



商品售后服务认证实施规则

编 号：BAC-FR01-2021

版本号：B/0

编 制：王璋瑛

审 批：王国松

2018-4-1 编制

2025-06-25 第二次修订

2019-12-30 批准

北京航标时代检测认证有限公司

目录

1 目的与范围	3
2 认证依据及规范性引用文件	3
2.1 认证依据	3
2.2 规范性引用文件	3
3 术语与定义	3
4 认证方案和认证制度	5
5 认证程序	5
5.1 认证申请	5
5.2 认证模式及领域划分	7
5.3 现场评价的准备	10
5.4 初次认证评价	11
5.5 认证决定	13
5.6 商品售后服务评价体系与其他管理体系	13
5.7 监督评价	13
5.8 再认证	14
5.9 特殊评价	15
5.10 暂停、注销、撤销认证或缩小认证范围	15
6 认证证书	17
6.1 证书内容	17
6.2 证书编号	18
6.3 对获证组织正确宣传认证结果的控制	18
7 对获证组织的信息通报要求及响应	18
7.1 信息通报要求	18
7.2 信息通报响应	19
附件一：商品售后服务评价的方式和方法	20
1. 总体要求	20
2. 评分	20
3. 评分结果	21
4. 售后服务评价指标评分细则	21

1 目的与范围

本规则用于规范北京航标时代检测认证有限公司（以下简称“航标时代”）开展商品售后服务认证活动，以评价申请组织服务能力满足特定服务规定要求。

2 认证依据及规范性引用文件

2.1 认证依据

GB/T 27922-2011 《商品售后服务评价体系》

2.2 规范性引用文件

《中华人民共和国认证认可条例》

《认证机构管理办法》

GB/T 27007 《合格评定 合格评定用规范性文件的编写指南》

GB/T 27060 《合格评定 良好操作规范》

GB/T 27065 《合格评定 产品、过程和服务认证机构要求》

GB/T 27067 《合格评定 产品认证基础和认证方案指南》

GB/T 27207 《合格评定 服务认证模式选择与应用导则》

CNAS-SC 25 《服务认证机构认可方案》

GB/T 19011 《管理体系审核指南》

GB/T 19000 《基础和术语》

GB/T 7635-2 《全国主要产品分类与代码第 2 部分不可运输产品》；

CNAS-GC 25 《服务认证机构认证业务范围及能力管理实施指南》；

SB/T 10409 《商业服务业顾客满意度测评规范》

SB/T 10962 《商品经营企业服务质量评价体系》

3 术语与定义

3.1 服务认证

服务认证是对服务提供者的管理及服务水平是否达到相关标准要求的合格评定活动。

注 1：相关规定可以是国际标准、国家标准、行业标准、企业标准或规范、企业合同等。

注 2：合格评定：“格”是规定要求，是基准线，是承诺的履行和顾客的认可。

注 3：管理和服务水平：管理是对互动过程的管理，不涉及其他的管理。服务认证和服务质量体系认证是不同的，两者就是互为补充的关系。服务认证是服务质量体系认证的结果和体现，服务质量体系认证是服务认证的保障。服务认证是对前台服务接触过程及其结果进行的认证，而服务的后台则由以 ISO 9001 为代表的体系认证来保障。

注 4：评定活动：按照服务水平定义是可以分为等级的，例如星级评定。

3.2 售后服务管理师

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 服务认证审查员

具备资质，从事评价审查的专业人员，本规则中服务认证审查员等同 GB/T 27922-2011《商品售后服务评价体系》的评审员。

3.4 评价

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

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

具体的、可观察的、可测量的评价内容。

3.7 售后服务

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服务。

3.8 评价发现

将收集的评价证据对照评价准则进行评价的结果（参考审核发现）。

注 1：审查发现表明符合或不符合，本规则对符合或不符合进行打分。

3.9 特性

可区分的特征。

注 1：特性可以是固有的或赋予的。

注 2：特性可以是定性的或定量的。

注 3：有各种类别的特性，如：

- a) 物理的(如:机械的、电的、化学的或生物学的特性)；
- b) 感官的(如:嗅觉、触觉、味觉、视觉、听觉)；
- c) 行为的(如:礼貌、诚实、正直)；
- d) 时间的(如:准时性、可靠性、可用性、连续性)；
- e) 人因工效的(如:生理的特性或有关人身安全的特性)；
- f) 功能的(如:飞机的最高速度)。

[GB/T 19000-2016, 定义 3.10.1]

3.10 测评

查明一个或多个特性(3.9)及特性值的活动。

4 认证方案和认证制度

服务认证分为初次认证评价、监督评价和再认证评价，认证证书有效期三年。

商品售后服务能力评价采用评分方式，对申请组织的服务水平进行打分，依据分值评价申请组织服务水平是否达标，并对服务能力实施星级评价。

5 认证程序

5.1 认证申请

5.1.1 公开信息

航标时代制定公开文件，向申请认证的社会组织（以下称申请组织）至少公开以下信息：

- 1) 认证范围；
- 2) 认证工作程序；
- 3) 认证依据；
- 4) 证书有效期；
- 5) 认证收费标准。

5.1.2 航标时代要求申请组织的授权代表至少提供以下必要的信息：

- 1) 法人资格证明（工商营业执照、事业单位法人证书或社会团体法人登记证书）；
- 2) 取得相关法规规定的行政许可文件（适用时，如化学品销售及售后服务）；
- 3) 从事的业务活动符合中华人民共和国相关法律、法规、商品售后服务评价体系标准和有关规范的要求；
- 4) 对商品售后服务认证范围涉及的业务活动的描述，包括利用商品售后服务为内部或外部顾客的业务过程提供支持的说明；
- 5) 已按认证依据和相关要求建立和实施了文件化的商品售后服务评价体系；
- 6) 体系有效运行3个月以上，并且已完成内部评价和管理评审。

5.1.3 上述（5.1.2）必要的信息应能够确定：

- 1) 申请组织的行业类别和服务要求；
- 2) 申请认证的范围；
- 3) 申请组织的一般特征，包括其名称、物理场所的地址、利用商品售后服务为内部或外部顾客的业务过程提供支持的说明、过程和运作的重要方面以及任何相关的法律义务；
- 4) 申请组织与申请服务认证的领域相关的一般信息，包括其活动、人力与技术资源，以及适用

时，其在一个较大实体中的职能和关系；

5) 申请组织采用的所有影响符合性的外包过程的信息；

6) 接受与商品售后服务评价体系有关的咨询的情况。

5.1.4 申请评审与评价方案策划

5.1.4.1 申请评审与受理

航标时代根据认证依据、程序等要求，及时对申请组织提交的申请文件和资料进行评审并保存评审记录，以确保：

1) 识别申请组织的行业类别和与之相应的商品售后服务提供过程的特性和服务要求；

2) 掌握国家、行业和航标时代对商品售后服务评价体系认证的管理要求；

3) 申请组织及其管理体系的信息充分，可以进行评价；

4) 认证要求已有明确说明并形成文件，且已提供给申请组织；

5) 解决了航标时代与申请组织之间任何已知的理解差异；

6) 航标时代有能力并能够实施认证活动；

7) 考虑了申请的认证范围、申请组织的运作场所、完成评价需要的时间和任何其他影响认证活动的因素；

8) 保持了决定实施认证的的理由的记录。

5.1.4.2 评价方案策划

1) 航标时代应对整个认证周期制定审查方案，确定适宜的评价时机、评价方式、抽样方案等，以使审查组能够按规定的要求，针对认证范围内有代表性的服务过程进行评价，在合同签订前，评价方案需经组织确认。

2) 评价方案应包括初次认证评价、监督评价及再认证评价。第一个三年的认证周期从初次评价认证决定算起，以后的周期从再认证决定算起。评价方案的确定和任何后续调整，应考虑组织的规模、不同商品售后服务的特点、服务运作的复杂程度、场所数量、服务连续性、多场所抽样方案，以及经过证实的服务水平和以往评价的结果（再认证时）。

3) 初次认证评价后的第一次监督评价，应在认证决定日期起 12 个月内进行。此后，监督评价应至少每个日历年（应进行再认证的年份除外）进行一次，且两次监督评价之间不应超过 15 个月。航标时代应合理策划监督评价的时间间隔或频次。当获证组织商品售后服务发生重大变更，或出现重大的服务质量或顾客投诉时，应增加监督评价的频次。

4) 当组织的服务覆盖了多个场所时，应对包括中心职能在内的所有场所实施抽样，以确保评价的有效性，多场所抽样方案可参考 CNAS-CC11《多场所组织的管理体系审核与认证》。

5) 如果组织采用轮班作业, 应在制定评价方案时考虑在轮班工作中发生的活动。

6) 当组织将重要的服务过程采用委托外包时, 除非被委托服务组织的被委托服务活动已获得相应的服务认证, 否则应对委托服务过程实施现场评价。

7) 根据本规则的要求, 策划评价方式, 包括管理要求审核和服务特性测评。

8) 评价时间的策划, 共包括管理要求审核时间和服务特性测评时间。评价时间策划主要按下列要求进行:

a) 通用管理要求审核时间参考 CNAS-CC105: 2020《确定管理体系审核时间》中质量管理体系审核时间的相关要求。

b) 可根据服务的复杂程度、多场所、样本选取量等, 策划服务特性测评时间, 每个场所测评时间不少于 0.5 个人日, 大于 1 个服务场所时, 每个服务场所 0.25 人日, 应留存为每次评价计算时间(包括现场审核时间)的记录, 必要时可以合理的增加或减少评价时间, 记录其理由。使用 ICT 方式远程评价时, 不宜减少评价时间。

5.1.5 签订认证合同

可受理的申请组织, 对评价方案认可确认后, 与航标时代签订具有法律效力的书面认证合同或等效文件。认证合同或等效文件应明确服务认证所覆盖的范围以及双方应当承担的责任、权利和义务。

5.2 认证模式及领域划分

5.2.1 可选模式

5.2.1.1 服务认证模式由服务特性测评和服务管理审核两部分组成, 建立、选择和应用服务认证模式时宜考虑对服务特性测评和服务管理审核的技术需求和适宜性。

5.2.1.2 服务认证模式应针对特定的服务及其服务管理的特征, 适用于服务特性测评和服务管理审核活动。

5.2.1.3 可选服务认证模式, 包括但不限于:

- a) 公开的服务特性检验, 简称模式 A;
- b) 神秘顾客(暗访)的服务特性检验, 简称模式 B;
- c) 公开的服务特性检测, 简称模式 C;
- d) 神秘顾客(暗访)的服务特性检测, 简称模式 D;
- e) 顾客调查, 简称模式 E;
- f) 服务足迹测评, 简称模式 F;

g)服务能力确认或验证，简称模式 G；

h)服务设计审核，简称模式 H；

i)服务管理审核，简称模式 I。

5.2.1.4 服务特性检验和（或）检测，可统称为服务特性测评，其中：

a)服务特性检验，又称服务体验感知，针对以定性服务特性指标为主实施测评；

b)服务特性检测，又称服务体验测量，针对以基于服务特性体验形成行为和情绪等相关参数的定量指标实施测评。

注：服务特性检测基于行为认知科学技术和行为测量理论，对服务体验者的生理、心理等相关参数信息和数据进行测量、分析和判断。

5.2.1.5 顾客调查针对服务体验者就该项服务功能特性满足规定要求的程度开展调查。适用时，可采集顾客满意度调查的相关信息和数据。

注：顾客调查作为一种服务认证模式时，不等同于顾客满意度调查。

5.2.1.6 针对具有技术含量高、经济成本高和（或）服务体验风险高等特征的服务实施以定量为主的测评时，服务足迹测评可作为适用的认证模式。

5.2.1.7 服务能力确认或验证可作为服务特性测评的认证模式，也可作为服务管理审核的认证模式，可用于定性对象，也可用于定量对象。

5.2.1.8 服务管理能力审核包括服务设计审核和服务管理审核，具有或承担设计职责的服务组织在提供并交付该项服务时还应实施专门的设计审核。

5.2.2 模式的选择与应用

5.2.2.1 总则

1)服务认证模式的选用宜考虑拟认证的特定服务所处业态、接触方式和特性结构及其风险状况。

2)服务认证模式的选用宜考虑认证审查员和审查组的综合评价能力与资源的需求，包括：人力资源、技术资源和设备 / 设施资源。

3)服务认证模式选用宜包含一个完整的认证周期，且考虑服务认证类型的技术特征。

5.2.2.2 模式的选择

1)服务认证模式的选择宜考虑服务接触方式、服务技术媒介和服务环境的风险状况，以及服务认证类型等因素。

2)由服务接触方式决策选用认证模式时，宜：

a)“人—人”接触时，采用神秘顾客（暗访）测评；

b)“人—机”或“机—人”接触时，采用公开和神秘顾客（暗访）测评相结合；

c) “机—机”接触时，采用公开测评。

3) 由服务技术媒介决策选用认证模式时，诸如互联网环境下的服务，其服务质量或安全认证模式宜选用：服务足迹测评和服务管理审核的组合模式。

4) 由服务环境的风险状况决策选用认证模式时，如医疗服务之脑外科手术服务，其服务质量认证模式宜选用：顾客调查和服务管理审核的组合模式；或者顾客调查、服务能力确认或验证和服务管理审核的组合模式。

5) 由服务认证类型决策选用认证模式时，诸如燃油供热服务，其服务的生态认证模式宜选用：服务足迹测评和服务管理审核的组合模式。

注：3) 至 5) 所涉及的服务认证，如果具有或承担设计职责的服务组织，在提供并交付该项服务时需要实施专门的设计审核。

5.2.2.3 模式的应用

1) 服务认证模式应用宜考虑初次认证、再认证和持续监督评价等活动各自所适用的认证模式。

2) 通常，在服务认证中宜采用组合的认证模式，确保满足服务特性测评和服务管理审核活动要求。

3) 服务认证方案宜给出不同的认证评价性质所对应的服务认证模式及其组合，并界定是否具有服务设计职责。

4) 基于 5.2.1.3, 具有设计职责的服务认证模式及其组合，通常可供选择与使用为：

a) 初次认证：

— A+F+G；或

— B+F+G；或

— C+F+G；或

— D+F+G；或

— E+F+G；或

— A+B+F+G；或

— C+D+F+G；或

— C+E+F+G；或

— D+E+F+G；或

— A+B+C+D+E+F+G 等。

b) 再认证：可基于上一个认证周期的综合评价结果，采用初次认证确定的服务认证模式及其组合，或予以简化，包括其样本量的变化。

c) 认证保持（或监督评价）：可根据上一次的评价结果，调整或交替使用服务特性测评和服务管理 审核模式，如服务设计审核未必需要每次监督评价实施。

注：A+B+C+D+E+F+G 服务认证模式组合适用于互联网环境下高风险的服务认证。

5) 基于 5.2.1.3, 没有设计职责的服务认证模式及其组合，通常可供选择与使用为：

a) 初次认证：

- A+G；或
- B+G；或
- C+G；或
- D+G；或
- E+G；或
- A+B+G；或
- C+D+G；或
- C+E+G；或
- D+E+G；或
- A+B+C+D+E+G 等。

b) 再认证和认证保持（或监督评价）：可按照 5.2.2.3/4) b) 和 c) 的内容。

注：A+B+C+D+E+G 服务认证模式组合适用于互联网环境下高风险的服务认证。

6) 服务认证模式的应用宜考虑并平衡认证风险和成本，以及认证不确定性和可信性等关系问题。

5.3 现场评价的准备

5.3.1 确定审查组

5.3.1.1 服务认证评价人员必须取得服务认证审查员资格，售后服务评价体系中的评审员等同服务认证审查员。

5.3.1.2 审查组应由取得服务认证审查员注册资格的人员组成，必要时可以补充技术专家以增强审查组的技术能力。

5.3.1.3 具有商品售后服务法规等方面的特定知识的技术专家可以成为审查组成员。技术专家应在服务认证审查员的监督下进行工作，可就受评价方管理体系中技术充分性事宜为服务认证审查员提供建议，但技术专家不能作为服务认证审查员独立从事评价工作。

5.3.2 确定评价人日

根据申请组织的规模、特性、业务复杂程度、商品售后服务评价体系涵盖的范围、认证要求和其承担的风险等因素核算并确定评价人日，以确保评价的充分性和有效性。

5.4 初次认证评价

初次认证评价分为第一阶段和第二阶段进行。第一阶段与第二阶段现场评价间隔应不少于 0.5 天且不多于 6 个月。

初次评价模式依据 5.2.2.3 要求进行选择。

5.4.1 第一阶段评价

5.4.1.1 第一阶段评价方式、目的和内容

第一阶段评价应在申请组织的现场或非现场进行，评价内容主要是了解服务管理和服务规范的实现情况，确定能否进行第二阶段评价，包括：

1) 评价申请组织的商品售后服务评价体系文件是否符合 GB/T 27922-2011《商品售后服务评价体系》要求，包括组织架构、人员配置、资源配置、规范要求、监督、改进、商品服务、顾客服务等内容，以评价申请组织理解和实施商品售后服务评价体系标准要求的情况；

2) 了解申请组织是否制定了《服务规范》并有效实施；

3) 了解申请组织的服务文化，是否建立服务方针和目标及其实现情况？

4) 评价申请组织是否系统而充分地识别与所提供的服务相关的法律法规和其他要求及其遵守情况；

5) 评价第二阶段评价所需资源的配置情况；

6) 评价申请组织是否策划和实施了内部评价与管理评审；

7) 评价申请组织的运作场所和现场的具体管理情况，并与申请组织的人员进行讨论，商定第二阶段评价的细节，能否证明其已为具备第二阶段评价的条件。

5.4.1.2 第一阶段进行非现场评价的条件

在下列情况，第一阶段评价可以不在申请组织现场进行，但应记录未在现场进行的原因：

1) 申请组织已获航标时代颁发的其他有效认证证书，航标时代已对申请组织有充分了解。

2) 航标时代有充足的理由证明申请组织的售后服务的技术特征明显、过程简单，通过对其提交文件和资料的评审可以达到第一阶段评价的目的和要求。

3) 申请组织获得了其他经认可机构认可的机构颁发的有效的售后服务认证证书，通过对其文件和资料的评审可以达到第一阶段评价的目的和要求。

除以上情况之外，第一阶段评价应在受评价方的服务现场进行。

审查组应将第一阶段评价情况形成书面文件告知申请组织。对在第二阶段评价中可能被判定为不符合项的重要关键点，要及时提醒申请组织特别关注。

5.4.1.3 第一阶段评价结果

将第一阶段评价发现形成文件，包括问题清单和报告等，并告知申请组织，包括识别任何引起关注的、在第二阶段评价中可能被判定为不符合的问题。

5.4.2 第二阶段评价

5.4.2.1 第二阶段评价方式

第二阶段评价应在具备实施认证评价的条件下在申请组织的场所进行。如果第一阶段评价提出影响实施第二阶段评价的问题，这些问题应在第二阶段评价前得到解决。

5.4.2.2 第二阶段评价的目的

通过在申请组织的现场进行系统、完整地评价，评价申请组织服务能力是否符合规定要求，并判断是否推荐认证注册。

5.4.2.3 第二阶段评价的内容

1) 重点关注申请组织是否充分识别了商品售后服务过程，并证实与申请组织的商品售后服务活动是相适应的；

2) 申请组织证实其对商品售后服务过程的分析和运作实施了适当的控制措施，评价内容主要有三个方面：服务管理（组织架构、人员配置、资源配置、规范要求、监督、改进、服务文化）；商品服务（商品信息、技术支持、配送、维修、质量保证、废弃商品回收等）、顾客服务（顾客关系、投诉处理等）；

3) 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：服务管理审核；服务特性测评（必要时暗访）。

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，应是审查组的审查员。

审查组依据 GB/T 27922-2011《商品售后服务评价体系》标准要求进行评价。具体指标、分值及评价细则参见本规则附件一。

5.4.2.4 第二阶段评价的结果

审查组根据第二阶段评价发现，得出现场评价结论，并出具现场评价报告。具体按附件一：《商品售后服务评价方法》进行打分。

5.4.2.5 初次评价结论

审查组应该对第一阶段和第二阶段评价中收集的所有信息和证据进行汇总分析，根据评价发现进行打分，并就评价结论达成一致。初次评价结论共分为二种：总分为 100 分，70 分以下或特别扣分项达 5 个（含）以上为评价不合格，对 70 分（含）以上且特别扣分项低于 5 个为评价合格，并分为四个级别，见附件一。

5.5 认证决定

5.5.1 认证决定原则与要求

5.5.1.1 参加评价人员不能再作为认证决定人员实施认证决定。

5.5.1.2 航标时代在对评价报告及相关评价材料进行综合评价基础上，复核并作出认证决定。

5.5.1.3 航标时代以认证过程中收集的信息和其他相关信息为基础，以充分的证据证实，申请组织已建立了商品售后服务评价体系并有效实施且将得到保持，同时建立了自我完善机制，按规定的要求实施了管理评审和内部评价，评价结果为70分（含）以上，方可决定申请组织通过认证，并按所得分数评定星级。

5.5.2 认证决定结果

5.5.2.1 对于通过认证的申请组织，向其颁发商品售后服务认证证书。

5.5.2.2 对于未通过认证的申请组织，应以书面的形式明示其不能通过认证的原因。

5.6 商品售后服务评价体系与其他管理体系

5.6.1 文件的整合

只要商品售后服务评价体系以及与其他管理体系的适当接口能够清楚地被识别，可以允许申请组织将商品售后服务评价体系文件与其他管理体系文件（例如，质量管理体系、环境管理体系，职业健康安全管理体系等）相结合。

5.6.2 管理体系结合评价

5.6.2.1 可以仅提供商品售后服务评价体系认证服务，或结合商品售后服务评价体系认证提供其他管理体系认证服务。有程序确保在结合评价的情形下，对诸如评价范围的界定、评价时间的确定、评价方案的策划等进行有效的管理。

5.6.2.2 可以把商品售后服务评价体系评价和其他管理体系审核相结合，但是这种结合必须以评价活动满足商品售后服务评价体系认证所有要求为前提，并且评价的质量不应由于结合评价而受到负面影响。在评价报告中，应清晰体现所有与商品售后服务评价体系有关的重要要素的描述并易于识别。

5.7 监督评价

5.7.1 监督评价频次

在证书有效期内，定期进行两次监督评价。第一次监督评价日期从初次评价认证决定之日开始计算，一般在12月内进行。监督评价应在一个日历年内完成，如有特殊限制条件不能进行监督评价的组织，如由于获证组织业务运作的时间（季节）特点及其内部评价安排等原因，可以合理选取和

安排监督时机，第二次监督评价时间自第一次现场评价时间起，可延长至 15 个月内完成。

在认证证书有效期内的监督评价必须覆盖商品售后服务评价体系认证范围内的所有业务活动。当获证组织商品售后服务评价体系发生重大变更，或发生重大问题、服务质量事故、客户投诉等情况时，航标时代视情况可增加监督评价的频次。

5.7.2 监督评价应包括，但不限于以下内容：

- 1) 体系保持和变化情况；
- 2) 顾客投诉情况；
- 3) 涉及商品售后服务范围的变更；
- 4) 内部评价与管理评审；
- 5) 对上次评价时提出的不符合所采取纠正措施的审查；
- 6) 标志的使用和（或）任何其他对认证资格的引用；
- 7) 适当时，其它选定的范围。

监督评价内容可抽样，抽样只限于人员和资源管理，其他内容不可以抽样。

监督评价模式依据 5.2.2.3 要求进行选择。

5.7.3 监督评价结果

对于监督评价合格的获证组织，评价分数达总评价项总分 70%（含）以上，航标时代应作出保持其商品售后服务认证资格的决定，并向申请组织发放保持书，否则，应暂停、撤销或注销相应的认证资格，并向申请组织发放通知书。

5.7.4 特殊情况下的监督评价

在证书有效期内，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：

- 1) 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；
- 2) 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；
- 3) 认证依据发生变化时；
- 4) 相关方对获证组织进行多次投诉；
- 5) 发生其他特殊情况时，如顾客要求等。

5.8 再认证

认证证书有效期满前，航标时代根据获证组织的申请对获证组织实施再认证，以保证商品售后服务评价体系认证证书持续有效。

5.8.1 再认证评价的策划与实施

5.8.1.1 航标时代应策划和实施再认证评价，以评价获证组织是否持续满足商品售后服务评价体系标准和相关的认证规范性文件的所有要求。再认证评价模式依据 5.2.2.3 要求进行选择。

5.8.1.2 再认证评价应考虑商品售后服务评价体系在认证周期内的绩效，包括调阅以前的评价报告等。

5.8.1.3 当获证组织商品售后服务评价体系或其运作环境有重大变更时，航标时代应有程序确保对再认证评价活动可能需要进行的第一阶段评价实施管理，正常情况下再认证不进行第一阶段评价。

5.8.1.4 对于多场所认证或依据多个管理体系标准进行的认证，再认证评价的策划应确保现场评价具有足够的覆盖范围，以提供对商品售后服务评价体系认证的信心。

5.8.2 再认证结果控制

5.8.2.1 再认证程序应与商品售后服务评价体系认证评价的要求保持一致。

5.8.2.2 航标时代应根据再认证评价的结果，以及认证周期内的体系评价结果和认证使用方的投诉，作出是否更新认证的决定。

5.9 特殊评价

5.9.1 扩大认证范围

对于已授予的认证，航标时代应对获证组织扩大认证范围的申请进行评审，策划并实施必要的评价活动，并在该评价活动中验证获证组织的商品售后服务评价体系的适宜性和有效性，评价分数达总评价项总分 70%（含）以上，以作出是否可予扩大的决定。扩大认证范围的评价活动可单独进行，也可和对获证组织的监督评价或再认证一起进行。

5.9.2 其他类型评价

航标时代为调查投诉、对变更做出回应或对被暂停认证资格的获证组织进行追踪，可能需要在提前较短时间通知获证组织后对其进行评价。评价前应做以下准备工作：

- 1) 航标时代应向获证组织说明并使其提前了解将在何种条件下进行此类评价；
- 2) 航标时代应在指派审查组时，确保审查组成员与申请组织无任何利益冲突。

5.10 暂停、注销、撤销认证或缩小认证范围

5.10.1 航标时代制定暂停、注销或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。航标时代依照管理制度对认证证书进行暂停、注销或撤销处理，不得随意暂停或撤销认证证书。

5.10.2 暂停证书

5.10.2.1 获证组织有以下情形之一的，航标时代将在调查核实后的5个工作日内暂停其认证证书。

(1) 商品售后服务评价体系持续或严重不满足认证要求，包括对商品售后服务评价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) 持有的与商品售后服务评价体系范围有关的行政许可证明、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的。

(5) 主动请求暂停的。

(6) 其他应当暂停认证证书的。

5.10.2.2 认证证书暂停期不得超过6个月。但属于5.10.2.1第(4)项情形的暂停期可至相关单位作出许可决定之日。

5.10.2.3 航标时代在公司网站公开暂停认证证书的信息，并将暂停信息上报认监委，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、认证标识或引用认证信息。

5.10.3 撤销证书

5.10.3.1 获证组织有以下情形之一的，航标时代将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) 在国家企业信用信息公示系统中被列入“严重违法失信名单”的。

(3) 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。

(4) 拒绝接受国家监督抽查的。

(5) 出现重大的服务质量安全事故，经执法监管部门确认是获证组织违规造成的。

(6) 有其他严重违法违反法律法规行为的。

(7) 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（包括持有的与商品售后服务评价体系范围有关的行政许可证明、资质证书、强制性认证证书等已经过期失效但申请未获批准）。

(8) 没有运行商品售后服务评价体系或者已不具备运行条件的。

(9) 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，或者航标时代已要求其纠正但超过2个月仍未纠正的。

(10) 其他应当撤销认证证书的。

5.10.3.2 撤销认证证书后，航标时代应及时收回撤销的认证证书。若无法收回，应及时将撤销决定在公司网站予以公示并同时上报认监委。

5.10.4 注销证书

5.10.4.1 获证组织有以下情形之一的，航标时代将注销其认证证书。

- (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) 其他原因需要注销认证证书。

5.10.4.2 注销认证证书后，应及时将注销决定在公司网站予以公示并同时上报认监委。

5.10.5 航标时代对暂停、注销或撤销认证证书信息在本机构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，避免各类无效的认证证书和认证标志被继续使用。

5.10.6 如果获证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，认证机构应缩小其商品售后服务评价体系认证范围，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。

6 认证证书

6.1 证书内容

初次认证认证证书有效期最长为 3 年。再认证的认证证书有效期不超过最近一次有效认证证书截止期再加 3 年。

认证证书内容应以中文书写，至少包括以下方面：

- 1) 认证证书名称，即服务认证证书；
- 2) 符合本规则 6.2 项规定的证书编号；
- 3) 获证组织名称、注册地址、经营地址和邮政编码；
- 4) 符合本规则 2 项的认证依据；
- 5) 通过认证的服务类别；
- 6) 颁证日期、换证日期以及证书有效期的起止年月日。如颁证日期：2017 年 5 月 1 日，有效期：2017 年 5 月 1 日至 2020 年 4 月 30 日；
- 7) 航标时代的名称及其标志；
- 8) 航标时代的印章和法定代表人或其授权人的签字；
- 9) 认可标识及认可注册号（应为国家认监委确定的认可机构的标识，以申请认可为目的发出的

证书没有此内容)；

10) 如果认证所覆盖服务类别及其所覆盖的场所较多，需制定证书附件，并在证书附件上加以注明。

6.2 证书编号

6.2.1 对同一个组织实施的同一个商品售后服务认证，赋予一个认证证书编号。

6.2.2 证书编号由航标时代批准号、获证年份号、认证领域代码、顺序号、认证属性、服务类别和子证书号构成，格式如下：

XXX XX XXXX XXXX R0(1、2、…)-X

(机构批准号) (年份号) (认证领域缩写) (顺序号) (类别号) (子证书号)

认证机构批准号为国家认证认可监督管理委员会颁发的认证机构批准书中批准号后三位：307；

年份号：如果是2019年颁发的证书年份号为19，以此类推；

认证领域代码：为中国合格评定国家认可委员会信息上报中服务认证领域代码内容；

顺序号：颁发证书的顺序号，例如第一份证书顺序号为：0001

类别号：R0代表初审项目；R1代表第一次再认证，以此类推；

子证书号：同一个组织的认证范围覆盖多个场所并需要颁发子证书时，在主证书编号后加上“-”和序号，如-1(-2, -3, …)。

6.2.3 有效期内换发证书，证书注册号不变，应注明换证日期。

6.2.4 撤销证书后，原认证证书编号废止，不再它用。

6.2.5 认证证书上的航标时代名称应与相应的航标时代批准书上的名称一致。

6.3 对获证组织正确宣传认证结果的控制

航标时代应采取授权使用标识的方式来要求获证组织在认证结果的宣传和使用中采用本规则确定的认证依据，同时注明通过认证的服务类别和认证证书编号。在认证证书被暂停期间或撤销后，应收回相应的授权。不应授权获证组织在产品上使用上述标识，或以表示产品合格的方式使用上述标识。

7 对获证组织的信息通报要求及响应

航标时代建立了证书信息披露制度。除向申请组织、认证监管部门等执法监管部门提供认证证书信息外，还应当根据社会相关方的请求向其提供证书信息，接受社会监督。

7.1 信息通报要求

为确保获证组织的商品售后服务评价体系持续有效，航标时代应要求获证组织建立信息通报制

度，及时向航标时代通报以下信息：

- 1) 业务、地点、组织机构变化等情况的信息（及时通报）；
- 2) 顾客投诉的相关信息；
- 3) 组织的体系文件、服务目录信息的变化；
- 4) 有严重商品售后服务事故的信息（及时通报）；
- 5) 其他重要信息（视情况）。

7.2 信息通报响应

航标时代应对上述信息以及收集到的相关公共信息进行分析，视情况采取相应措施，包括增加监督评价频次在内的措施和暂停、注销或撤销认证资格的措施。在发生重大客户投诉等严重情况时，航标时代需立即采取措施。

附件一：商品售后服务评价的方式和方法

1. 总体要求

1.1 评价依据 GB/T27922-2011《商品售后服务评价体系》，按本规则要求，制定并执行航标时代制定的服务认证控制程序及相关的制度；

1.2 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，应在相同行业内进行；

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

1.4 评价方式为文件评审和现场评价，包括查阅文件和记录、询问工作人员、观察现场、访问顾客等，具体执行航标时代评价管理文件。

1.5 评价过程需正式，由有资质的服务认证审查员组成审查组，制定评价计划，从售后服务体系、商品服务、顾客服务三个方面进行综合性评价。

2. 评分

2.1 依据 GB/T27922-2011《商品售后服务评价体系》进行评价时，对各项指标采取评分的方法，满分 100 分，售后服务体系 40 分、商品服务 35 分、顾客服务 25 分，评分的依据是评分细则中发现的评价指标实施情况；

2.2 评分细则中给出评价基本要求，在实际评价中，当任何要求因企业及其商品的特点（例如部分快速消费产品、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 GB/T27922-2011 标准 5.2 中根据实际商品性质而不涉及的项目，否则不能声称符合 GB/T27922-2011 标准要求；

2.3 评分时应包含以下原则性要求：

1) 以评价过程中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；

2) 遇到需要抽取多个同类型样本验证的评价指标时（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；

3) 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要求、不符合企业有关服务管理制度的要求、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以外扣除 1 分，且应进行整改（执行 GB/T27922-2011 标准 4.2 持续改进的要求）；

4) 在评价过程中发现企业售后服务特别优势时，可产生 1 分的加分项，但该项不超过 1 个；

5) 当删减发生时，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，评价计算方法是： $\text{评分} = \text{实际得分} / \text{涉及项总分值} \times 100\%$ ，该计算方法同样适用于监督评价；

3. 评分结果

3.1 根据评分值评价企业售后服务水平，并以不同级别区分优质程度；

3.2 评分达到 70 分以上（含）为最低要求即评价合格，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；

3.3 对评分达到 70 分以上（含），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：

- 1) 达到 70 分以上（含 70 分），达标级售后服务；
- 2) 达到 80 分以上（含 80 分），五星级售后服务；
- 3) 达到 90 分以上（含 90 分），四星级售后服务；
- 4) 达到 95 分以上（含 95 分），五星级售后服务；

4. 售后服务评价指标评分细则

指标大类	总分值	指标项目	分值	评价细则	评分要求	可选择理由
售后服务体系	40	组织架构	4	1) 具有法人资格或独立实体；2) 具有售后服务管理架构，且职责明确。	任何 1 项不符合得 0 分	
		人员配置	6	1) 人员素质要求：有专门的售后服务队伍，人员比例占总人数的 3%，大专以上学历，2 年以上售后服务经验，能满足商品服务中技术支持、配送、维修等相关要求； 2) 至少有售后服务管理师 2 名。	任何 1 项不符合得 0 分	
		资源配置	6	1) 有固定的服务场所；2) 配置满足商品服务项目要求的维修设备和工具、配送设备、质量保证设施等；3) 配置服务过程所使用的监视和测量资源（维修检测设备）；4) 配置服务信息交流工具，如专用服务电话等；5) 配置良好的服务环境，如接待室；6) 提供专业技术培训计划及实施培训；7) 提供充足的服务专项经费，如赔偿保证金、保险等。	任何 1 项不符合得 0 分	
		规范要求	6	1) 建立文件化服务管理体系，明确售后服务产品、流程、职能设置、分工、所执行的制度等；	任何 1 项不符合得	

				2) 识别所适用的法律法规, 并对其适用性进行评价, 识别出适用条款; 3) 制定《商品售后服务规范》, 并有效实施。	0分	
		监督	7	1) 建立售后服务监督机制, 由专职人员负责(由售后服务管理师承担); 2) 实施内部评价, 每年至少进行一次内部评价; 3) 将评价的结果作为改进输入, 对服务体系的指标、流程、及制度等进行修订; 4) 最高管理者需要对服务评价体系进行评审, 每年至少进行一次管理评审, 评审其服务文化、管理制度等适宜性和有效性。	任何1项不符合得0分	
		改进	5	1) 制定良好的质量反馈机制, 确保生产、销售和服务等部门之间沟通顺畅, 不断改进售后服务质量; 2) 设立专门的部门或委托外部机构, 对服务过程中难以解决的问题进行研究或咨询; 3) 按国家服务标准化要求, 规范和优化售后服务评价体系。	任何1项不符合得0分	
		服务文化	6	1) 制定服务文化如方针、目标等, 并进行内部和外部宣传; 2) 制定服务承诺, 并在广告、维修卡和销售合同中体现。	任何1项不符合得0分	
商品服务 (可根据商品性质, 选择相关服务内容)	35	商品信息	6	1) 所销售的商品信息完整, 包括产品功能、维修和保养要求、保修期限等; 2) 有安全性要求的商品, 需明确安全提示; 3) 建立商品系统性缺陷信息公开机制, 并且及时告知顾客。	每项2分	
		技术支持	6	1) 及时提供安装和测试服务; 2) 为顾客提供安装和使用指导; 3) 在商品保质期内持续提供相关的服务; 4) 服务收费需符合国家相关要求, 如无国家规定的, 航标时代有明确规定, 且向顾客明示。	每项2分, 扣完为止	
		配送	4	1) 商品包装等完好; 2) 在规定的交付范围和时	每项2份	

				间内提代交付。		
		维修	10	1) 有专职部门和人员负责维修接待等; 2) 所提供维修服务符合国家法律法规要求; 3) 维修人员按《服务规范》要求提供维修服务; 4) 对维修设备、设施等进行维护保养, 确保正常运行; 5) 确保维修过程中所使用的相关材料充足且质量可靠; 6) 对维修期限较长的商品, 需向顾客提供相应的代替品, 如汽车维修; 7) 因某种原因导致无法按要求提供维修服务的, 需提前向顾客明确, 并得到顾客认可, 必要时, 可提供相应赔偿。	每项 2 分, 扣完为止	
		质量保证	7	1) 产品有明确的国家标准、行业标准或企业标准; 2) 明示商品保质期等; 3) 明确商品因质量问题退换货流程, 并按要求提供退换货, 如果退换货过程涉及收费的, 需向顾客明示; 4) 如果商品存在缺陷或出现难以解决的问题(如配件停止生产等), 需实施召回或采取其他措施, 确保问题已解决; 5) 对于贸易型企业, 需与生产厂家配合, 完成以上所有质量保证工作。	每项 2 分, 扣完为止	
		废弃商品回收	2	1) 按国家相关法律法规要求, 明确商品废弃后回收要求; 2) 有环保要求的产品, 对商品进行回收和处置。	每项 1 分	
顾客服务	25	顾客关系	15	1) 建立顾客服务热线, 并设立预约、咨询、报修、投诉和防伪查询功能的反馈渠道; 2) 提供在线服务功能; 3) 建立顾客信息档案, 对顾客实施跟踪回访; 4) 对顾客财产、隐私等进行保护; 5) 按 SB/T10409 要求, 对顾客满意度进行测量和分析, 并用于改服务评价体系; 6) 定期为顾客提供有针对性的主动服务或回馈。	每项 3 分, 扣完为止	

		投诉处理	10	1) 设置专职部门和人员, 处理顾客投诉; 2) 制定投诉管理流程和制度, 及时解决解决顾客投诉; 3) 制定突发事件处理流程和制度, 对服务失误等及时补救。	每项 3 分	
--	--	------	----	---	--------	--