

# 售后服务认证实施规则

HZC-FW-12

---



2023 年 10 月 12 日发布/实施

2025 年 09 月 05 日修订

---

广东华质认证有限公司

## 前 言

本文件由广东华质认证有限公司（HZC）制定、发布、修订。未经广东华质认证有限公司许可，不得以任何形式全部或部分转载、使用本文件。

本文件持续修订，请登录广东华质认证有限公司网站（[www.gdhzrz.com](http://www.gdhzrz.com)）获取最新版本。

如对本文件的获取、内容、使用有疑问，可联系我机构客服（电话：0755-82283970）或相关认证工程师。

为确保认证活动符合 GB/T 27065（ISO/IEC 17025）等相关标准要求，以及广东华质认证有限公司服务认证质量手册、程序文件的要求，并向各方传达认证程序和要求，使各项认证相关活动得以规范有效开展，制定本认证实施规则。

本文件 2023 年 10 月 12 日首次发布实施，于 2025 年 09 月 05 日修订（目前版本 A/2）。

# 目 录

|                           |    |
|---------------------------|----|
| 1. 适用范围 .....             | 4  |
| 2. 对于认证活动的管理要求及引用文件 ..... | 4  |
| 3. 本规则认证依据 .....          | 4  |
| 4. 对认证人员的基本要求 .....       | 4  |
| 5. 认证程序 .....             | 5  |
| 5.1 认证申请 .....            | 5  |
| 5.2 申请评审 .....            | 7  |
| 5.3 认证合同 .....            | 7  |
| 5.4 审核方案和审核策划 .....       | 9  |
| 5.5 实施审核 .....            | 12 |
| 5.6 初次认证 .....            | 12 |
| 5.7 监督审核 .....            | 13 |
| 5.8 再认证 .....             | 14 |
| 5.9 特殊审核 .....            | 15 |
| 5.10 审核报告 .....           | 15 |
| 5.11 认证决定 .....           | 17 |
| 6. 认证证书和认证标志 .....        | 17 |
| 7. 认证资格的暂停、撤销和注销 .....    | 19 |
| 8. 申诉、投诉处理 .....          | 21 |
| 9. 信息公开与报告 .....          | 21 |
| 10. 认证记录 .....            | 22 |
| 11. 其他 .....              | 23 |
| 12. 收费 .....              | 24 |
| 附录 A .....                | 25 |
| 附录 B .....                | 26 |

## 1. 适用范围

1.1 为规范一般性服务认证（以下简称SC）认证工作，根据《中华人民共和国认证认可条例》和《我机构管理办法》等法律法规，结合相关技术标准制定本规则。

注：本规则从属于其它管理体系认证及所有未列明的其他管理体系认证。

1.2 本规则规定了广东华质认证有限公司（以下简称我机构或HZC）实施售后服务体系服务认证的程序与管理活动的基本要求，是我机构从事此规则认证活动的基本依据。

## 2. 对于认证活动的管理要求及引用文件

- GB/T 27065 合格评定 产品、过程和服务认证机构要求
- CNAS-CC105 确定管理体系审核时间（除附件部分引用，描述QES内容作为重要参考依据）
- GB/T 19011 管理体系审核指南
- CNAS-TRC-018 多场所组织服务认证实施指南
- CNAS-CC14 信息和通信技术（ICT）在审核中应用

注：上述标准引用为最新年份版本

## 3. 本规则认证依据

GB/T 27922-2011《商品售后服务评价体系》

## 4. 对认证人员的基本要求

4.1 遵守认证认可相关法律法规及规范性文件的要求，具有从事认证工作的基本职业操守，对认证活动及其结果的真实性承担相应责任。

4.3 不得发生影响认证公正性的行为，应主动告知华质他们所了解的任何可能使其或我机构陷入利益冲突的情况。因认证人员未履行告知义务而导致非公正性认证结

果的，认证人员应当负有连带责任（如承担因此造成的经济损失）。

4.2 认证审核员至少应取得国家认监委确定的认证人员注册我机构（CCAA）批准的服务认证（SC）审查员注册资格。

4.4 按要求接受人员注册/保持注册所要求的继续教育培训，以及我机构要求的能力（包括知识和技能）提升活动，以持续具备从事本规则认证工作相适宜的能力。

注：综上所述

- 审核员条件符合以下条件：
  - a) 至少取得中国认证认可协会（CCAA）的服务认证（SC）审查员注册资格；
  - b) 管理体系审核员通用能力评价合格；
  - c) 经过本规则涉及内容专业培训并考核合格。
- 认证管理（规则制定、申请评审、方案管理、认证复核、认证决定、能力评价等）人员条件：
  - a) 满足我机构对岗位任职要求；
  - b) 经过本规则涉及内容专业培训合格。

## 5. 认证程序

### 5.1 认证申请

5.1.1 我机构应向认证委托人至少公开以下信息：

- （1）可开展认证业务的范围，获得认可的情况，以及分包境外我机构业务的情况；
- （2）开展SC认证活动所依据的认证标准或其他规范性要求以及相关的认证方案、认证流程；
- （3）授予、拒绝、保持、更新、暂停（恢复）或撤销认证以及扩大或缩小认证范围的程序规定；
- （4）拟向组织获取的信息以及保密规定；
- （5）认证收费标准；
- （6）认证证书、认证标志及相关的使用规定；

(7) 对认证过程和结果的申诉、投诉规定；

(8) 认证标准换版的规定；

(9) 其他需要公开的信息。

5.1.2 提出认证申请时，认证委托人应具备以下条件：

(1) 取得法人资格（或其组成部分）；

(2) 取得相关法规规定的行政许可（适用时）；

(3) 已按认证标准建立 SC 认证体系，且运行满三个月；

(4) 未被行政监管部门责令停业整顿；

(5) 未被列入国家企业信用信息公示系统和“信用中国”发布的严重违法失信名单；

(6) 一年内未发生行政监管部门责令停产整顿的重大质量事故；

(7) 一年内未发生产品质量国家监督抽查（以下简称“国抽”）不合格，或发生国抽不合格但已按相关规定整改合格；

(8) 其他应具备的条件。

5.1.3 我机构应要求认证委托人提供以下信息和文件资料：

(1) 认证申请，包括认证委托人的名称、地址、认证标准、申请的认证范围、认证范围内组织人员数量及影响体系有效性的外包过程；

(2) 法律地位的证明性文件，当 SC 覆盖多个法律实体时，应提供每个法律实体的法律地位证明性文件；

(3) 申请认证范围所涉及的法律法规要求的行政许可文件、资质证书、强制性产品认证证书等；

(4) 组织我机构及职责；

(5) 工艺流程/服务流程及生产和（或）服务的班次及轮班情况；

(6) SC体系运行满足三个月的证据；

(7) 三年内所发生的质量事故、与质量相关的行政处罚、国抽不合格，一年内所发生的其他质量抽查不合格的情况以及整改情况；

(8) 其他需要提供的文件。

## 5.2 申请评审

5.2.1 对认证委托人提交的申请文件和资料实施申请评审，以确定是否受理认证申请并保存相应评审记录。

5.2.2 满足以下条件的，我机构可以受理认证申请：

(1) 认证委托人已具备受理条件（见5.1.2）；

(2) 我机构具备实施认证的能力；

(3) 双方就认证事宜达成一致。

5.2.3 对于新的认证委托人，我机构应按照初次认证开展认证活动，无论其是否持有其他我机构颁发的SC有效证书。

5.2.4 因过程管理的重点为售后服务体系的管理，围绕售后服务体系的管理认证的过程和方法在行业有较强的通用性，因此售后服务体系不再区分因行业不同而不同的专业代码。

5.2.5 申请材料齐全并符合有关要求的，予以受理认证申请。未通过申请评审的，我机构书面通知申请组织在规定时间内补充和完善，或不受理认证申请并明示理由。

## 5.3 认证合同

5.3.1 通过申请评审的，我机构应与认证委托人签订具有法律效力的认证合同，以明确认证委托人和我机构的责任。

### 5.3.2 我机构的责任至少包括：

（1）及时向符合认证要求并已缴纳认证费用的组织颁发认证证书，通过其网站或者其他形式向社会公布获证信息；

（2）对获证组织SC体系运行情况进行有效监督，发现获证组织的SC体系不能持续符合认证要求的，应及时暂停或者撤销其认证证书；

### 5.3.3 获证组织的责任至少包括：

（1）遵守认证程序要求，认证过程如实提供相关材料 and 信息，通过SC认证后持续有效运行SC；

（2）配合认证监管部门的监督检查，配合我机构对投诉的调查；

（3）应当在广告、宣传等活动中正确使用认证证书、认证标志和有关信息，认证证书注销或被暂停、撤销的，不得继续使用该证书和相关认证标志、信息；

（4）发生如下情况，应及时向我机构通报：发生重大质量事故、受到市场监管部门行政处罚、被市场监管部门公布存在质量不符合、被媒体曝光存在质量问题、SC不能正常运行或发生重大变更，以及其他应通报的情况等；

（5）承担选择我机构的风险，如：因我机构资质被撤销而带来的认证证书无法使用的风险；

（6）按合同约定及时向我机构缴纳认证费用，包括：在现场审核之前缴纳不低于80%的认证费用，余款应当在我机构做出授予、保持认证资格的决定后支付。

### ➤ 服务认证模式：

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（功能感知），简称模式 E；
- f) 既往服务足迹检测（验证感知），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；

在服务认证时，针对服务特性测评或服务管理能力审核，各自可以选择一项或一项以上的认证模式进行组合使用。

## 5.4 审核方案和审核策划

### 5.4.1 审核方案

5.4.1.1 我机构应针对每一认证委托人建立认证周期内的审核方案，以清晰地识别所需的审核活动。

5.4.1.2 初次认证的审核方案应包括两阶段初次审核、获证后的监督审核和认证到期前进行的再认证审核。

注：一个认证周期通常为3年，从初次认证（或再认证）决定算起，至认证的有效期限截止。

5.4.1.3 初次认证审核和再认证审核是对认证委托人完整体系的审核，应覆盖SC相关标准所有要求。认证证书有效期内的监督审核应覆盖SC相关标准所有要求。

5.4.1.4 初次认证及再认证后的第一次监督审核应在证书签发起12个月内进行。此后，监督审核应至少每个日历年（应进行再认证的年份除外）进行一次，且两次监督审核的时间间隔不得超过15个月。

5.4.1.5 考虑认证委托人不同班次完成的过程，以及其所证实的对每个班次的过程实现实施的审核程度，以确保审核的有效性：

- (1) 每次审核应至少对其中的一个班次的生产或服务的活动现场进行审核；
- (2) 对于未审核的班次，应记录不对其审核的理由。

#### 5.4.2 审核时间

5.4.2.1 审核时间包括在认证委托人现场的审核时间以及在现场审核以外的实施策划、文件审核和编写审核报告等活动的时间。审核时间以人天计，1 人天为 8 小时。如果每天的实际工作时间不足 8 小时，则应延长审核天数以满足人天要求。

5.4.2.2 应以附录A所规定的审核时间为基础，考虑认证委托人有效人数，建立文件化的不同类型审核的审核时间（包括现场审核时间）的确定方法。

5.4.2.3 每次审核的审核时间的确定过程应形成记录，尤其是减少审核时间的理由，减少的时间不得超过附录A所规定的审核时间的30%。

#### 5.4.3 多场所抽样方案

5.4.3.1 应建立并实施多场所组织认证抽样的规则并遵照执行，策划并保留多场所组织的抽样及确定审核时间的记录。

5.4.3.2 多场所抽样应基于与认证委托人活动或过程性质相关的评价，如果多个场所未涵盖相同的活动、过程，则不应抽样，应当逐一到各场所进行审核。对多个相似场所可进行抽样审核，抽样数量应不少于按以下方法计算的结果：

(1) 初次认证审核： $Y = \sqrt{X}$

(2) 监督审核： $Y = 0.6 \sqrt{X}$

(3) 再认证审核： $Y = 0.8 \sqrt{X}$

注：其中Y为抽样的数量，结果向上取整；X为相似场所的总体数量。

5.4.3.3 SC 体系分场所仅为见证组织范围实现能力，可并入组织运行范围合规性审核项。

#### 5.4.4 组建审核组

5.4.4.1 应根据实现审核目的所需的能力和公正性要求组建审核组，每个审核组应包括：

（1）审核组长，应当具有管理和领导审核组达成审核目标的知识和技能，其能力应至少满足GB/T 19011《管理体系审核指南》标准中对审核组长的通用要求；

（2）审核组员：依据组长审核计划，按计划完成相应审核

5.4.4.2 实习审查员参与 SC 认证审核不计算人日。（适用时）

5.4.4.4 审核组成员不得与认证委托人存在利益关系。

#### 5.4.5 多场所远程审核方式（详见附录A）

5.4.5.1 SC认证审核应在认证委托人的现场实施，初次认证以及认证周期内的每年度的监督审核和再认证审核活动，应包括访问认证委托人现场的现场审核。

5.4.5.2 因安全、场所保密、超远距离因素的考虑，审核组可在认证委托人的现场采用远程审核方法对认证委托人的某个过程的运作情况实施审核。

5.4.5.3 审核中采用远程审核方法的，远程审核时间不得超过现场审核时间的30%，并应在审核计划、审核记录及审核报告中予以注明。

#### 5.4.6 审核计划

5.4.6.1 我机构应依据审核方案为每次现场审核制定审核计划。审核计划至少包括：审核目的、审核准则、审核范围、现场审核的日期、时间安排和场所、审核组成员及审核任务安排。其中，审核员应注明SC审核员注册号（注：人员在获得SC的基础上我机构经培训后获得相应合格证书，时间起止跟随其SC资格）。

5.4.6.2 现场审核应安排在认证委托人的生产或服务处于正常运行时进行。

5.4.6.3 现场审核开始之前，应将审核计划提交给认证委托人并经其确认。如需

要临时调整审核计划，应经双方协商一致后实施。

5.4.6.4 审核组长制定《审核计划》，明确分工，审核小组的成员则应准备各自的检查清单。

a) 审核组长负责文件审核/复检，前期资料审查，只有文件基本符合标准的情况下才能进行审核。

b) 审核组长应确保审核及审核计划的制订

c) 审核员应根据审核计划的分工编写或补充“检查表”。

## 5.5 实施审核

5.5.1 审核组应按照审核计划实施审核，并采用中文记录审核过程，可使用图片、音像等作为补充材料。

5.5.2 审核组应会同认证委托人召开首、末次会议，认证委托人的最高管理者（因特殊原因不能参加的，应授权高级管理层其他成员）、SC相关职能部门负责人应参加会议，缺席应记录理由（由本部门副职代位出席）。审核组应保留首、末次会议签到记录。审核组应按国家认监委的要求完成首、末次会议现场审核的网络签到。

5.5.3 发生下列情况时，审核组应向我机构报告，经同意后终止审核：

- （1）认证委托人对审核活动不予配合，审核活动无法进行；
- （2）认证委托人实际情况与申请材料有重大不一致；
- （3）其他导致审核程序无法完成的情况。

## 5.6 初次认证

### 5.6.1 初次认证审核应分为两个阶段实施

5.6.2 非现场文审，在实施现场评价前，审核组对客户提交的相关文件、资料进行审查。依据本规则要求和适用的服务评价标准/规范，对客户申请认证的服务进行评价，初次认证评价目的是评价受评价方在拟认证范围内的服务是否符合认证准则及其

承诺的要求。

### 5.6.3 第二阶段现场审核

5.6.3.1 第二阶段审核的目的是评价认证委托人 SC 的实施情况，包括对 SC 标准要求的符合性和体系的有效性。

5.6.3.2 第二阶段审核应在认证委托人的现场实施，至少覆盖以下内容：

- 认证委托人SC标准的符合情况及证据；
- 对认证委托人服务能力的评价，包括对与认证委托人管理体系相关的结构、方针、过程、程序、记录及文件的现场评价；

注：服务管理要素的选择和运用程度取决于服务组织的选择、所服务的市场、服务过程和顾客的需要。

- 人员及资源配置与管理；
- 服务特性控制及其运行管理；
- 用于支持服务的设施设备、服务用品、信息技术及相应的环境条件；
- 服务承诺和顾客服务；
- 对服务中断或意外事件的响应和服务补救措施；
- 争议的处置管理；
- 服务投诉的处理；
- 内部审核。

## 5.7 监督审核

5.7.1 我机构应对获证组织进行有效跟踪，包括依据审核方案对获证组织开展的监督审核，以确认获证组织SC标准的持续符合性和运行的有效性。

5.7.2 每次监督审核应尽可能覆盖认证范围内的有代表性的生产/服务过程、行业

类别的典型产品/服务；并确保在认证证书有效期内的监督审核覆盖认证范围内的所有代表性的生产/服务过程、行业类别的典型产品/服务。

5.7.3 监督审核应重点关注获证组织的变更以及SC绩效的持续改进，监督审核的内容至少包括：

- （1）内部审核和管理评审是否规范和有效；
- （2）对上次审核中确定的不符合项采取的纠正措施及效果；
- （3）SC在实现获证组织目标和SC预期结果方面的有效性；
- （4）为持续改进而策划的活动的进展；
- （5）持续的运作控制；
- （6）任何变更；
- （7）认证证书、认证标志的使用和（或）任何其他对认证信息的引用；
- （8）SC 相关投诉的处理。

5.7.4 监督审核的时间应根据获证组织当前情况（有效人数）确定，不少于依据附录A所确定的初次认证审核时间的1/3。

注：多场所往返时间参考距离另行计算。

## 5.8 再认证

5.8.1 获证组织拟继续持有认证证书的，应至少在认证证书到期前3个月向我机构提出再认证申请，逾期则按初次认证申请处理（参考GB/T 27021.1）。

5.8.2 我机构应依据审核方案实施再认证审核，以判断获证组织的SC作为一个整体与标准持续符合性和运行的有效性。

5.8.3 再认证审核应在获证组织现场进行，并至少应在认证证书到期前1个月完成。再认证审核的内容至少应包括：

(1) 结合其内部环境和外部环境的变化情况，确认获证组织SC有效性及认证范围的持续相关性和适宜性；

(2) SC绩效持续改进的证实；

(3) SC在实现获证组织目标和SC预期结果方面的有效性。

5.8.4 再认证审核策划时应考虑获证组织最近一个认证周期内的SC绩效，包括调阅以往的监督审核报告。

5.8.5 再认证审核的审核时间应按5.4.2的要求，根据获证组织当前情况（有效人数和SC风险类型）来确定，不少于依据附录A所确定的初次认证审核时间的2/3。

注：多场所往返时间参考距离另行计算。

## 5.9 特殊审核

### 5.9.1 扩大认证范围

对于已授予的认证，我机构应对扩大认证范围的申请进行评审，并确定任何必要的审核活动，以做出是否可予扩大的决定。这类审核活动可以结合监督审核同时进行。

### 5.9.2 提前较短时间通知的审核

为调查投诉、质量事故、对变更做出回应或对被暂停的客户进行追踪，可能需要在提前较短时间或不通知获证组织的情况下进行审核：

(1) 我机构应说明并使获证组织提前了解将在何种条件下进行此类审核；

(2) 由于获证组织缺乏对审核组成员的任命表示反对的机会，我机构应在指派审核组时给予更多的关注；

(3) 获证组织的产品在产品质量国家监督抽查中被查出不合格时，自市场监管部门发出通报起30日内，我机构应对该组织实施监督审核。

## 5.10 审核报告

5.10.1 我机构应就每次审核向认证委托人提供书面的审核报告。审核组长应对审核报告的内容负责。

5.10.2 审核报告的内容应准确、简明和清晰，反映认证委托人SC的真实状况，描述对照SC标准的符合性和有效性的客观证据信息，及对认证结论的推荐意见。

5.10.3 审核报告至少应包括或引用以下内容：

- （1）我机构名称；
- （2）认证委托人的名称和地址及其代表；
- （3）审核类型（例如初次、监督、再认证或其他类型审核）；
- （4）结合、联合审核情况（适用时）；
- （5）审核准则；
- （6）审核目的及其是否达到的确认；
- （7）审核范围，特别是标识出所审核的组织、职能单元或过程，以及审核时间；
- （8）任何偏离审核计划的情况及其理由；
- （9）任何影响审核方案的重要事项；
- （10）审核组成员姓名、身份及任何与审核组同行的人员；
- （11）审核活动（现场或非现场，永久或临时场所）的实施日期和地点；
- （12）应描述与审核类型的要求一致的审核发现、审核证据（或审核证据的引用）以及审核结论，重点反映认证委托人主要产品和服务提供过程与控制情况、内部审核和管理评审的过程、所取得的绩效，认证委托人实际情况与其预期质量目标之间存在的差距和改进机会；
- （13）行政监管部门在质量方面抽查的不合格情况，及相关原因分析和整改措施的有效性（适用时）；

- (14) 上次审核后发生的影响认证委托人SC的重要变更（适用时）；
- (15) 认证委托人对认证证书和认证标志的使用进行着有效的控制（适用时）；
- (16) 对以前不符合采取的纠正措施有效性的验证情况（适用时）；
- (17) 已识别出的任何未解决的问题；
- (18) 说明审核基于对可获得信息的抽样过程的免责声明；
- (19) 审核组的推荐意见以及对认证范围适宜性的结论。

5.10.4 我机构应保留用于证实审核报告中相关信息的证据。

5.10.5 我机构应将审核报告提交认证委托人。

5.10.6 对终止审核的项目，审核组应将终止审核的原因以及已开展的工作情况形成报告，我机构应将此报告提交给认证委托人。

## 5.11 认证决定

5.11.1 我机构应在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）提请评审委员会进行复核，并作出认证决定。认证决定人员应为我机构管理控制下的专职认证人员，并不得为审核组成员，能力应满足关于我机构资质审批的相关要求。认证决定过程不得外包，认证决定须由中华人民共和国境内的工作人员做出。

## 6. 认证证书和认证标志

### 6.1 总则

6.1.1 我机构应制定相应管理制度，要求获证组织正确使用SC认证证书和认证标志，以满足《认证证书和认证标志管理办法》中相关规定。

6.1.2 获证组织可以在认证有效期内使用我机构认证标志，并接受我机构的监督

管理。

6.1.3 获证组织应当在广告等有关宣传中正确使用认证标志，不得在产品上标注认证标志，只有在注明获证组织通过认证的情况下方可在产品的包装上标注认证标志。

6.1.4 我机构发现获证组织未正确使用认证证书和认证标志的，应当要求获证组织立即采取有效纠正措施，并跟踪监督纠正情况。

## 6.2 认证证书

6.2.1 我机构应及时向认证决定符合要求的组织出具认证证书，认证证书的签发日期不应早于做出认证决定日期。

6.2.2 SC认证证书的有效期限最长为3年，初次认证证书有效期的起算日期为认证决定日期，再认证证书有效期的起算日期不得晚于最近一次有效认证证书的截止日期。

6.2.3 对每张 SC 认证证书每个证书周期应赋予一个认证证书编号。

6.2.4 认证证书在中华人民共和国境内使用的，证书使用的语言至少应包括中文。

6.2.5 认证证书的信息应真实、准确，不产生误导，并至少包含以下内容：

（1）获证组织名称、统一社会信用代码、注册地址、认证范围所覆盖的经营地址。  
若认证的SC覆盖多场所，应表述认证所覆盖的所有场所的地址信息；

注：认证证书中可不包括临时场所，当在认证证书上展示临时场所时，应注明这些场所为临时场所。

（2）获证组织SC所覆盖的产品、活动、服务的范围；包括每个场所相应的认证范围，且没有误导或歧义（适用时）；

（3）认证依据的认证标准所采用的当时有效版本的完整标准号；

（4）证书签发日期和有效截止日期，证书应注明：获证组织必须定期接受监督审核并经审核合格此证书方继续有效的提示信息。

- (5) 证书编号（或唯一的识别代码）；
- (6) 我机构名称、地址；
- (7) 认证标志、相关的认可标识及认可注册号（适用时）；
- (8) 证书信息及证书状态的查询途径。

### **6.3 认证标志**

我机构自行制定的认证标志的式样、文字和名称，不得违反法律、行政法规的规定，不得与国家推行的认证标志相同或者近似，不得妨碍社会管理，不得有损社会道德风尚。

## **7. 认证资格的暂停、撤销和注销**

### **7.1 总则**

我机构应制定认证资格暂停、撤销和注销的文件化的管理制度，并遵照执行，不得随意暂停、撤销和注销认证资格。

### **7.2 认证资格的暂停**

7.2.1 获证组织有以下情形之一的，我机构应在调查核实后的5个工作日内暂停其认证资格，并保留相应证据：

- (1) SC 持续或严重不满足认证要求的；
- (2) 不满足 SC 适用的法律法规要求，且未采取有效纠正措施的；
- (3) 受到与质量相关的行政处罚；
- (4) 发生较大或重大质量事故，反映获证组织 SC 运行存在重大缺陷的；
- (5) 拒绝配合市场监管部门的认证执法监督检查，或者提供虚假材料或信息的；
- (6) 持有的与 SC 范围有关的行政许可文件、资质证书、强制性认证证书等过期

失效的；

（7）不能按照规定的时间间隔接受监督审核的；

（8）未按相关规定正确引用和宣传获得的认证资格和有关信息，包括认证证书和认证标志的使用，造成严重影响或后果的；

（9）不承担、履行认证合同约定的责任和义务的；

（10）被有关行政监管部门责令停业整顿的；

（11）发生与质量相关的重大舆情；

（12）主动请求暂停的；

（13）其他应暂停认证资格的。

7.2.2 我机构可根据暂停的原因和性质确定暂停期限，暂停期限最长不得超过6个月。

7.2.3 暂停期间，如获证组织采取有效的纠正措施，造成暂停的原因已消除的，我机构应恢复其认证资格，并保留相应证据。

### 7.3 认证资格的撤销

7.3.1 获证组织有以下情形之一的，我机构应在获得相关信息并确认后5个工作日内撤销其认证资格，并保留相应证据：

（1）被注销或撤销法律地位证明文件的；

（2）被国家企业信用信息公示系统和“信用中国”列入严重违法失信名单的；

（3）认证资格的暂停期限已满，但导致暂停的问题未得到解决或有效纠正的；

（4）因获证组织违规造成重大产品和服务等质量安全事故的；

（5）有其他严重违反 SC 相关法律法规行为，受到相关行政监管部门处罚的；

（6）SC 没有运行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，或者我机构已要求其纠正但超过 1 个月仍未纠正的；

(8) 其他应撤销认证资格的。

#### **7.4 认证资格的注销**

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

### **8. 申诉（投诉）处理**

8.1 我机构应建立文件化的申诉（投诉）处理制度，并遵照执行。

认证委托人或认证委托人对认证决定有异议的，可以向我机构提出申诉。

任何组织和个人对认证过程和决定有异议的，可以向我机构提出投诉。

8.2 申诉（投诉）的提交、调查和决定不应造成针对申诉人/投诉人的歧视。我机构对申诉人（投诉人）、申诉（投诉）事项的信息应予以保密。

8.3 我机构应及时、公正、有效地处理申诉（投诉），采取必要的纠正措施。对申诉（投诉）的处理决定，应由与申诉（投诉）事项无关的人员做出，或经其审核和批准，并应在60日内将处理结果书面告知申诉人（投诉人）。

8.4 认为我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，可以直接向我机构所在地市场监管部门或国家认监委投诉。

### **9. 信息公开与报告**

9.1 我机构应建立文件化的认证信息报告制度，并遵照执行。按照国家认监委关于认证信息上报的要求，按时上报认证相关信息，至少包括：

(1) 上一年度工作报告；

- (2) 社会责任报告；
- (3) 认证计划及认证结果；
- (4) 认证证书的状态；
- (5) 其他应报告的信息。

9.2 我机构应至少在审核实施前3天，将审核计划上报国家认监委相关网站，并应在上报认证证书信息的同时，上报管理体系审核结果信息。

9.3 我机构在颁发认证证书后，应在次月10日前，将认证结果相关信息报送国家认监委。

我机构应通过其网站或者其他形式，向公众提供查询认证证书有效性的方式。

9.4 我机构应通过其网站或者其他方式公开暂停、撤销、注销认证证书的信息，暂停证书的，还应明确暂停的起始日期和暂停期限。我机构应在暂停、撤销、注销认证证书之日起2个工作日内，按规定程序和要求报国家认监委。

9.5 获证组织发生重大质量事故的，我机构应在事故发生之日起2个工作日内，将该组织的认证情况及最近一个认证周期的认证材料报送获证组织所在地市场监管部门。

## **10. 认证记录**

10.1 我机构应建立文件化的认证记录、认证资料归档留存制度，记录认证活动全过程并妥善保存，归档留存时间为认证证书有效期届满或者被注销、撤销之日起2年以上。

10.2 认证记录应真实、准确、完整，以证实认证活动得到有效实施。认证记录包括但不限于：

- (1) 认证申请书;
- (2) 认证申请评审记录;
- (3) 认证合同;
- (4) 审核方案;
- (5) 审核计划;
- (6) 首、末次会议签到表;
- (7) 现场审核记录;
- (8) 不符合项报告及验证记录;
- (9) 审核报告;
- (10) 认证决定记录。

10.3 在认证证书有效期内,认证活动参与各方签字或者盖章的认证记录、资料等,应保存具有法律效力的纸质版原件。签字或盖章的认证记录至少包括:

- (1) 认证申请书;
- (2) 认证合同;
- (3) 审核计划;
- (4) 首、末次会议签到表;

10.4 认证记录应使用中文,以电子文档的形式保存认证记录的,应采用不可编辑的方式。

## **11. 其他**

### **11.1 认证标准换版**

我机构应按照最新发布的标准的换版工作要求,执行落实标准的换版工作,确保

组织能够及时获得新版标准认证（适用时详见换版通知）。

## 12 收费

认证费用按HZC有关规定收取。

证委托人按《监督、再认证通知》要求，或按认证协议约定及时支付认证费用。

附录 A

# SC 认证审查时间

➤ 初次认证审核时间

- 初次认证审核人日数按照如下标准实施

| 认证覆盖的人数（人） | 基础现场审核时间（人*天） |
|------------|---------------|
| ≤1000      | 2             |
| 500人叠加     | 叠加+1          |

- 最终认证审核时间因人数、产品和过程复杂程度、以往审核结果等因素，以及审核的有效性和充分性，需要增加或减少审核时间的可适当情况在增加或减少，减少人天的须注明减少的合理理由，审核时间减少最终不得超过基础审核时间的 30%。

- 现场审核时间合计计算后的最终结果以 0.5 人天为最小核算单位，计算后不足 0.5 人天的，以最接近 0.5 人天的方向调整。

➤ 监督审核人日数

- 监督审核时间应不少于初次认证审核的 1/3，但至少 1 人日。

➤ 再认证审核人日数

- 再认证审核时间应不少于初次认证审核的 2/3，但至少为 1 人日。

- 因多场所抽样审核往返时间需要增加审核时间的，应按如下标准实施：

| 抽样场所具中心职能位置距离  | 增加现场审核时间（人*天） |
|----------------|---------------|
| 往返路程小于1小时      | 0             |
| 往返路程大于1小时小于4小时 | 0.5           |

注：因 SC 仅涉及组织范围管理活动，不涉及组织过程具体实现情况，为保证审核的效率及不增加组织的负担，大于 4 小时往返时间的宜采用线上验证组织范围实现情况。

## 售后服务认证评价规范

| 维度  | 板块                     | 序号    | 标题        | 检查内容                                                                                                                      | 小类分值 |
|-----|------------------------|-------|-----------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|
| A1  | 5.1<br>售后服务体系<br>(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    |
| A2  |                        |       |           | 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    |
| A3  |                        | 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人员和业务人员                                                                            | 1    |
| A4  |                        |       |           | 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    |
| A5  |                        | 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  |                        |       |           | 5.1.3.2 售后服务组织应提供内部保障, 具体包括:<br>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;<br>b) 定期或不定期的服务文化的培训;<br>c) 有效的评优、奖励、晋升和员工关怀机制。 | 2    |
| A7  |                        |       |           | 5.1.3.3 售后服务组织应提供基础设施, 具体包括:<br>a) 办公场所和服务场所;<br>b) 售后服务设施, 例如顾客信息系统、安全保障措施等;<br>c) 售后服务活动中涉及的工具、备品备件等。                   | 2    |
| A8  |                        | 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  |                        |       |           | 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 |                        | 5.1.5 | 监督 (7分)   | 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                                                                                | 1    |
| A11 |                        |       |           | 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 |                        | 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 quality 方面不断改进                                                               | 2    |
| A13 |                        |       |           | 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 |                        |       |           | 5.1.6.3 通过国家认可的相关品牌、安全或管理认证                                                                                               | 1    |
| A15 |                        |       |           | 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 |                  | 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 |                  |       |          | 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 |                  |       |          | 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   |
| B1  | 5.2<br>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   |
| B2  |                  |       |          | 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   |
| B3  |                  |       |          | 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   |
| B4  |                  |       |          | 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   |
| B5  |                  |       |          | 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   |
| B6  |                  | 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 |
| B7  |                  |       |          | 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 |
| B8  |                  |       |          | 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 |
| B9  |                  |       |          | 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 |
| B10 |                  | 5.2.3 | 配送（4分）   | 5.2.3.1 所售商品的包装应完整、安全，便于运输或携带                                         | 1   |
| B11 |                  |       |          | 5.2.3.2 对顾客所承诺的送货范围、送货时间及时兑现                                          | 3   |
| B12 |                  | 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   |
| B13 |                  |       |          | 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   |
| B14 |                  |       |          | 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   |
| B15 |                  |       |          | 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   |
| B16 |                  |       |          | 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   |
| B17 |                  |       |          | 5.2.4.6 对于维修期限较长，或因维修方原因延误维修                                          | 1   |

|     |                              |               |                     |                                                                                  |   |
|-----|------------------------------|---------------|---------------------|----------------------------------------------------------------------------------|---|
|     |                              |               |                     | 时间的, 可为顾客提供相应的代用品                                                                |   |
| B18 |                              | 5.2.5         | 质量保<br>证(7<br>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 |
| B19 |                              |               |                     | 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 |
| B20 |                              |               |                     | 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 |
| B21 |                              |               |                     | 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 |
| B22 |                              |               |                     | 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 |
| B23 |                              | 5.2.6         | 废弃商<br>品回收<br>(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 |
| B24 |                              |               |                     | 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 |
| C1  | 5.3<br>顾客<br>服务<br>(25<br>分) | 5.3.1         | 顾客关<br>系(15<br>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 |
| C2  |                              |               |                     | 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                                           | 2 |
| C3  |                              |               |                     | 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 |
| C4  |                              |               |                     | 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 |
| C5  |                              |               |                     | 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 |
| C6  |                              | 5.3.2         | 投诉处<br>理(10<br>分)   | 5.3.2.1 专职部门记录顾客投诉, 建立完整的投诉档案                                                    | 2 |
| C7  |                              |               |                     | 5.3.2.2 及时反馈和处理顾客投诉, 有效解决顾客投诉                                                    | 7 |
| C8  |                              |               |                     | 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 |
| D1  | 特别<br>项                      | 特别<br>扣分<br>项 | 超过5<br>分不<br>通<br>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 |
| D2  |                              | 特别<br>加分<br>项 | 最多1<br>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 |

### 评分比例：

| 评分比例     | 要点                                     |
|----------|----------------------------------------|
| 0%-20%   | ■ 在该评分项要求中水平很差，或没有描述结果，或结果很差           |
|          | ■ 在该评分项要求中没有或极少显示趋势的数据，或显示了总体不良的趋势     |
|          | ■ 在该评分项要求中没有或极少的相关数据信息，或对比性信息          |
| 20%-40%  | ■ 在该评分项要求中结果很少，或在少数方面有一些改进和（或）处于初期绩效水平 |
|          | ■ 在该评分项要求中有少量显示趋势的数据，或处于较低水平           |
|          | ■ 在该评分项要求中有少量相关数据信息，或对比性信息             |
| 40%-60%  | ■ 在该评分项要求的多数方面有改进和（或）良好水平              |
|          | ■ 在该评分项要求的多数方面处于取得良好趋势的初期阶段，或处于一般水平    |
|          | ■ 在该评分项要求中能够获得相关数据，或对比性信息              |
| 60%-80%  | ■ 在该评分项要求的大多数方面有改进趋势和（或）良好水平           |
|          | ■ 与该评分项要求中一些趋势和（或）当前显示了良好到优秀的水平        |
|          | ■ 在该评分项要求中处于获得大量相关数据，或对比性信息。           |
| 80%-100% | ■ 在该评分项要求重要的大多数方面，当前结果/水平/绩效达到优良水平     |
|          | ■ 与该评分项要求中大多数的趋势显示了领先和优秀的水平            |
|          | ■ 在该评分项要求中能够获得充分相关数据，或对比性信息            |

### 级别标准：

- 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),三星级售后服务；
- 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。