

售后服务认证实施规则

第 2.0 版

目录

1 目的	4
2 适用范围	4
3 术语和定义	4
4 认证模式	4
5 认证依据	4
6 认证领域	4
7 认证实施程序	4
7.1 认证基本流程	4
7.2 认证申请	4
7.3 申请评审	5
7.4 签订认证合同	5
7.5 审查方式及审查方案	6
7.6 审查过程	6
7.7 复核及认证决定	10
7.8 认证证书	11
7.9 证后监督	11
7.10 再认证	12
7.11 扩大或缩小认证范围	12
7.12 变更认证证书	12
7.13 暂停、恢复认证证书	13
7.14 撤销（含注销）认证证书	13
7.15 认证公告	14
7.16 认证证书和认证标志使用要求	14
7.17 收费	14
附件 1 管理要求及服务特性要求	15
附件 2 管理要求审核工具	18
附件 3 服务特性评价工具	19

前 言

为了保证福建东南标准认证中心服务认证工作顺利开展，确保认证各项工作符合认证认可准则以及中心等相关文件要求，使各项相关活动得以规范有序进行，制定本实施规则。

2025年8月8日换版，进行实施规则更名，增加复核、附件1-附件3、认证标志等内容，明确引用文件内容。

制定单位：福建东南标准认证中心有限公司

换版人员：李东山

批准：令狐菲

1 目的

中心依据相关法律法规及售后服务的相关要求编制该实施规则，旨在阐述售后服务认证的要求，是中心和所有申请方或获证组织应遵守的基本要求。

2 适用范围

本规则适用于福建东南标准认证中心商品售后服务认证的实施，规定了商品售后服务认证的技术要求，适用于组织内部和外部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。

3 术语和定义

3.1 批发：是指将商品或服务售与那些为了将商品再出售或为企业使用的目的而购买的顾客时所发生的一切活动。

3.2 零售：是指包括所有向最终消费者直接销售商品和服务，以供其作个人及非商业性用途的活动。

3.3 配送：是物流的一个缩影或在某小范围中物流全部活动的体现。一般的物流是运输及保管，而配送则是分拣配货及运输，其更关注于按待运输货物的目的地来将其区分，以便于物流操作。

3.4 商品售后服务：向顾客售出有形产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。

包括不限于：

-----随合同签订而提供的活动，如测量、规划、咨询、策划、设计、工程维护等。

-----在商品售出到投入正常使用期间所涉及的活动，如送货、安装、技术咨询与培训等。

-----商品质量涉及的活动，如退换、召回、维修、配件供应等。

-----为获得顾客反馈或维系顾客关系而开展的活动，如满意度调查、顾客联谊等。

-----以商品为基础，为顾客提供相关信息的活动，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。

-----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，如景区、餐饮、酒店、商场的服务。

3.4 商品：用来交换、能满足人们某种需要的产品。【GB/T 18184-2000，定义 3.1.4】

3.5 服务管理师：通过有培训资质的机构培训并考试合格，获得服务管理师职业资质的管理人员。

4 认证模式

中心目前商品售后服务认证模式：服务特性测评+暗访（必要时）+管理要求审核+监督审查。

5 认证依据

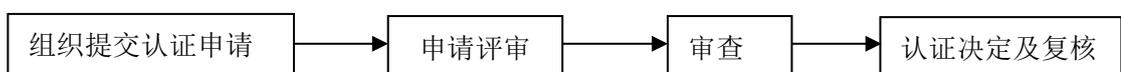
GB/T27922-2011《商品售后服务评价体系》

6 认证领域

SC03 批发业和零售业服务

7 认证实施程序

7.1 认证基本流程



7.2 认证申请



7.2.1 认证申请组织的基本条件包括：

(1) 申请组织应具有明确的法律地位，取得国家市场监督管理总局或有关机构注册登记的法人资格（或其组成部分）；

(2) 在国家地方或行业有要求时，申请组织应具有规定的行政许可、业务资质，其申请认证范围应在法律地位文件和资质规定的范围内；

(3) 申请组织应按认证标准要求建立了服务管理与实施所需的文件化信息，一般情况下需有效运行 3 个月以上（适用于初次认证）；

(4) 申请组织近一年内，未受到政府主管部门行政处罚，且未被列入国家信用信息严重失信主体名录；

(5) 申请组织应按照认证依据标准实施一次完整的自我评价；

(6) 申请组织承诺遵守国家的法律、法规其他要求，承诺始终遵守认证的有关规定，承诺按合同约定和法律规定承担与认证有关的相关法律责任；

(7) 申请组织承诺获得中心认证证书后，持续有效运行服务管理的相关要求，按认证合同约定支付有关费用，按规定接受中心和认证监管部门的监督/审查，按中心规定使用认证证书、标志和审查报告，并将组织发生的可能影响服务活动持续满足认证标准要求的能力的事宜向中心报告。

7.2.2 因不同认证机构认证技术要求可能有所不同，为了确保认证的有效性，规避认证风险，中心暂不接受由其他认证机构颁发的现行有效的服务认证证书转为本中心的认证证书，所有认证申请均按初次认证程序要求执行。

7.2.3 申请组织的授权代表宜按要求向中心提供《服务认证申请书》及其相关资料，包括以下必要的信息：

(1) 组织简介（包括组织提供服务的种类及方式的介绍）；

(2) 组织机构图（包括提供服务的网点和管理部门组织机构）；

(3) 法律地位的证明文件（如营业执照）的复印件。若拟申请认证范围覆盖多场所活动，应提供每个场所的法律地位证明文件的复印件（适用时）；

(4) 与拟申请认证范围有关法律法规要求的许可证明，涉及服务/卫生/环境/安全/经营许可证等证明文件；

(5) 拟申请认证的服务范围和服务内容说明，包括相关商品种类、主要的售后服务流程、涉及的国家或行业服务标准/规范，以及为服务运作提供支持的主要服务设施；

(6) 申请组织是否接受过与拟申请服务认证的有关的外部咨询情况。

(7) 影响服务绩效的任何外包过程的信息；

(8) 申请组织已按认证标准要求建立并实施的相关文件（如制定的手册、服务蓝图等）；

(9) 已获质量/环境/职业健康安全/食品安全管理体系及其他认证证书复印件（适用时）；

(10) 适用时，任何特殊要求（如特殊的语言、环境、安全、保密要求等）。

(11) 申请组织展示自身服务水平的相关证明文件（适用时）；

(12) 申请受理提出的其他所需信息。

7.3 申请评审

7.3.1 中心确认收到的认证申请资料是否齐全，并对认证申请及相关文件化信息进行评审，必要时，要求申请组织补充信息。

7.3.2 在申请评审后，中心决定是否受理认证申请。如果拒绝认证申请会清楚告知申请组织被拒绝的原因。

7.4 签订认证合同

7.4.1 中心决定受理认证申请后，在实施认证审查前，中心与申请组织签订具有法律效力的书面认证合同。认证合同一式两份，公司和认证申请方各执一份。

7.4.2 获证组织提出组织名称、地址、认证范围的变更或认证要求的变更申请时，需填报变更申请，并提交必要的补充信息。中心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。

7.5 审查方式及审查方案

7.5.1 中心按照确定的 GB/T27922-2011《商品售后服务评价体系》，对申请组织所申请的服务进行审查，采用服务管理审核和服务特性测评（包括必要时的暗访）相结合的审查方式。

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（见表1“指标大类”中“管理要求”）。服务特性测评旨在证实顾客服务“真实瞬间”的符合性（见表1“指标大类”中“服务特性要求”）。

7.5.2 中心将综合考虑组织的规模、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质量水平和以前审查结果，制定整个认证周期的审查方案（包括多场所的抽样计划），并通过每次审查结束后的反馈信息和审查前再次获取的变化信息，对原有审查方案及时调整。

7.5.3 为确保认证审查的完整有效，中心根据申请组织服务覆盖的服务类别、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，核算并拟定完成审查工作需要的时间。特殊情况下，可以合理的增加或减少审查时间。

表 1：服务认证审查人日表

有效人数	审查时间（天）	有效人数	审查时间（天）
1-5	1.5	626-875	12
6-10	2	876-1175	13
11-15	2.5	1176-1550	14
16-25	3	1551-2025	15
26-45	4	2026-2675	16
46-65	5	2676-3450	17
66-85	6	3451-4350	18
86-125	7	4351-5450	19
126-175	8	5451-6800	20
176-275	9	6801-8500	21
276-425	10	8501-10700	22
426-625	11	>10700	遵循上述递进规律

注：根据以上得出的审核时间包含了在客户现场的审核时间及用于策划与准备以及编写报告的审核时间，这些用于非现场组合活动的时间，不宜使现场总审核时间少于根据上表及人日调整因素计算出最终人日的80%。另外，每增加一个场所，在上述审查时间的基础上增加5%。

7.6 审查过程

7.6.1 审查准备

7.6.1.1 确定审查目的、范围和准则，在申请评审掌握受审查组织的基本信息基础上，确定审查目的、审查范围和审查准则，审查准则包括适用的服务标准或认证技术规范、相关法律法规和受审查组织建立的服务体系文件。

7.6.1.2 选择和指派审查组

(1) 中心根据审查目的及申请评审的信息，确定审查组需要具备的能力以及公正性要求，

选择和任命有能力的审查人员组成现场审查组（包括审查组长以及必要的技术专家）。中心选派有能力的审查员组成审查组，以执行所要求的各项审查活动。在确定审查组的规模和组成时，基于受审查组织的服务类别、服务范围、服务特性及活动/过程的技术特点，并考虑审查员所具有的专业能力来确定。

（2）审查组的技术专家主要负责提供认证审查的技术支持，不作为审查员实施审查，不计入审查时间，技术专家在审查过程中的活动由同组审查员承担责任。

（3）中心将提前向受审查组织通知现场审查的时间（暗访除外）和人员，并在受审查组织请求时使其能够了解每位成员的背景情况。若受审查组织对审查组成员表示异议，中心将与受审查组织协商沟通，必要时对审查组成员做出适当调整，并将调整后的审查人员信息重新通知受审查组织。

7.6.2 文件审查（适宜时）

7.6.2.1 中心的文件审查将在现场审查实施前进行，依据审查标准或认证技术规范及相关的法律法规，对受审查组织的服务体系文件进行适宜性和充分性的评审。

7.6.2.2 当文件审查过程中发现文件存在不符合而影响服务体系的运行时，中心将告知受审查组织进行及时的纠正和纠正措施，审查组组长对其文件修改内容进行确认。在文件审查通过后方可实施现场审查。

7.6.3 审查计划

7.6.3.1 中心委派的审查组组长负责根据规定的要求，结合收集的受审查组织信息为每次审查编制审查计划，以便为有关各方就审查活动的安排和实施达成一致提供依据。

7.6.3.2 中心委派的审查组组长提前与受审查组织就审查活动安排进行沟通，就选择一个能最有效地证实其整个服务认证范围的审查时间达成一致意见。为使现场审查活动能够观察到认证覆盖范围内业务活动情况，现场审查应安排在认证范围覆盖的服务活动正常实施时进行。

7.6.4 现场审查

中心委派审查组按照本规则的要求和确定的服务标准或技术规范，对受审查组织的服务活动实施现场审查，现场审查包括服务管理审核和服务特性测评（包括必要时的暗访）。

7.6.4.1 召开首次会议

审查组与受审查组织的管理层（适用时，还包括拟审查职能或过程的负责人员）召开正式的首次会议，并形成记录。首次会议通常由审查组长主持，会议目的是简要解释将如何进行审查活动。详略程度可与受审查组织对审查过程的熟悉程度相一致。

7.6.4.2 现场审查方式

审查组根据审查计划安排，对受审查组织进行现场审查活动，采用一组由服务特性测评（包括必要时的暗访）与服务管理审核相结合的审查方式，收集客观证据并记录。

7.6.4.3 服务管理审核

审查组应按照确定审查准则，对受审查组织的服务管理进行审查，其目的是证实服务持续符合服务规范或认证技术规范要求的能力。服务管理审核内容见（见附件 1 管理要求及服务特性要求）。

7.6.4.4 服务特性测评

（1）服务特性测评是指针对服务特性所进行的数据收集、综合测算与分析的过程，其目的是证实顾客服务“真实瞬间”的符合性。

（2）中心与申请组织在服务认证合同中约定服务测评标准，服务测评标准应包括服务特性指标和服务过程质量指标；

（3）审查组应根据适用的服务特性测评标准，按规定的要求和方法对抽取的样本进行测评，以获取包括顾客服务、服务管理和服务支撑能力等相关的信息。

注：服务特性内容见（见附件 1 管理要求及服务特性要求）。

7.6.4.5 暗访（必要时）

（1）暗访是指具有资格和能力的人员，以顾客身份在服务组织不知情的情况下体验特定服务，或是通过观察服务组织对其顾客服务的情况，对服务特性测评的一种方式。

（2）在现场审查时，审查组为证实顾客服务“真实瞬间”达到服务特性测评标准的程度，在必要时实施对申请人的暗访，以获取其服务的真实情况。

注：“必要时”示例：① 在公开进行现场审查中，对抽取证据的真实性产生怀疑；② 在相关方多次投诉中，涉及到与以往服务特性测评达标程度的重大偏差。

（3）暗访的范围、人员选择、过程要求及其审查按照审查方案及服务认证标准/规范的规定执行。

（4）审查组应根据受审查组织服务活动的特点来选择暗访的时机（可在现场审查之前，或在现场审查过程实施，如结合现场审查过程实施，应在受暗访部门或人员不知情的情况下），暗访的实施不应诱使受审查组织产生负面的表现。

7.6.4.6 在服务管理审核和服务特性测评中发现的任何应引起关注的、或可能被判定为不符合的问题，审查组将选用的适当方式告知受审查组织。

7.6.5 确定和记录审查发现

7.6.5.1 审查组依据确定的服务测评标准中服务特性指标和服务过程质量指标，并按附件 1《评价指标分值》的要求，结合现场审查的客观证据对逐项指标进行评分并记录。

7.6.5.2 审查组在现场确定审查发现，简述符合性并详细描述不符合以及为其提供支持的审查证据，以便为认证决定或保持认证提供充分的信息。

7.6.5.3 关于不符合的审查发现需对照 GB/T27922-2011《商品售后服务评价体系》的具体要求予以记录，包含对不符合事实的清晰陈述及其客观证据。

7.6.5.4 当审查组发现受审查组织的名称、地址、受审查组织人数、服务认证范围（扩大、缩小、变更）等内容与审查委派不一致时，审查组组长应在发现变化时，及时将了解到的变化信息报告中心。

7.6.6 准备审查结论

7.6.6.1 在末次会议前，审查组组长负责召开审查组会议：

（1）对照审查目的和审查准则，评价审查发现和审查中收集的任何其他适用的信息，并确认不符合；

（2）依据服务特性测评和服务管理审核的信息，确定审查结论及服务认证级别，并考虑审查过程中内在的不确定性，就审查结论达成一致；

（3）确定任何必要的跟踪活动，包括验证不符合得到纠正所需的附加审查任务。

7.6.6.2 审查结论

中心根据申请组织的服务评价结果出具审查结论（以分数为最终结果），包括管理要求审核、必要时的暗访和服务特性测评的结果。

1) 评分

① 进行服务评价时，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 GB/T27922-2011 规定的评价指标的实施情况。

② 在实际评价中，应根据 GB/T27922-2011 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“商品服务”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 GB/T27922-2011。

表 1 服务评价指标评分要求

指标大类	分值	指标	分值
------	----	----	----

管理要求	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
服务特性要求	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
注：各条款具体分值设置详见：附件 2 管理要求审核工具、附件 3 服务特性评价工具。				

2) 评分的原则性

①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。

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。

④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。

⑤当有删减发生时（限“商品服务”），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。

⑥“服务特性评价”还应考虑附件 3 服务特性评价工具的“测量标准”。

评分计算方法为：评分=实际得分/涉及项总分值×100

3) 评分结果

①审查组要根据评分值评定企业服务水平，并以不同级别区分优质程度。

②评分达到 70 分以上（含 70 分）为 GB/T27922-2011 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。

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，按照下列要求进行级别划分：

- a) 达到 70 分以上（含 70 分），达标级服务
- b) 达到 80 分以上（含 80 分），五星级服务
- c) 达到 90 分以上（含 90 分），四星级服务
- d) 达到 95 分以上（含 95 分），五星级服务

7.6.6.3 由审查组组长负责与受审查组织沟通，协调解决审查组与受审查组织之间关于审查证据或审查发现的任何分歧意见，未解决的分歧点应予以记录，并由受审查组织代表在《不符合项报告》中签字确认不符合内容。

7.6.6.4 末次会议

现场审查结束前，审查组与受审查组织的管理层（适用时，还包括审查区域或过程的负责人员）召开正式的末次会议并形成记录。末次会议通常由审查组长主持，会议目的是提出审查结论，包括关于认证的推荐性意见。并就不符合项纠正措施实施时限和有效性验证方式达成一致。

7.6.7 不符合项、纠正措施及有效性验证

7.6.7.1 对在审查中发现的不符合项，受审查组织应按照审查组的要求及时进行原因分析，在规定的时限内策划和实施消除原因的纠正措施。

7.6.7.2 审查组组长或指派的审查员在规定的期限内，按照已确定的验证方式确认不符合项纠正措施的有效性。

7.6.7.3 纠正措施的有效性验证结果将直接影响审查组向中心推荐是否认证注册或保持认证的最终意见。

7.6.8 审查报告

7.6.8.1 现场审查结束后，由审查组长负责编制审查报告，其主要内容包括：

- (1) 审查的目的、范围和准则；
- (2) 受审查组织的基本情况（包括名称、地址等）；
- (3) 服务项目、服务场所抽样及样本信息；
- (4) 服务管理审核、服务特性测评的结果及其说明；
- (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) 适用时，不符合项的纠正措施有效性验证结果；
- (8) 审查结论（包括关于认证的推荐性意见）。

7.6.8.2 在现场审查结束后（适用时，不符合纠正措施验证有效后），审查组及时将审查报告和相关的审查记录、不符合报告及纠正措施验证记录等审查过程收集的信息提交中心，用以支持中心做出认证决定。

7.6.8.3 中心享有对审查报告的所有权。经中心批准后向受审查组织提供审查报告。如果对本报告如有异议，受审查组织应在报告发出之日起 10 个工作日内提出。

7.6.8.4 受审查组织应妥善保管审查报告、审核计划、不符合报告及纠正措施证据等文件化信息，以便证实认证活动的真实性。

7.7 复核及认证决定

7.7.1 中心指定具备认证决定能力且没有参与被审定项目的审查活动的人员对审查项目信息进行复核和认证决定。

7.7.2 中心对审查过程中收集到的以下信息进行复核，并做出认证决定：

(1) 审查组提交的审查报告和相关的审查记录、不符合项报告及纠正措施验证记录等现场审查信息；

(2) 从现场审查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）。

7.7.3 中心综合考虑审查组关于认证的推荐意见和其他审查过程中收集到的信息，确认申请组织具备充分的证据证实申请组织在认证范围内已满足认证资格条件，做出同意认证注册的决定。

7.7.4 授予认证注册的决定经中心主任批准后，向申请组织颁发服务认证证书和相关文件，并要求获证组织按中心要求正确使用认证证书、标志，并向中心通报相关信息。

7.7.5 对于不符合认证要求的申请人，中心以书面的形式告知其不能通过认证的原因。

7.7.6 申请人对复核及认证决定有异议的，可以向本中心申诉，对本中心处理结果仍有异议的，可以向地方认证行政主管部门申诉或投诉。

7.8 认证证书

7.8.1 中心以认证证书的方式向获证组织提供认证文件。经中心作出授予、扩大或缩小认证范围、变更认证决定的，向获证组织颁发中心主任签署的认证证书。

7.8.2 服务认证证书的有效期为3年，自认证决定之日算起。认证证书的发证日期（即生效日期）不得早于认证决定的日期。认证证书内容包含以下信息：

- (1) 本中心的名称、地址和认证标志；
- (2) 获证组织的名称、地址及其服务提供场所的地址；
- (3) 认证范围（服务范围和服务内容）；
- (4) 认证所依据的服务标准、认证技术规范或其他规范性文件；
- (5) 发证日期（即生效日期）和认证有效期或终止日期；
- (6) 认证证书名称和证书编号；
- (7) 服务认证的级别；
- (8) 中心的印章和证书签发人的签字；
- (9) 认证信息查询方式说明；
- (10) 适用时，其他需要标注的内容。

7.8.3 如果认证所覆盖产品和服务类别及其所涉及的过程和覆盖的场所较多，可在证书附件上加以注明。

7.8.4 获证组织应按中心的要求正确使用认证证书、认证标志和正确引用认证资格，并向中心通报相关信息。中心将对获证组织持续使用的服务认证证书及服务认证标志进行监督审查。

7.9 证后监督

7.9.1 监督审核的频次

7.9.1.1 为确保获证组织持续满足认证要求，在认证证书有效期内，初次认证后的第一次监督审核应在审核结束之日起12个月内进行，之后每个日历年必须接受一次监督审核（应进行再认证的年份除外），时间间隔为10到12个月，最长不超过12个月。

7.9.1.2 如果发生以下情形时，中心在正常例行监督审核的间隔期间可考虑增加审查频次或专项审查：

- (1) 获证组织发生严重的与服务有关事故、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、服务场所、组织机构、有关职能、服务资源、服务流程等变更，以及影响服务符合性的管理体系的变更；
- (3) 认证依据发生变化时；
- (4) 获证组织发生服务事故、客户多次投诉；
- (5) 对被暂停认证资格的获证组织进行追踪；
- (6) 发生其他影响符合认证要求的能力变化的特殊情况时。

7.9.2 中心的监督审查通常在为现场审查，包括适宜的服务特性测评和（或）服务管理审核等评价活动。监督审查至少包括以下内容：

- (1) 在监督周期内服务认证覆盖范围的任何变更，包括获证组织机构变更、服务管理文件修改、主要负责人更换、服务场所范围的变化情况；
- (2) 获证组织的内部审查或自我评价活动及改进的效果；
- (3) 获证组织代表性区域和服务活动；
- (4) 相关方/顾客的投诉、申诉、争议的处理，确认获证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；
- (5) 认证证书、标志的使用和（或）任何其他对认证结果信息的引用。

7.9.3 中心根据现场监督审查结果和其他相关信息，对获证组织做出保持认证注册的决定，

并以书面形式告知获证组织。

7.9.4 中心根据现场监督审核结果和其他相关信息，对获证组织做出缩小认证范围、变更、暂停或撤销认证注册的决定，分别按照 7.11.2 条、7.12 条、7.13.1 条或 7.14 条的规定执行。

7.9.5 监督审查的时间，应不少于按 7.5.3 条计算认证时间人日数的 1/3。

7.10 再认证

7.10.1 获证组织需要延续认证有效期，应在服务认证证书有效期截止日期前 3 个月，按照第 5 条款规定向中心提出再认证申请。

7.10.2 中心按照第 7.2 条规定实施再认证申请评审。

7.10.3 中心在前认证证书有效期截止日期前安排再认证审核，再认证审核按照第 7.6 条规定的初次认证审查程序要求实施。审查时间将不少于按 7.5.3 条计算人日数的 2/3。

7.10.4 对于再认证审查组提出的不符合，受审查组织要在规定的时限内实施纠正和纠正措施，并确保在认证证书有效期截止日期前得到审查组和中心对实施有效的验证。

7.10.5 中心按第 7.7 条规定的审定要求做出再认证决定。

7.10.6 当中心做出同意再认证的决定并换发认证证书。新认证证书发证日期为再认证决定日期，有效期 3 年。如果申请再认证组织提出要求，新认证证书的有效期截止日期与前认证证书的有效期截止日期相距 3 年。对在中心初次认证以来未中断过的再认证证书，可注明中心初次认证证书的发证日期。

7.11 扩大或缩小认证范围

7.11.1 扩大认证范围

7.11.1.1 在认证证书有效期内，需要扩大认证范围的获证组织应向中心正式提交扩大认证范围的申请和相关信息。

7.11.1.2 中心针对获证组织提出扩大认证范围的申请和相关信息进行评审，策划并实施必要的审查安排，并在该审查活动中验证获证组织的服务提供和服务管理的能力和绩效。扩大认证范围的审核活动可单独进行，也可和对获证组织的监督审核或再认证一同进行。

7.11.1.3 经中心实施相关审查和审定，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。

7.11.2 缩小认证范围

7.11.2.1 在认证证书有效期内，需要缩小认证范围的获证组织应向中心正式提交缩小认证范围的申请，或由中心审查组通过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。经认证双方沟通后达成一致意见。需要时，获证组织与中心签订补充认证合同/协议。

7.11.2.2 中心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。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，中心将缩小其服务认证范围，以排除不满足要求的部分。

7.11.2.3 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，经中心认证决定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。

7.11.2.4 获证组织在收到换发的认证证书时必须交回原认证证书，并按照中心的要求正确使用缩小范围后的认证证书，及时按缩小后的认证范围修改其广告及相关宣传材料。

7.12 变更认证证书

7.12.1 当认证证书所覆盖的获证组织名称、注册地址、业务范围、服务场所、认证要求（包括认证标准换版）等内容发生变化，获证组织应按照中心的相关要求，提出认证证书变更申请。

7.12.2 对获证组织名称、地址信息发生变化的认证证书变更申请，经申请评审确认，必要时，由审查组现场审核并确认。当证实组织名称、地址信息变更符合认证授予条件，中心做出同意变更认证证书的决定。

7.12.3 对获证组织认证证书所覆盖的服务范围、场所地址、认证要求（包括认证标准换版）发生变更的认证证书变更申请，通过申请评审安排审查组进行现场审核并确认，变更的业务范围、服务场所、认证要求（包括认证标准换版）符合认证授予条件，中心做出同意变更认证证书的决定。

7.12.4 通过监督审核和再认证审核，发现认证证书所覆盖的服务范围、场所地址、认证要求（包括认证标准换版）、认证级别发生变化，由审查组在现场审核中确认并报中心进行评审和复核，变更的服务范围、场所地址、认证要求（包括认证标准换版）、认证级别能够符合认证授予条件，中心做出同意变更认证证书的决定。

7.12.5 在认证证书有效期内，因证书所覆盖的获证组织名称、业务范围、场所地址、认证要求（包括认证标准换版）、认证级别等内容变更而换发认证证书，其证书号和认证有效期截止日期保持不变，并注明原证书发证日期。

7.12.6 获证组织在收到换发的认证证书时必须交回原认证证书，并按照中心的要求正确使用变更后的认证证书，及时审查与认证相关的广告及宣传材料内容，必要时对其进行修改。

7.12.7 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）、认证级别等内容变更涉及扩大或缩小认证范围，按照第 7.11 条要求执行。

7.13 暂停、恢复认证证书

7.13.1 暂停认证证书

7.13.1.1 在认证证书有效期内，通过证后监督审查和相关方投诉信息的复核（必要时，中心与获证组织沟通，核实证据），确认获证组织在认证范围内全部或部分不再持续满足认证要求，但仍然有可能在短期内采取纠正措施的，满足暂停认证资格的条件，经中心认证决定暂停全部或部分认证范围的认证资格。暂停期限最长不超过六个月。

7.13.1.2 暂停认证证书经批准后，中心及时向获证组织发出暂停认证证书使用的通知，必要时，提供理由和证据。暂停认证证书的信息同时在认监委网站上公布。

7.13.1.3 被暂停认证资格的获证组织要按照中心的要求，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。

7.13.2 恢复认证证书

7.13.2.1 在认证资格暂停限期结束前，被暂停的获证组织解决了造成暂停的问题，经中心验证确认获证组织被暂停认证资格的认证范围已恢复符合相关的认证要求，做出同意恢复认证资格的认证决定，经批准后向获证组织发出恢复认证证书使用的通知，并在认监委的网站上公告。

7.13.2.2 恢复认证资格的获证组织要按照中心的要求，从恢复决定之日起恢复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。

7.14 撤销（含注销）认证证书

7.14.1 在认证证书有效期内，获证组织主动申请放弃认证，确认获证组织满足撤销（注销）认证的条件，经中心批准撤销（注销）获证组织的认证资格。

注：在国家认监委（CNCA）的《认证认可业务信息统一上报平台》中，获证组织主动放弃认证，其服务认证证书状态视同“撤销”。

7.14.2 在认证证书有效期内，通过证后监督审查和相关方投诉信息的复核（必要时，中心与获证组织沟通，核实证据），确认获证组织在认证范围内已不再满足认证的要求，满足撤销认证资格的条件，经中心认证决定撤销获证组织的认证资格。

7.14.3 撤销认证注册经批准后，中心及时向获证组织发出撤销认证证书的通知，必要时，提供理由和证据。被撤销认证资格的获证组织要按照中心的要求，交回认证证书，并立即停止使用被撤销的认证证书和认证标志，以及任何其他对被撤销认证资格的引用。

7.14.4 获证组织主动申请不再保持认证资格时，中心应注销其认证资格，并保留相应证据。

7.15 认证公告

7.15.1 中心对授予服务认证的组织名称、认证范围及场所，以及保持、扩大/缩小认证范围、更新、暂停、恢复、撤销（含注销）认证注册的信息，在认监委网站上公布。

7.15.2 按照《认证机构管理办法》规定的要求，中心将颁发认证证书的有效、暂停、撤销状态信息及时向国家认监委报送，社会公众可登录国家认监委官方网站(www.cnca.gov.cn)，在“认证信息查询系统”中查询相关认证信息。

注：在国家认监委（CNCA）的“认证信息查询系统”中，获证组织主动放弃认证，其服务认证证书状态为“撤销证书”。

7.16 认证证书和认证标志使用要求

获证组织应正确使用认证证书、和正确引用认证结果，防止认证结果的误用，更不能利用服务认证误导公众认为其产品、管理体系通过认证。

本认证未使用认证标志。

7.17 收费

序号	收费项目	收费时机	收费标准	备注
1	申请费	初次认证、扩大认证范围时收取，再认证不再收取申请费	1000 元×n	1、n 为认证领域数； 2、审查员人日数是指一定数量的审核人员认证审核所需的工作天数（即审核员人数×工作天数），详见 7.5.3 表 1；
2	审查费	初审、监督、再认证的现场审查（包括多现场）以及申请组织变更和扩大认证领域、扩大认证范围审核时收取	3000 元×审核人日数	
3	预审查费	有预审核发生时收取	1800 元×审查人日数	
4	复核及认证决定与注册费	初次认证、复评和扩大认证业务范围时收取	2000 元×n	
5	年金（含标志使用费）	每年收取	2000 元	

附件 1 管理要求及服务特性要求

一、管理要求

1 服务体系

1.1 组织架构

1.1.1 组织应设立或指定专门从事批发与零售、配送及售后服务工作的部门，并有合理的职能划分和岗位设置。

1.1.2 根据需要，各类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。

1.1.3 可通过自建或委托设立批发及零售、配送及售后服务的网点。

1.2 人员配置

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人员，如批发和零售人员、配送人员、商品售后服务人员。

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。

1.3 资源配置

1.3.1 组织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。

1.3.2 组织应提供内部保证，包括：

- 1) 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
- 2) 定期或不定期的服务文化的培训
- 3) 有效的评优、奖励、晋升和员工关怀机制

1.3.3 服务组织应提供基础设施，包括：

- 1) 办公场所
- 2) 批发和零售场所
- 3) 配送设施
- 4) 售后服务设施，例如顾客信息系统、安全保障措施、工具、备品备件等

1.4 规范要求

1.4.1 针对批发、零售、配送及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。

1.4.2 制定批发、零售、配送及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。

1.5 监督

1.5.1 设立服务监督机构，由专职人员负责，监督企业批发及零售、配送及售后服务系统的运转情况。

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。

1.6 改进

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。

1.6.2 对批发及零售、配送及售后服务中发现的难以解决的问题，可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。

1.6.3 通过国家认可的相关品牌、安全或管理认证。

1.6.4 组织要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。

1.7 服务文化

1.7.1 组织要有明确的服务理念，作为批发及零售、配送及售后服务工作的指导思想，并保

证员工理解。

1.7.2 组织要对销售、配送和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。

1.7.3 组织要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。

二、服务特性要求

2 商品服务

2.1 商品信息

2.1.1 组织的商品包装要有完整、准确的企业和商品有关信息，便于顾客识别和了解。

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。

2.1.3 组织要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。

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

2.1.5 组织要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、批准性的质量缺陷。）

2.2 技术支持

2.2.1 组织要根据商品的特点，在售出后提供及时、必要的安装和调试服务。

2.2.2 组织要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。

2.2.3 组织要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。

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

2.3 配送

2.3.1 组织所售商品的包装应完整、安全，便于运输或携带。

2.3.2 对顾客所承诺的送货范围、送货时间及时兑现。

2.4 维修

2.4.1 组织的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。

2.4.2 组织要按国家法律法规有关要求提供包修和保修服务。

2.4.3 服务人员应注意个人形象和卫生，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

2.4.4 组织要定期对维修设施、设备和器材进行检查，保证维修服务的正常运行。

2.4.5 组织要保证商品维修所必需的材料和配件的质量以及及时供应。

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，组织可为顾客提供相应的代用品。

2.5 质量保证

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。

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。

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。

2.5.4 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。

2.5.5 对于贸易型企业（批发和零售），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。

2.6 废弃商品回收

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。

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。

3 顾客服务

3.1 顾客关系

3.1.1 组织要设立有预约、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。

3.1.2 组织要设立网站，包含售后服务的页面和内容，能够提供在线服务功能。

3.1.3 组织要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。

3.1.4 组织要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。

3.1.5 组织要定期为顾客提供有针对性的主动服务或回馈活动。

3.2 投诉处理

3.2.1 组织要有专职部门记录顾客投诉，并建立完整的投诉档案。

3.2.2 组织要及时反馈和处理顾客投诉，有效解决顾客投诉。

3.2.3 组织要配备服务调解人员，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。

附件 2 管理要求审核工具

序号	评价项目 (分值)	评价子项目 (分值)	评价内容	给定 分值
1	1、服务体系	1.1 组织架构 (4分)	1.1.1 组织应设立或指定专门从事批发与零售、配送及售后服务工作的部门，并有合理的职能划分和岗位设置	2
2			1.1.1 根据需要，各类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	1
3			1.1.3 可通过自建或委托设立批发及零售、配送及售后服务的网点	1
4		1.2 人员配置 (6分)	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人员，如批发和零售人员、配送人员、商品售后服务人员	4
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	2
6		1.3 资源配置 (6分)	1.3.1 组织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	3
7			1.3.2 组织应提供内部保证，包括： 1) 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 2) 定期或不定期的服务文化的培训 3) 有效的评优、奖励、晋升和员工关怀机制	1.5
8			1.3.3 服务组织应提供基础设施，包括： 3) 办公场所 4) 批发和零售场所 3) 配送设施 4) 售后服务设施，例如顾客信息系统、安全保障措施、工具、备品备件等	1.5
9		1.4 规范要求 (6分)	1.4.1 针对批发、零售、配送及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
10			1.4.2 制定批发、零售、配送及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
11		1.5 监督 (7分)	1.5.1 设立服务监督机构，由专职人员负责，监督企业批发及零售、配送及售后服务系统的运转情况	3
12			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	4
13		1.6 改进 (5分)	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品质方面不断改进	2.5
14			1.6.2 对批发及零售、配送及售后服务中发现的难以解决的问题，可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

15	(40分)	1.7 服务文化 (6分)	1.6.3 通过国家认可的相关品牌、安全或管理认证	1
16			1.6.4 组织要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	0.5
17			1.7.1 组织要有明确的服务理念，作为批发及零售、配送及售后服务工作的指导思想，并保证员工理解	2
18			1.7.2 组织要对销售、配送和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
19			1.7.3 组织要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	2

附件3 服务特性评价工具

序号	评价项目 (分值)	评价子项 (分值)	评价内容	服务抽样要求	测量标准	给定 分值	最终 得分	审查记录
1	2、商品服务	2.1 商品信息 (6分)	2.1.1 组织的商品包装要有完整、准确的企业和商品有关信息，便于顾客识别和了解	随机抽取 2-5 件在售商品包装	1. 包含企业名称、地址、联系方式，商品名称、规格、型号、生产日期/批号，视为符合 (得 2 分)； 2. 缺少 1 项关键信息 (企业名称/商品名称)，视为不符合 (得 0 分)； 3. 缺少非关键信息 (如联系方式)，扣 1 分	2		
2			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	随机抽取 3-5 类商品的附属文档 (说明书、保修卡等)	1. 包含技术参数、操作步骤、保养方法，语言通俗，符合国标/行标，视为符合 (得 1 分)； 2. 缺少 1 项核心内容或条款违规，视为不符合 (得 0 分)	1		
3			2.1.3 组织要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	查看门店公示栏、官网售后页面，各抽取 2 处；随机询问 2 名销售人员	1. 公示位置显眼，信息完整无遗漏，销售人员表述一致，视为符合 (得 1 分)； 2. 1 处信息缺失或表述矛盾，视为不符合 (得 0 分)	1		

4		2.1.4 涉及顾客使用安全的商品,组织应在商品上做安全提示,并明示安全使用年限	随机抽取 3-5 件安全类商品 (如家电、儿童用品)	1. 商品本体有安全警示标识 (如“禁止湿手操作”) 及使用年限,视为符合 (得 1 分); 2. 缺少 1 项,视为不符合 (得 0 分)	1		
5		2.1.5 组织要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、批准性的质量缺陷。)	查看近 1 年缺陷信息公开记录 (官网 / 公告),询问 2 名售后人员	1. 有公开记录 (含缺陷描述、告知方式),售后人员知晓机制,视为符合 (得 1 分); 2. 无记录或人员不知情,视为不符合 (得 0 分)	1		
6	2.2 技术支持 (6 分)	2.2.1 组织要根据商品的特点,在售出后提供及时、必要的安装和调试服务	随机抽取 3-5 笔近 3 个月需安装商品的订单	1. 安装调试在承诺时间内完成,顾客无投诉,视为符合 (得 2 分); 2. 1 笔订单超时或有投诉,扣 1 分;2 笔及以上不符合,得 0 分	2		
7		2.2.2 组织要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	随机选取 2 名近 1 个月购买复杂商品的顾客回访;查看培训记录	1. 顾客反馈有指导/培训,疑问已解决,有记录存档,视为符合 (得 1 分); 2. 1 项不满足,视为不符合 (得 0 分)	1		
8		2.2.3 组织要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	随机抽取 3-5 件在有效期内的商品,查看技术支持记录 (电话/在线)、保养记录	1. 技术支持响应时间 \leq 24 小时,保养按承诺执行,视为符合 (得 2 分); 2. 1 项不满足,扣 1 分;2 项及以上不符合,得 0 分	2		
9		2.2.4 相关服务活动涉及收费的,组织应按国家有关规定	查看 3-5 项收费服务的价目	1. 价目表合规、公示清晰,顾客确认事前知晓,视为符合 (得 1 分);	1		

			合理收取，并事先明示	表（门店 / 官网），询问 2 名顾客	2. 1 项违规或未明示，视为不符合（得 0 分）			
10	2.3 配送 (4 分)	2.3.1 组织所售商品的包装应完整、安全，便于运输或携带	随机抽取 5-10 件待配送 / 刚送达商品		1. 包装无破损，防护措施到位（如易碎品防震），视为符合（得 2 分）；	2		
					2. 1 件包装破损或防护不足，扣 0.5 分；4 件及以上不符合，得 0 分			
11	2.3.2 对顾客所承诺的送货范围、送货时间及时兑现	随机抽取 3-5 笔近 1 个月配送订单，回访顾客			1. 均在承诺范围 / 时间内送达，顾客无异议，视为符合（得 2 分）；	2		
					1 笔超时或超范围，扣 1 分；2 笔及以上不符合，得 0 分			
12	2.4 维修 (10 分)	2.4.1 组织的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	实地查看 2-3 个售后网点，模拟报修 1 次		1. 有专人接待，10 分钟内完成登记，视为符合（得 3 分）；	3		
					无人接待或登记超时，扣 2 分；无登记流程，得 0 分			
13					2.4.2 组织要按国家法律法规有关要求提供包修和保修服务	查看 3-5 份维修单据，核对国家“三包”等法规		1. 维修政策符合法规（如家电包修期≥1 年），单据无违规记录，视为符合（得 2 分）；
			1 份单据违规，扣 1 分；2 份及以上不符合，得 0 分					
14	2.4.3 服务人员应注意个人形象和卫生，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	随机跟随 2 名维修人员上门 / 查看门店服务，查看 3 份维修记录			1. 人员着装整洁、按流程服务、维修超时≤1 个工作日、记录完整，视为符合（得 2 分）；	2		
					1 项不满足，扣 0.5 分；4 项及以上不符合，得 0 分			
15	2.4.4 组织要定期对维修设施、设备和器材进行检查，保	查看近 3 个月设施检查记录			1. 每月至少 1 次检查，记录完整，设备可正常使用，视为符合（得 1 分）；	1		

			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	录(如有), 询问 2 名售后人员处理流程	未处理或人员不知情, 视为不符合(得 0 分)			
22			2.5.5 对于贸易型企业(批发和零售), 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	查看 3-5 笔与厂家协作的服务记录, 查看先行赔付公示 / 案例	1. 协作记录完整及时, 有先行赔付案例(如顾客获即时赔偿), 视为符合(得 1 分); 1 项不满足, 视为不符合(得 0 分)	1		
23		2.6 废弃商品回收 (2 分)	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	查看门店 / 官网回收公示, 询问 2 名顾客	1. 公示含安全(如电池防漏)、环保(如分类回收)注意事项, 顾客知晓, 视为符合(得 1 分); 无公示或内容违规, 视为不符合(得 0 分)	1		
24			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	查看近 3 个月回收处置记录, 查看合作回收机构资质	1. 记录完整, 机构有环保资质, 视为符合(得 1 分); 无记录或机构无资质, 视为不符合(得 0 分)	1		
25		3.1 顾客	3.1.1 组织要设立有预约、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	测试热线 / 呼叫中心功能(5 项功能各 1 次), 查看受理时间公示	1. 5 项功能均正常, 受理时间明示清晰(如 9:00-18:00), 视为符合(得 3); 1 项功能故障或未明示时间, 扣 0.6 分; 5 项均不符合, 得 0 分	3		
26			3.1.2 组织要设立网站, 包含售后服务的页面和内容, 能够提供在线服务功能	访问官网, 检查售后页面(含政策、流程)及在	1. 售后页面内容完整, 在线服务 10 分钟内响应, 视为符合(得 3 分); 页面缺失核心内容或服务无响应, 扣 2 分;	3		

	3、顾客服务	关系（15分）		线服务（如咨询弹窗）	无售后页面，得 0 分			
27			3.1.3 组织要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	查看 3-5 份顾客档案，测试管理系统跟踪功能，查看保密制度	1. 档案完整、系统可跟踪、有保密制度（如加密存储），视为符合（得 3 分）； 1 项不满足，扣 1 分；3 项均不符合，得 0 分	3		
28			3.1.4 组织要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	查看近 1 年满意度调查报告（至少 2 次），核对 SB/T10409 标准	1. 每季度至少 1 次调查，报告符合标准（如样本量≥50），视为符合（得 3 分）； 调查频次不足或报告违规，扣 2 分；无调查，得 0 分	3		
29			3.1.5 组织要定期为顾客提供有针对性的主动服务或回馈活动	查看近 3 个月主动服务记录（如保养提醒）、回馈活动方案（至少 1 次）	1. 每月至少 1 次主动服务，每季度至少 1 次回馈活动（如老顾客折扣），视为符合（得 3 分）； 1 项缺失，扣 1.5 分；2 项均缺失，得 0 分	3		
30		3.2 投诉处理（10分）	3.2.1 组织要有专职部门记录顾客投诉，并建立完整的投诉档案	查看近 3 个月投诉记录（3-5 笔），确认是否有专职部门	1. 有专职部门，档案含投诉内容、处理过程、结果，视为符合（得 4 分）； 无专职部门，扣 2 分；档案缺失 1 项，扣 1 分；4 项均不符合，得 0 分	4		
31			3.2.2 组织要及时反馈和处理顾客投诉，有效解决顾客投诉	回访 3-5 名投诉顾客，查看投诉处理时长记录	1. 反馈时间≤24 小时，处理时长≤7 天，顾客满意度≥80%，视为符合（得 3 分）； 1 项不满足，扣 1 分；3 项均不符合，得 0 分	3		

32			3.2.3 组织要配备服务调解人员，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	查看调解人员资质（2名），查看突发事件/服务失误处理预案	1. 人员有调解资质，预案含处理流程（如投诉升级机制）、补救措施（如补偿方案），视为符合（得3分）；	3		
					1 项不满足，扣 1.5 分；2 项均不符合，得 0 分			