中泰认证检测
CHINA-TAI CERTIFICATION TESTING

广东中泰认证检测有限公司

商品售后服务认证规则

文件编号：CCT/GZ-SC03-15
版 本 号：第 A/0 版
受控状态：受 控
编 制：梁珍玉
审 核：钟菱
审 批：钟亮新

序号	制订/修订日期	修改内容/原因	版次	制订/更改人	批准人
1	2026.10.21	首版发行	A/0	梁珍玉	钟亮新

目 录

1 目的.....4
2 适用范围.....4
3 认证依据.....4
4 术语和定义.....4
5 认证人员要求、认证过程、认证模式、认证等级.....5
6 初次认证.....6
7 证书和标志及使用.....11
8 获证后监督及再认证程序.....12
9 认证证书状态变化.....13
10 认证公告.....15
11 申诉和投诉.....15
12 终止审核/审查.....15
13 附则.....15
附件 1：审核/审查人日要求.....16
附件 2：商品售后评价指标评分表.....18
附件 3：服务领域划分表.....22
附件 4：服务认证模式.....26
附件 5：服务特性测评相关要求.....26

商品售后服务认证规则

1 目的

为规范“商品售后服务认证（简称：售后）”的受理、审核/审查、认证决定、颁发证书、获证后监督过程的控制及管理要求，制定本规则。

2 适用范围

适用于广东中泰认证检测有限公司（以下简称 CCT）受理的商品售后服务认证项目自申请受理至获证后监督的各过程。

3 认证依据

商品售后服务认证依据包括：

GB/T 27922-2011《商品售后服务评价体系》

4 术语和定义

下列术语和定义适用于本规则。

4.1 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:售后服务包括但不局限于以下方面:

1) 随合同签订而提供的活动,例如测盘、规划、咨询、策划、设计等;

2)在商品售出到投人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。[GB/T 27922-2011,3.1]

4.2 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。[GB/T 27922-2011,3.2]

4.3 评审员 auditor

具备资质、从事评价审查的专业人员。[GB/T 27922-2011,3.3]

4.4 评价 evaluation

对事物在性质、数量、优劣、方向等方面做出的判断。[GB/T 27922-2011,3.4]

4.5 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。[GB/T 27922-2011,3.5]

4.6 评价指标 evaluation index

具体的、可观察的、可测量的评价内容。[GB/T 27922-2011,3.6]

5 认证人员要求、认证过程、认证模式、认证等级

5.1 认证人员要求

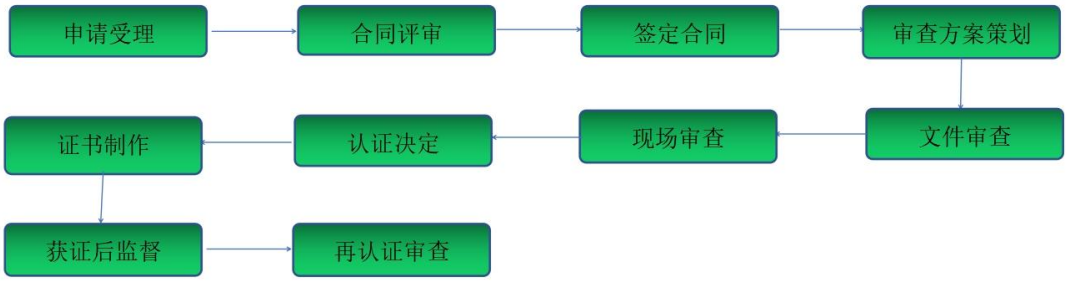
认证人员应当遵守与从业相关的法律法规，对认证审核/审查活动及相关认证审核/审查记录和认证审核/审查报告的真实性承担相应的法律责任。

参与认证的认证人员应符合以下条件：

（1）审查员应当取得中国认证认可协会 CCAA 的服务认证注册审查员资格。

（2）经过商品售后服务认证相关标准的培训，并考试合格。

5.2 认证过程



5.3 认证模式

a）服务特性检验，包括公开的和神秘顾客（暗访）两种，简称模式 A；
b）服务特性检测，包括公开的和神秘顾客（暗访）两种，简称模式 B；
c）服务设计审核，简称模式 C；
d）服务管理审核，简称模式 D；

5.3.1 认证模式的组合

5.3.1.1 对于具有设计职责的服务提供者的认证模式：

初次认证/再认证：模式 A+模式 B+模式 C+模式 D

或 模式 A+模式 C+模式 D 或 模式 B+模式 C+模式 D

监督评价（保持认证）：模式 A+模式 C+模式 D

或 模式 B+模式 C+模式 D

5.3.1.2 对于没有设计职责的服务提供者的认证模式：

初次认证/再认证：模式 A+模式 B+模式 D

或 模式 A+模式 D 或 模式 B+模式 D

监督评价（保持认证）：模式 A+模式 D

或 模式 B+模式 D

5.4 认证等级

依据 GB/T 27922-2011 按由低到高的顺序分为三个等级：

三星级、四星级和五星级。

6 初次认证

6.1 认证申请与评审

6.1.1 申请组织应满足以下要求

1）取得国家、地方市场监督管理部门或有关机构注册登记的法人资格（或其组成部分）；

2）已取得相关法规规定的行政许可（适用时）；

3）生产、加工及经营的产品或提供的服务符合相关法律、法规、标准和规范的要求；

4）1年内未发生：

a）重大质量/环境/安全事故；

b）被政府部门行政处罚或发生重大投诉等失信情况；

c）被执法监管部门责令停业整顿或存在被列入“严重违法企业名单”“处于失信惩戒期”等情况；

6.1.2 申请组织应提交的资料

申请组织应按要求提交认证申请书及以下拟认证的相关信息，包括必要的技术文件：

1）申请组织的基本情况，包括：

a）申请组织的名称、地址及其生产/服务提供场所的必要信息；

b）涉及多个生产/服务场所时，各场所的名称、地址及其内容；

c）证明其法律地位的文件及适用时从事相关生产/服务的资质和任何行政许可。

2）拟认证的信息，包括：

a）生产/服务范围和内容；

b）生产/服务流程，以及适用时为生产/服务运作提供支持的主要设施设备；

3）影响生产/服务符合性的任何外包的信息；

4）申请组织寻求认证的标准或其他规范性文件；

5）申请组织已按认证标准/规范要求建立并实施的相关文件，如生产/服务规范、生产/服务提供规范和生产/服务检验规范等（包括但不限于管理手册、程序文件等，体系至少有效运行 3 个月）；

6）适用时的任何特殊要求（如特殊的语言、环境、安全要求等）；

7）需要时的其他信息。

6.1.3 申请评审

申请评审人员对申请组织提交的《认证申请书》及相关申请资料进行评审并保存评审记录，以确定：

1）申请资料齐全；

2）申请组织从事的活动符合相关法律法规的规定；

3）申请组织为达到商品售后服务认证的目标而建立了文件化的过程和程序；

4）机构具有相应的认证能力并有充分的资源实施认证活动；

5）国家对相应行业的管理要求；

6）申请的认证范围、申请方的运作场所、完成审核/审查需要的时间和任何其他影响认证活动的因素；

7）机构根据受审核/审查方的规模、特性、业务复杂程度、认证要求，以及商品售后服务认证覆盖的范围等因素核算并确定审核/审查人日，以确保审核/审查的充分性和有效性。

初次受理时满足上述要求的申请组织，机构确认“通过受理申请”并在受理后签订《认证合同书》；不满足上述条件的申请组织，机构将出具《不予受理通知书》并告知申请组织拒绝的原因。根据上述评审，机构确定审核/审查组及进行认证决定需要具备的能力。

6.1.4 签订合同

机构授权人根据评审结论与申请组织签署《认证合同书》一式两份，双方代表签字并盖章确认，机构和认证申请方各执一份。认证合同内容填写要求完整、清晰、准确无误。

6.1.5 认证信息或认证要求变更申请的评审

申请组织提出组织名称、地址等的变更或认证要求的变更申请时，需填报《认证信息变更申请表》，并提交必要的补充信息。机构将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，将及时反馈申请组织说明理由。

6.1.6 审核/审查方案

商品售后服务认证初次认证审核/审查方案包括初次审核/审查、认证决定之后的第一年与第二年的监督审核/审查和第三年在认证到期前进行的再认证审核/审查。第一个三年的认证周期从初次认证决定算起，以后的周期从再认证决定算起。审核/审查方案的确定和任何后续调整考虑客户的规模，其产品和过程的范围与复杂程度，以及经过证实的商品售后服务认证有效性水平和以前审核/审查的结果。

注：下面列举了建立或修改审核/审查方案时可能需要考虑的其他事项，在确定审查范围和编制审核/审查计划时可能也需要考虑这些事项：

-机构收到的对客户的投诉；

-结合、一体化或联合审核/审查；

-认证要求的变化；

-法律要求的变化；

-认可要求的变化；

-组织的绩效数据（例如缺陷水平、关键绩效指标（KPI）数据等）；

-利益相关方的关注。

6.1.7 确定审核/审查时间

为确保认证审核/审查的完整有效，机构以“附件 1”所规定的审查时间为基础，基于以下方面（但不限于）的考虑，为实施所要求的各项审核/审查/审查任务确定需要的时间：

1）组织的行业特点、规模和运作的复杂程度；

2）场所的数量；

3）生产/服务类别、审核/审查范围；

4）技术和法规环境；

5）服务接触方式；

6）所使用的测评方法和技术；

7）生产/服务活动的外包情况；

8）与生产/服务活动相关联的风险。

在特殊情况下，可以减少审核/审查时间，但减少的时间不得超过“附件 1”所规定的审核/审查时间的 30%。整个审核/审查时间中，现场审核/审查时间不应少于总审核/审查时间的 80%。

6.1.8 审查组

机构根据商品售后服务认证覆盖的活动来选择具备相关能力的审查员组成审查组。审查组中的审查员应承担审查任务和责任。

6.2 认证准备

6.2.1 审查计划

认证审查方案管理人员负责商品售后服务认证的认证方案策划、实施、监视和改进。策划时应考虑审查计划与审查目的和范围的适应性。审查计划至少应包括或引用以下内容：

1）审查目的；

2）审查准则；

3）审查范围；

4）现场审查的日期和场所；

5）预计的现场审查活动持续时间；

6）审查组成员。

机构向客户提供审查组每位成员的姓名，并在客户请求时使其能够了解每位成员的背景情况。机构留出足够的时间，以使客户能够对某一审查组成员的任命表示反对，并在反对有效时使机构能够重组审查组。

6.2.2 文件审查

文件审查为非现场审查，主要是收集必要的相关信息，为现场审查的顺利实施做好充分的准备工作。

审查组长接到审查任务后，应在进入现场审查前，对受组织提供的体系文件进行审查，以确定文件所述的服务认证体系与审核准则的符合性。审核组长应将文件初审意见通知受审

核组织，对于审查中发现的不修改则会影响现场审查的问题，应在受审查组织完成修改并由审查组长再次审查做出接受的结论后，方可进入第二阶段现场审查。

6.3 现场评价

6.3.1 本机构按照 GB/T 27922-2011 和本规则的要求对拟获证组织进行现场评价。

6.3.2 本机构对特定服务的评价通常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。

评价方式包括但不限于：

1）服务管理审核；

2）服务特性测评（含特性检验及特性检测）；

3）暗访（适用时）。

注：服务特性测评旨在证实顾客服务“真实瞬间”的符合性，服务管理审核旨在证实特定服务持续符合服务规范或认证技术规范要求的能力。

6.3.3 为确保实施正确的评价，本机构提供适用的工作文件下达审查任务书。任务书应至少明确以下内容：

1）申请认证的范围、评价依据、类型及目的；

2）申请组织的多场所情况（适用时）；

3）其他信息。

6.3.4 服务管理审核

本机构按照评价计划所确定的认证标准/规范，就申请组织的服务管理进行审核。

本机构的服务管理审核至少需确认下列各项：

1）对申请组织服务能力的审核，包括对与申请组织服务管理体系相关的结构、方针、过程、程序、记录及文件的现场审核；

2）人员及资源配置与管理；

3）服务特性控制及其运行管理；

4）用于支持生产/服务的设施设备、信息技术及相应的环境条件（如安全、环境）；

5）服务承诺和顾客服务；

6）对服务中断或意外事件的响应和服务补救措施；

7）服务投诉的处理；

8）企业自我审核。

6.3.5 服务特性测评

由认证评价人员（审核/审查/审查员）对特定服务的客观数据和信息、证据与规定要求（或检验或检测）实施比对、核实/核算判断其满足规定要求的符合性。审查结论的判定基于审核/审查发现，采用成熟度评价方法给出服务综合能力成熟度等级水平。

6.3.6 商品售后服务认证评价指标评分要求

依据 GB/T 27922-2011 标准进行评价，对各项指标采取评分的方法，满分为 100 分，具体分值见表 1，评分表见附件 2。当任何要求因企业及其商品的特点而不适用时，可以考虑对其进行删减。

表 1：商品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

6.3.7 评分结果

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。

评分达到 80 分以上（含 80 分）为本标准的最低要求。80 分以下为评价不合格。

对于评分达到 80 分以上(含 80 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 80 分以上(含 80 分)，三星级售后服务；

b）达到 90 分以上(含 90 分)，四星级售后服务；

c）达到 95 分以上(含 95 分)，五星级售后服务。

6.3.7 服务认证审查报告

本机构为每次评价活动提供书面服务认证审查，服务认证审查包括但不限于以下内容：

1）审查目的、范围和准则；

2）申请组织的基本情况（包括名称、地址等）；

3）抽样及样本信息；

4）审查结果及其说明；

5）与有关认证要求符合性的陈述（包括任何不符合）；

6）报告覆盖的时间段；

7）结论。

6.4 认证决定

本机构应根据对认证过程中收集到的有关信息，包括从认证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）进行复核，并作出认证决定，确定认证等级并颁发认证证书。

对经评价不合格的认证申请组织，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认证申请组织。

7 证书和标志及使用

7.1 认证证书有效期

商品售后服务认证证书的有效期为 3 年。有效期内，认证证书的有效性依据由获证后定期监督结果获得保持。

7.2 认证证书应至少包括以下基本内容：

1）机构的名称及其认证标志；

2）证书持有人的名称、地址及其生产/管理体系提供场所的地址；

3）认证范围；

4）认证所依据的标准；

5）发证日期和认证有效期；

6）证书编号；

7）其他需要标注的内容。

7.3 认证证书和认证标志的使用要求

本机构要求获证组织在认证结果的宣传和使用中，仅就获得认证的范围方面进行有关认证的声明，防止认证证书及其认证标志的误用和滥用。

本机构对获证组织的认证证书和认证标志进行定期检查。

8 获证后监督及再认证程序

8.1 监督

8.1.1 监督原则

为确保获证组织持续满足认证要求，初次认证后的第一次监督审核/审查应在认证证书签发日起 12 个月内进行，此后，监督审核/审查应至少每个日历年（应进行再认证的年份除外）进行一次，且两次监督审核/审查的时间间隔不得超过 15 个月。

注：如有特殊情况可延至 15 个月进行监督审核/审查。为了考虑诸如季节或有限时段的评价认证（例如临时施工场所）等因素，可调整监督审核/审查的频次。

8.1.2 监督内容

监督至少应包括以下内容：

a）获证组织的代表性区域和活动，包括服务体系运行的主控部门、与顾客接触的服务提供过程；

b）依据关键绩效目标和指标对绩效进行的监视、测量、报告和评审；

c）获证组织的任何变更；

d）获证组织开展的持续改进活动；

e）顾客投诉的处理；

f）认证证书、标志的使用情况。

8.1.3 监督结论

当监督的评价结果：

1）总分满足所获认证等级要求时，推荐保持认证。

2）总分高于获证等级时，升为对应等级并换发认证证书。

3）总分低于获证等级时，降为对应等级或撤销认证证书。

8.2 再认证

在认证证书有效日期前 3 个月内，获证组织可向本机构提出再认证申请。

再认证程序与初次认证程序一致。当体系及获证组织的内部和外部环境无重大变化时，再认证可省略文件评价过程，可直接进行现场评价。

再认证审核/审查的时间根据“附件 1”审查时间的相关要求进行确定。如服务管理体系或组织管理机构的运作环境有重大变更时，再认证应该安排文件评价。

当再认证的评价结果：

1）总分满足所获认证星级要求时，换发认证证书。

2）总分高于获证级别时，直接升为对应星级并换发认证证书。

3）总分低于获证级别时，直接降为对应星级或撤销认证证书。

8.3 特殊审核/审查

8.3.1 扩大或缩小认证范围

8.3.1.1 扩大范围

在认证证书有效期内，需要扩大认证范围的获证组织向机构正式提交扩大认证范围的申请和相关文件化信息。机构针对获证组织提出扩大认证范围的申请和相关文件化信息进行评审，并确定任何必要的审核/审查活动，以做出是否可予扩大的决定。扩大认证范围的审核/审查活动可单独进行，也可和对获证组织的监督审核/审查或再认证一起进行。

经机构实施相关审核/审查和审定，确定获证组织在申请扩大认证范围内已满足批准认证资格的条件，同意批准扩大认证范围，换发认证证书。认证证书的证书号和有效期截止日期保持不变，并注明原证书发证日期。

8.3.1.2 缩小范围

在认证证书有效期内，需要缩小认证范围的获证组织应向机构正式提交缩小认证范围的申请，或由审核/审查组通过审核/审查提出缩小获证组织认证范围的建议，并提供理由和证据。机构的审定意见和日常监督结果也可作为认证范围缩小的信息来源和理由。经认证双方沟通后达成一致意见。需要时，获证组织与机构补充签订认证合同/协议。

经机构审定，决定获证组织缩小认证范围后不会对仍保持的认证范围产生影响，满足缩小认证范围批准认证资格的条件，同意批准缩小认证范围，换发认证证书或附件。认证证书的证书号和有效期截止日期保持不变，并注明原证书发证日期。

获证组织在收到换发的认证证书时必须交回或撕毁原认证证书，正确使用缩小/变更范围后的认证证书，同时按缩小/变更的认证范围修改其广告及相关宣传材料。

8.3.2 变更认证证书

当认证证书所覆盖的获证组织名称、注册地址、业务范围、场所地址、认证要求（包括认证标准换版）等内容发生变化，获证方应向本机构提出变更申请，经本机构评定通过后换发认证证书。换发的认证证书应注明发证日期和换证日期。

8.4 非例行监督

当发生下述情况时，可考虑增加非例行监督：

a）获证组织出现严重的事故、媒体曝光或顾客投诉并造成较大影响，经查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、相关职能及资源等；

c）认证依据发生变化时；

d）发生其他特殊情况时。

9 认证证书状态变化

9.1 认证证书的暂停

获证组织有下列情形之一的，机构将暂停其使用认证证书：

（1）组织在证书有效期间受到相关执法监管部门处罚；

（2）被地方认证监管部门发现商品售后服务认证运行存在问题；

（3）组织在证书有效期间经营状态异常，被列入“市场监督管理部门经营异常名录（状态）和严重违法失信企业名单管理”；

（4）商品售后服务认证持续或严重不满足认证要求；

（5）持有的行政许可证明、资质证书、强制性认证证书等过期失效，重新提交的申请已被受理但尚未换证；

（6）组织发生了与其体系有关的重大事故，反映出其体系建立及运行存在重大缺陷；

（7）组织不承担、履行认证合同约定的责任和义务；

（8）组织主动请求暂停；

（9）其他原因。

在暂停期间，获证组织的商品售后服务认证证书暂时无效。认证资格暂停期最长不超过6个月。获证组织从暂停决定之日起停止使用认证证书和认证标志，以及任何其他对认证资格的引用。

9.2 认证证书的恢复

获证组织已针对暂停认证资格的原因采取了有效的纠正措施，产生原因已经消除，认证资格的恢复符合相关的认证要求，同时已证实在暂停期内没有使用、引用认证资格（如广告宣传）和使用认证标志的，机构恢复其认证资格。

9.3 认证证书的撤销

获证组织有下列情形之一的，机构将撤销其认证证书：

（1）审核/审查未通过；

（2）被注销或撤销法律地位证明文件的；

（3）拒绝配合认证监管部门实施的监督检查或对有关事项的询问和调查提供了虚假材料或信息的；

（4）出现重大的产品或服务等质量安全事故，经执法监管部门确认是获证组织违规造成的；

（5）获证组织在证书有效期间有其他严重违反法律法规行为，受到相关执法监管部门处罚的；

（6）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；

（7）没有运行商品售后服务认证或者已不具备运行条件的；

（8）组织不承担、履行认证合同约定的责任和义务；

（9）其他原因。

如果获证组织未能在机构规定的时限内解决造成暂停的问题，机构将撤销或缩小其认证范围。获证组织接到撤销通知后立即将其认证证书交回机构或撕毁，停止使用所有引用认证资格的广告材料。

如果申请组织在认证范围的某些部分持续地或严重地不满足认证要求，机构缩小其认证范围，以排除不满足要求的部分。认证范围的缩小应与认证标准的要求一致。

9.4 认证证书的注销

获证组织有下列情形之一的，机构将注销其认证证书：

（1）获证组织申请注销认证证书；

（2）认证证书有效期届满，未申请延续使用；

（3）因换发新证书而注销旧证书；

（4）其他原因。

10 认证公告

机构在认证计划实施前至少提前 3 日，上报服务认证审查计划。

机构在认证结果产生后 1 日内，将与认证结果相关的认证活动、认证人员、认证对象信息报告至 CNCA“认证认可业务信息统一上报平台”，认证结果包括：服务认证审查结果。

机构在出具服务质量服务认证证书的同时，实时上报服务认证证书信息。

机构将服务质量服务认证证书的暂停、恢复、撤销和注销情况实时上报至 CNCA“认证认可业务信息统一上报平台”并在机构官网进行公告。

证书状态查询途径：

（1）广东中泰认证检测有限公司官网：http://www.cct-group.org.cn

（2）扫描证书上的“证书查询”二维码

11 申诉和投诉

申请组织或获证组织对认证决定有异议时，可在 10 个工作日内向机构提出申诉。机构自收到申诉之日起，在一个月内进行处理，并将处理结果书面通知申诉人。

若申诉人认为机构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，可以直接向认证监管部门投诉。

12 终止审核/审查

发生以下情况时，审核/审查组应向审核管理部报告，经审核管理部审批同意后终止审核/审查。

1）受审核/审查方对审核/审查活动不予配合，审核/审查活动无法进行；

2）受审核/审查方实际情况与申请材料有重大不一致；

3）其他导致审核/审查程序无法完成的情况。

13 附则

本方案由广东中泰认证检测有限公司负责解释。

说明：可通过公司官方客服电话【020-89287530】或官方邮箱 【zhongtairenzheng@163.com】与我们联系获取本规则全文。

附件 1：审核/审查人日要求

商品售后服务认证（初次认证、监督、再认证）基础审核/审查人日要求

拟获证组织有效人数	审核/审查时间（人日）	拟获证组织有效人数	审核/审查时间（人日）
1-65	2.5	2026-2675	7
66-125	3	2676-3450	7.5
126-275	3.5	3451-4350	8
276-425	4	4351-5450	8.5
426-625	4.5	5451-6800	9
626-875	5	6801-8500	9.5
876-1175	5.5	8501-10700	10
1176-1550	6	>10700	递增
1551-2025	6.5		

注 1：一个“审核/审查人日”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审核/审查天数。

注 2：初次认证时，现场审查（至少包括服务特性要求测评和服务管理要求审核）人日数不得低于 2 人日。涉及“住宿服务；食品和饮料服务”“邮政和速递服务”“电力分配服务；通过主要管道的燃气和水分配服务”“金融中介、保险和辅助服务”“科学研究服务”“电信服务；信息检索和提供服务”“教育服务”“卫生保健和社会福利服务”“污水和垃圾处置、公共卫生及其他环境保护服务”等领域的，现场审查人日数不得低于 3 人日。服务特性要求测评的人日数不宜低于服务管理要求审核的人日数，且应当与其工作量相匹配。监督及再认证现场审核/审查通常情况下不能少于 1 人日，否则可能影响审核/审查有效性。

注 3：商品售后服务认证允许增加审核/审查时间的因素：

a）组织的工作在多于一处的建筑物或地点实施，审核/审查时需要复杂的后勤安排，例如必须对一个单独的设计中心实施审核/审查，至少增加 0.5 人日；

b）员工使用多于一种的语言（需要翻译或妨碍单个审核/审查员独立工作），至少增加 0.5 人日；

c）与人员数量相比，现场很大（例如森林），至少增加 0.5 人日；

d）受法规管制的程度较高（例如食品、药品、航天、核能等领域），至少增加 0.5 人日；

e）体系覆盖着高度复杂的过程或数量较多的互不相同的活动，至少增加 0.5 人日；

注 4：为涵盖了两个或以上管理体系标准/规范的管理体系结合审核/审查确定审核/审查时间，如 A+B+C，机构应：

a）分别针对每一个管理体系标准/规范计算所要求的审核/审查时间；

b）将分别计算出的每个管理体系标准/规范的审核/审查时间相加，计算出结合审核/审查时间的起始点 T（例如 T=A+B+C）；

c）考虑可以增加或减少所需审核/审查时间的影响因素，并在确定的起始点 T 基础上调整审核/审查时间；

d）减少审核/审查时间的因素应包括但不限于（可适当减少 0.5 人日）：

1）低风险的产品/过程，危险源少

2）对体系了解(已依据另一标准认证)

3）其他机构已认证，已认证某体系，准备充分

4）体系成熟，有效性高
5）大量雇员从事相同的简单工作
6）与人员数量相比，现场很小
7）过程只涉及到单一现场的基本活动，作业方法相同
8）环境因素少、风险低
9）小型和/（或）欠发达的组织
10）部分员工在组织的场所外工作，能通过记录审查
11）分包情况
12）以前实施的外部审核/审查的结果和有效性
13）其他（如风险评价的结果）

e）增加审核/审查时间的因素应包括但不限于：
1）一体化服务审查较单一的服务审查的复杂性。

注 5：用于审核/审查策划、文件审查、计划、报告等非现场工作时间不得超过总审核/审查人日数的 20%，往返于审核/审查场所之间所花费的时间不纳入审核/审查时间计算。

注 6：监督审查的时间应根据获证组织当前有效人数确定，不少于依据上表所确定的初次认证审查时间的 1/3。再认证审查根据获证组织当前有效人数情况来确定，不少于依据上表所确定的初次认证审查时间的 2/3。

注 7：多场所抽样方案及多场所审查时间：

若认证范围覆盖多个服务场所，每次审查必须对中心职能场所审查。

对涵盖相同活动、过程的多个相似场所可以进行抽样审查，抽样数量应不少于按以下方法计算的结果：初次审查 $Y=\sqrt{x}$，监督审查 $Y=0.6\sqrt{x}$，再认证审查 $Y=0.8\sqrt{x}$。（其中 Y 为抽样数量，结果向上取整；X 为相似场所的总体数量。）

对多个非相似场所，则不应抽样，初审和再认证审查应当逐一到各场所进行审查。监督审查应抽取不少于 30%的场所进行审查，第二次监督审查选取的场所通常不同于第一次监督审查所选取的场所。

附件 2：商品售后评价指标评分表

商品售后评价指标评分表

组织名称： 审查员： 审查时间：

板块	序号	标题	检查内容	小类分值	维度	得分比例	现场评审记录	具体得分
5.1 售后服务体系（40 分）	5.1.1	组织架构（4 分）	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	1	A1	0		
			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	3	A2	0		
			5.1.1.3 可通过自建或委托设立服务网点。	0	A3	0		
	5.1.2	人员配置（6 分）	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	2	A4	0		
			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	4	A5	0		
	5.1.3	资源配置（6 分）	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	2	A6	0		
			5.1.3.2 售后服务组织应提供内部保障，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。	2	A7	0		
			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。	2	A8	0		
	5.1.4	规范要求（6 分）	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	4	A9	0		
			5.1.4.2 制订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	2	A10	0		
	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	1	A11	0		

		（7分）	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	6	A12	0		
	5.1.6	改进（5分）	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	2	A13	0		
			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	1	A14	0		
			5.1.6.3 通过国家认可的相关品牌、安全或管理认证	1	A15	0		
			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	1	A16	0		
	5.1.7	服务文化（6分）	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	1	A17	0		
			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	2	A18	0		
			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	3	A19	0		
5.2 商品服务（35分）	5.2.1	商品信息（6分）	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	1	B1	0		
			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	2	B2	0		
			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	1	B3	0		
			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	1	B4	0		
			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	1	B5	0		
	5.2.2	技术支持（6分）	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	1.5	B6	0		
			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	1.5	B7	0		
			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	1.5	B8	0		
			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	1.5	B9	0		
	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	1	B10	0		

		（4 分）	5.2.3.2 对顾客所承诺的送货范围、送货时间及时兑现	3	B11	0		
	5.2.4	维修（10 分）	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	1	B12	0		
			5.2.4.2 按国家法律法规有关要求提供包修和保修服务	1	B13	0		
			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	3	B14	0		
			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	1	B15	0		
			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	3	B16	0		
			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	1	B17	0		
	5.2.5	质量保证（7 分）	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	1	B18	0		
			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	1	B19	0		
			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	2	B20	0		
			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。	1	B21	0		
			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	2	B22	0		
	5.2.6	废弃商品回收（2 分）	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	1	B23	0		
			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。	1	B24	0		
5.3 顾客服务（25 分）	5.3.1	顾客关系（15 分）	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	3	C1	0		
			5.3.1.2 设立邮箱，能够提供在线服务功能	2	C2	0		
			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	3	C3	0		
			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/T10409 执行	5	C4	0		
			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	2	C5	0		
	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	2	C6	0		

		（10分）	5.3.2.2 及时反馈和处理顾客投诉，有效解决顾客投诉	7	C7	0		
			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	1	C8	0		
特别项	特别扣分项	超过5分不通过	c 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	1	D1	0		
	特别加分项	最多1分	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	1	D2	0		
合计								

评分要求：
1）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；
2）除上述条款涉及的内容，扣分均为定性进行，不符合则扣除该评价指标全部分值；如：“明示商品的报修期限”；
3）应当评审评分项中的所有方面，特别是对组织具有重要性的方面，即：必须考虑在品牌评价的过程中对关键因素的重要度；
4）给一个评分项评分时，首先判定哪个分数范围总体上“最适合”企业在本评分项达到的水平。总体上“最适合”并不要求与评分范围内的每一句话完全一致，允许在个别要素上有所差距；
5）企业品牌达到的水平是依据对评价准则中所有要素的综合评价的结果，并不是专门针对某一个要素进行评价或对每一个要素评价后进行平均的结果；
6）在适合的范围内，实际分数根据企业品牌的水平与评分要求相接近的程度来判定。

附件 3：服务领域划分表

服务领域划分表

分组代码	技术领域名称	专业代码和内容
SC-01	无形资产和土地服务	01.00
		511 金融资产和负债
		512 非金融无形资产
		521 农用地
		522 建设用地
		529 其他土地
SC-02	建筑工程和建筑物服务	02.00
		531 建筑物
		532 土木工程建筑
		541 建筑物的一般建筑服务
		542 土木工程建筑的一般建筑服务
		543 建筑工地的准备服务
		544 预制构件的组合和装配服务
		545 专门行业建筑服务
		546 安装服务
		547 建筑物竣工和精修服务
		548 配有操作员的建筑物或土木工程的建造或拆除设备的租赁服务
SC-03	批发业和零售业服务	03.00
		611 批发业服务
		621 非专卖店零售业服务
		622 专卖店零售业服务
		623 邮购零售业服务
		624 其他无店铺零售业服务
		625 在收费或合同基础上的零售业服务
SC-04	住宿服务;食品和饮料服务	04.00
		631 住宿服务
		632 食品供应服务
		633 店内饮用饮料的供应服务
SC-05	运输服务(陆路运输服务、水运服务、空运服务、支持性和辅助运输服务)	05.00
		641 铁路运输服务
		642 公路运输服务
		643 管道运输服务
		651 沿海和远洋运输服务
		652 内河运输服务
		661 航空客运服务
		662 航空货运服务
		663 空间运输服务
		664 配备驾驶员的航空器出租服务
		671 货物装卸服务
		672 储存和仓储服务
		673 导航服务

		674 铁路运输支持性服务
		675 公路运输支持性服务
		676 水运支持性服务
		677 航空或空间运输支持性服务
		678 旅行社、旅行社经营者和导游服务
		679 辅助性和其他支持性运输服务
SC-06	邮政和速递服务	06.00
		681 邮政和速递服务
SC-07	电力分配服务；通过主要管道的燃气和水分分配服务	07.00
		691 电力分配服务及通过主要管道的燃气和水分配服务
		692 通过主要管道的水分配服务
SC-08	金融中介、保险和辅助服务	08.00
		711 金融中介服务
		712 投资银行业务服务
		713 保险和养老金服务
		714 再保险服务
		715 金融中介辅助服务，保险和养老金的辅助服务除外
		716 保险和养老金辅助服务
SC-09	不动产服务	09.00
		721 有关自有的或租赁财产的不动产服务
		722 在收费或合同基础上的不动产服务
SC-10	不配备操作员的租赁或出租服务	10.00
		731 不配备操作员的机械和设备的租赁和出租服务
		732 其他货物的租赁或出租服务
		733 批准无形资产使用权
SC-11	科学研究服务(研究和开发服务；专业、科学和技术服务；其他专业、科学和技术服务)	11.00
		811 自然科学和工程学的研究与实验开发服务
		812 经济学的研究与实验开发服务
		813 跨学科的研究与实验开发服务
		821 法律服务
		822 会计、审计和簿记服务
		823 有关征税的咨询服务
		824 破产与破产产业的清算和接管服务
		831 咨询和管理服务
		832 建筑、城市规划和景观建筑服务
		833 工程服务
		834 专门设计服务
		835 科学和其他技术服务
		836 广告服务
		837 市场研究和民意测验服务
		838 摄影服务和照片冲洗加工服务
		839 其他未另归类的专业、科学和技术服务
SC-12	电信服务；信息检索和提	12.00

	供服务	841 电信服务
		842 在线访问服务
		843 在线信息提供服务
		844 通讯社服务
		845 图书馆和档案馆服务
SC-13	支持性服务	13.00
		851 职业介绍所服务和提供人员服务
		852 安全服务
		853 清洁服务
		854 包装服务
		859 其他支持性服务
SC-14	在收费或合同基础上的生产服务	14.00
		861 农业、畜牧业、林业和渔业服务
		862 采矿业服务和电、燃气和水分配服务（在收费或合同基础上）
		863 创造业服务
		864 金属制品、机械和设备制造业服务
		865 安装服务
		869 其他制造业服务
SC-15	保养和修理服务	15.00
		871 金属制品、机械和设备的保养和修理服务
		872 其他物品的修理服务
SC-16	公共管理和整个社区有关的其他服务；强制性社会保障服务	16.00
		911 政府的行政管理服务
		912 对外事务、军事、法院等管理服务
		913 强制性社会保障计划的行政管理服务
SC-17	教育服务	17.00
		921 初等教育服务
		922 中等教育服务
		923 高等教育服务
		929 其他教育和培训服务
SC-18	卫生保健和社会福利服务	18.01 人体健康服务
		18.02 兽医服务
		18.03 养老及其他社会福利服务
SC-19	污水和垃圾处置、公共卫生及其他环境保护服务	19.00
		941 污水处理服务
		942 垃圾处置服务
		943 公共卫生及类似服务
		949 其他未另归类的环境保护服务
SC-20	成员组织的服务；国外组织和机构的服务	20.00
		951 企业、雇主和专业性组织提供的服务
		952 工会提供的服务
		990 国外组织和机构提供的服务
SC-21	娱乐、文化和体育服务	21.00
		961 视听和有关服务

		962 表演艺术和其他现场娱乐活动表演及宣传服务
		963 表演艺术家和其他艺术家提供的服务
		964 博物馆和保护服务
		965 体育和娱乐性体育服务
		966 运动员服务和有关的支持性服务
		969 其他游乐和娱乐服务
SC-22	家庭服务	22.00
		980 家庭服务

本规则适用认证领域为：

分组代码	技术领域名称	专业代码和内容
SC-03	批发业和零售业服务	03.00
		611 批发业服务
		621 非专卖店零售业服务
		622 专卖店零售业服务
		623 邮购零售业服务
		624 其他无店铺零售业服务
		625 在收费或合同基础上的零售业服务

附件 4：服务认证模式

服务认证模式为：服务能力确认或验证+服务管理审核

附件 5：服务特性测评相关要求

服务认证评价			
审查模式	**审查内容**	**审查记录**	**支持材料**
□模式 A：服务特性检验	公开：		
	神秘顾客（暗访）		
□模式 B：服务特性检测	公开：		
	神秘顾客（暗访）		
□模式 C：服务设计审核	按照相关标准要求审查		
□模式 D：服务管理审核	按照相关标准要求审查		

注：若选择调查问卷的方式，请一起附上调查问卷。