发生时(见6.2.2),该指标分值不进行计算。除此之外的分值总和称为涉及项分值。评分计算方法为:评分=实际得分/涉及项总分值×100。

6.3 评分结果

6.3.1 根据评分值评定企业售后服务水平,并以不同级别区分优质程度。

6.3.2 评分达到70分以上(含70分)为本标准的最低要求。70分以下,或特别扣分项达到5个以上(含5个),为评价不合格。

6.3.3 对于评分达到70分以上(含70分),且特别扣分项低于5个的企业,按照以下要求进行级别划分:

- a) 达到70分以上(含70分),达标级售后服务;
- b) 达到80分以上(含80分),五星级售后服务;
- c) 达到90分以上(含90分),四星级售后服务;
- d) 达到95分以上(含95分),五星级售后服务。

参 考 文 献

- [1] GB/T 19000—2008 质量管理体系 基础和术语
 - [2] GB/T 19001—2008 质量管理体系 要求
 - [3] GB/T 19012—2008 质量管理 顾客满意 组织处理投诉指南
 - [4] GB/T 19013—2009 质量管理 顾客满意 组织外部争议解决指南
 - [5] GB/T 19580—2004 卓越绩效评价准则
 - [6] GB/T 24620—2009 服务标准制定导则 考虑消费者需求
-