



方圆标志认证集团有限公司
CHINA QUALITY MARK CERTIFICATION GROUP CO., LTD

商品售后服务认证评价规范

文件编号： CQM/F-RZ-ZY-06-001

发布日期： 2019年12月23日

修订日期：

实施日期： 2019年12月23日





目 录

1 总则.....	2
2 规范性引用文件.....	2
3 术语和定义.....	3
4 评价要求.....	3
5 评价方法.....	11
6 评定等级.....	11

商品售后服务认证评价规范

1 总则

本规范规定了售后服务组织提供售后服务认证的规范性要求,包括服务特性要求、管理要求、服务顾客感知调查以及认证评价要求等内容。

本规范适用于认证机构实施商品售后服务认证评价活动。

本规范不适用于汽车、特种设备等商品售后服务评价。不适用于服务活动需取得资质的售后服务。

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,仅所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(包括所有修改单)适用于本文件。

《部分商品修理更换退货责任规定》

《中华人民共和国消费者权益保护法》

《中华人民共和国产品质量法》

《消费品召回管理暂行规定》

CNAS-CC02:2013 产品、过程和服务认证机构要求

CNAS-SC25:2017 服务认证机构认可方案

GB/T 24620 《服务标准制定导则 考虑消费者需求》

RB/T 301-2016 《合格评定 服务认证技术通则》

GB/T 27922 《商品售后服务评价体系》

GB/T 18760-2002 《消费品售后服务方法与要求》

SB/T 11013-2013 《整体橱柜售后服务规范》

SB/T 11212-2017 《新型建筑材料售后服务规范》

GB/T 33354-2016 《保健按摩器具售后服务规范》

GB/T 16784-2008 《工业产品售后服务 总则》

GB 25503-2010 《城镇燃气燃烧器具销售和售后服务要求》

GB/T 34432-2017 《售后服务基本术语》



- GB/T 37652-2019 《家具售后服务要求》
- GB/T 22766.1-2008 《家用和类似用途电器售后服务 第1部分:通用要求》
- GB/T 22766.2-2009 《家用和类似用途电器售后服务 第2部分:电冰箱的特殊要求》
- GB/T 22766.3-2009 《家用和类似用途电器售后服务 第3部分:空调器的特殊要求》
- GB/T 22766.4-2009 《家用和类似用途电器售后服务 第4部分:洗衣机的特殊要求》
- GB/T 22766.5-2009 《家用和类似用途电器售后服务 第5部分:电热水器的特殊要求》
- GB/T 22766.6-2009 《家用和类似用途电器售后服务 第6部分:吸油烟机的特殊要求》
- GB/T 22766.7-2009 《家用和类似用途电器售后服务 第7部分:吸尘器的特殊要求》
- GB/T 22766.8-2009 《家用和类似用途电器售后服务 第8部分:饮水机的特殊要求》
- GB/T 22766.9-2009 《家用和类似用途电器售后服务 第9部分:空气净化器的特殊要求》
- GB/T 28238-2011 《体育用品售后服务的要求》
- SB/T 10971-2013 《装饰装修材料售后服务管理规范》
- SB/T 10990-2013 《家具售后服务规范》
- SB/T 11052-2013 《电子商务售后服务评价准则》

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

商品售出后,为满足顾客的需求提供的一系列活动和措施

注1:包括无形产品。

[GB/T 34432 基础术语2.1]

4 评价要求

4.1 服务特性测评

4.1.1 基本要求

4.1.1.1 商品售后服务组织(简称“组织”)售后服务提供的服务项目及形式

a) 组织应依据国家相应法规标准要求、合同及承诺提供售后服务,服务项目包括但不限于:

——解答消费者的咨询;

——维护保养、检修、清洗;

- 安装、调试;
- 培训, 指导用户正确使用产品;
- 提供合格的零配件、备品备件;
- 处理消费者的投诉;
- 协助处理消费者退换货等。

b) 提供的服务形式应满足顾客需求, 包括但不限于:

- 电话、网络、信函咨询, 预约登记;
- 上门服务;
- 送修服务等。

4.1.1.2 信息沟通及咨询服务

4.1.1.2.1 组织设立有预约、咨询、保修、投诉、防伪查询等功能的顾客沟通渠道, 建立顾客服务热线或呼叫中心, 并明示受理时间。

4.1.1.2.2 组织售后服务电话在保修证书、销售场所、相应网上平台等处公示, 同时设有专人接听并记录。售后服务人员接收和处理咨询问题应使用礼貌用语, 对顾客问题耐心听取、准确解答、不推诿。

4.1.1.2.3 组织应及时接收处理投诉、保修、咨询信息, 保障沟通渠道畅通。

4.1.1.2.4 组织应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。

4.1.1.2.5 商品信息

a) 商品包装有完整、准确的组织和商品有关信息, 便于顾客识别和了解。

b) 商品附属文档应明确技术数据、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标准要求。

c) 向顾客明示商品的保修期限、维修收费、主要部件及易损坏配件等信息。

d) 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。

e) 对顾客明示的商品质保期和保修期应符合国家相关规定的要求。

4.1.1.2.6 组织应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。

4.1.1.3 售后服务人员

4.1.1.3.1 应熟悉国家有关产品质量、消费者权益保护等方面的法律法规, 掌握售后服务领域的基础技术知识, 充分了解该的商品的特性。



4.1.1.3.2 应尊重顾客，举止文明，语言礼貌，待人热情、亲切、友好，服务周到。

4.1.1.4 顾客信息保密

a) 组织及其服务人员应对顾客信息进行保密，不应泄露、出售或者非法向他人提供。

b) 组织应当采取技术措施和其他必要措施，确保信息安全，防止顾客个人信息泄露、丢失。在发生或者可能发生信息泄露、丢失的情况时，应当立即采取补救措施。

4.1.2 售后服务网点

4.1.2.1 售后服务网点的资源配置应满足国家相应商品的售后服务规范标准，包括但不限于以下条件：

——必要的售后服务场所（如接待、服务场所、办公场所、交通便利等）；

——售后服务活动中涉及的设备设施（如通讯办公设备、顾客信息系统、安全保障措施、维修检测设备、合格的备品备件、交通工具等）。

4.1.2.2 售后服务网点应有醒目的标志，室内卫生整洁、具有良好的视觉形象。

4.1.2.3 在店堂内，应醒目地公示组织经营许可证、服务项目、服务承诺、收费标准、咨询投诉电话等。

4.1.2.4 售后服务网点和售后服务部门应安排专人接待服务和报修登记。

4.1.2.5 服务时间满足顾客需求，服务完成时间应符合有关规定、承诺或与顾客的约定时间。

4.1.3 配送服务要求

4.1.3.1 配送商品的包装应完整、安全、便于运输或携带；

4.1.3.2 对顾客所承诺的送货范围、送货时间应按合同或双方约定兑现。

4.1.4 技术支持

4.1.4.1 组织提供技术服务应符合国家有关法规标准要求，满足顾客需求，提供的技术服务包括但不限于：

——进行有关技术咨询、培训；

——协助解决因保管、贮存、使用、维护不当所造成的问题；

——承担安装、调试和指导正确使用、维护产品；

——根据需要参与产品的定期检查等。

4.1.4.2 上门服务

售后服务人员应穿着干净整洁的工作服，携带必备的工具箱（袋）、工具、备件和材料；配戴服务证件，需持证人员应持证上岗。到顾客家里或有洁净要求的场所服务时应穿



鞋套; 配备垫布、抹布。

4.1.4.3 服务时间应符合有关规定、合同、承诺或与顾客约定的时间。上门服务人员应守时。

4.1.4.4 技术培训、咨询

组织应根据顾客的需要或合同,对顾客及有关人员进行使用指导、技术培训,向顾客详细说明商品的正确使用方法、性能、特点和特性,说明重要的注意事项和安全事项,必要时应做操作演示解答并解决顾客的疑问,使顾客能正常使用、操作。

4.1.4.5 上门设计

a) 售后服务人员应根据顾客使用环境、需求等因素,结合商品特性,提出设计方案并与顾客沟通(包括是否及如何收费)、确认;

b) 设计方案应便于开展后续售后服务工作,并不影响商品正常使用;

c) 设计方案应考虑可能破坏现有环境的作业风险(如钻孔),并降低对美观的影响。

4.1.4.6 安装、调试服务

a) 根据商品的特点,有关法规标准要求、合同及服务承诺,提供及时、必要的安装、调试服务;

b) 安装前,应与顾客核对实物,并进行初步的外观检查。需要时,安装前应就安装所需材料及其预算得到顾客同意;

c) 顾客自行提供的安装所需材料的,售后服务人员应记录并明确后续的责任划分,交由顾客签字确认;

d) 售后服务人员应在安装前确定安装方案。需用电钻打墙孔的,打孔前应向顾客了解预打孔的位置有无水、电、气等管线预埋;

e) 安装过程中应采取相应的保护措施,避免损害顾客物品、破坏原有的空间环境。特殊情况下,安装人员如需借用、移动或踩踏顾客的器具或物品时,应事先向顾客说明,征得顾客同意,操作完毕后,应及时恢复原位;踩踏的器具或物品的,应擦拭干净。安装、调试过程中发生的损坏由组织承担责任。

f) 安装完毕后,安装人员应告知顾客商品使用、养护及注意事项;

g) 安装完毕后进行试操作、调试;

h) 组织在售后服务过程当中应满足服务承诺的条件,安装、调试后达到商品的各项技术要求;

i) 安装、调试完毕后进行适当擦拭,并清理现场;



j) 高处作业时应配戴安全带和足够强度的绳索系牢室外维修的机器等，防止人员、机器跌落。

4.1.5 维修、保养

4.1.5.1 维修

a) 组织应按照国家 and 地方有关法律法规，按照国家《部分商品修理更换退货责任规定》、国家对相关商品售后服务要求及修理责任规定、产品使用说明书的明示或其他服务承诺向顾客提供规范化的维修服务；

b) 组织接到顾客报修后，与顾客约定服务方式、服务时间等服务事项，按约定的时间提供维修服务；

c) 维修时不应使用与产品技术要求不符的元器件和零配件。维修后应请顾客验收。维修后的产品应得到质量保证，保证修理后的产品能够正常使用 30 日以上；

d) 非保修期内的维修与更换方案、费用应事先征得顾客同意；

e) 对于维修期限较长，或因维修方原因延误维修时间的，应为顾客提供相应的代用品；

f) 高处维修作业时应配戴安全带和足够强度的绳索系牢室外维修的机器等，防止人员、机器跌落。

4.1.5.2 保养

a) 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，应根据国家法律法规和相应商品的售后服务要求、服务承诺提供相应的保养服务；

b) 组织接到顾客保养要求后，与顾客约定服务方式、服务时间等服务事项，按约定的时间提供保养服务；

c) 上门保养服务人员在正式保养前应先进进行初检，确认商品是否处在保修范围和安全使用年限内，征求用户意见（包括是否及如何收费），确定保养服务提供方案；

d) 保养后，服务人员应确保商品能正常使用或运行，并请顾客验收；

e) 高处保养作业时应配戴安全带和足够强度的绳索系牢室外维修的机器等，防止人员、机器跌落。

4.1.6 收费

4.1.6.1 相关售后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，遵循自愿接受的原则。

4.1.6.2 有偿服务如需订立合同，应按照国家有关法律规定订立合同，明确约定提供服



务的项目、内容、期限,以及收费项目、标准、方式及违约责任。

4.1.6.3 收取服务费后,应按约定向客户提供相应服务,不得擅自降低服务标准。收费后中止相应服务的,应向客户赔偿相应损失,并恢复商品服务前状态。

4.1.7 退换货及废弃商品回收

4.1.7.1 组织应按照国家 and 地方有关法律法规,按照国家《中华人民共和国消费者权益保护法》、《部分商品修理更换退货责任规定》、国家对相关商品售后服务要求及退换货责任规定、产品使用说明书的明示或其他服务承诺向顾客提供规范化的退换货服务。

4.1.7.2 组织应对产品使用中的质量问题及时处理。更换服务应与消费者办理书面交接手续。

4.1.7.3 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。

对于贸易型组织,应配合生产厂家,及时完成保修、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。

4.1.7.4 非保修期内的更换方案应事先征得顾客同意。如非企业商品质量或服务问题造成的退换涉及到收费的,应事先向顾客明示。

4.1.7.5 废弃商品回收

a) 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按国家有关安全和环保规定,对废弃商品进行回收和处置;

b) 上门报废服务

1) 在正式报废前应先征求用户意见(包括是否及如何收费),确定报废服务方案;

2) 上门报废服务应遵循保护环境和可持续利用的原则;

3) 在上门报废服务执行后,清理作业现场。

4.1.7.6 服务完成时间应符合有关规定、承诺或与顾客约定的时间。

4.1.8 投诉处理要求

4.1.8.1 组织应依据 GB/T 17242《投诉处理指南》的要求,按照投诉、争议处理流程及时处理顾客投诉、争议,并记录顾客投诉、争议。

4.1.8.2 服务投诉、争议处理途径、联络方式公开,提供 24 小时受理投诉服务;

4.1.8.3 投诉处理过程应对投诉者免费。

4.2 售后服务管理

4.2.1 基本要求



4.2.1.1 售后服务应符合国家现行有关售后服务的法律、法规、标准及相关行业的规定，应符合 GB/T 27922《商品售后服务评价体系》、GB/T 18760《消费品售后服务方法与要求》等相应商品售后服务标准要求。

4.2.1.2 应依据 GB/T 19001 建立质量管理体系，确定服务提供所需的准则和方法，确保可以获得必要的资源和信息，对服务提供的过程和活动进行控制，并持续改进管理体系有效性。

4.2.1.3 服务企业应：

明确顾客要求、服务标准、服务流程，识别售后服务的接触点，确定服务接触面，建立服务蓝图，针对综合服务、环境卫生服务、组织共用部位和共用设备设施及房屋建筑服务、安全与应急等服务内容，建立服务子蓝图。

4.2.2 制度建设

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，行成完整的售后服务手册。

4.2.3 组织架构及职责与权限

4.2.3.1 设立或指定专门从事售后服务工作的部门，并符合国家法规、行业及相应商品售后服务标准要求，有合理的职能划分和岗位设置。

4.2.3.2 根据需要，服务网点覆盖商品售后区域，组织能够对服务网点进行有效管理。

4.2.3.3 组织应在管理层中指定售后服务认证负责人，该负责人应具有以下方面的职责和权限：

- a) 确保标准的要求得到有效地建立、实施和保持；
- b) 确保提供的组织服务与标准的符合性；
- c) 正确使用服务认证证书和标志，确保证书状态持续有效；
- d) 组织服务认证负责人应具有充分的能力胜任本职工作。

4.2.4 资源配置

4.2.4.1 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。

4.2.4.2 应具有对服务人员健全的培训制度，定期开展培训活动，建立严格科学的考核与任用办法，使服务人员有良好的素质和能力；

4.2.4.3 应具备与其售后服务活动相适应的场地，并设有相关安全保护和消防安全的措施；

4.2.4.4 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。

4.2.4.5 应配备与其售后服务相适应的工作设备、检验检测仪器和劳动保护用具。售后服务用检验检测仪器应按照有关规定定期进行校准、检定和维护。

4.2.5 外部提供的过程、产品和服务的控制

商品售后服务组织应确保外部提供的过程、产品和服务符合要求。

在测量、规划、咨询、策划、设计、送货、安装、技术咨询、培训、退换、召回、维修、保养、检测、配件供应、满意度调查、客户联谊、商品使用情况跟踪、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、新品推荐等服务存在采购及外包时, 应制定相关采购及外包服务提供的服务商的评价准则和服务控制要求, 并实施。

4.2.6 售后服务记录

a) 售后服务记录应完整、清晰、明确、字迹工整, 至少包括顾客信息、产品信息、服务信息;

b) 顾客信息应至少包括用户姓名和有效的联系方式;

c) 记录符合相应商品售后服务标准要求。

4.2.7 监督与改进

4.2.7.1 日常运作及服务质量监督

组织应制定服务质量监测计划, 可通过内部、外部检查和考评等方式对服务质量进行监督检查, 对检查情况及时做好记录。对检查过程中发现的问题, 采取改进措施。

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。

定期为顾客提供有针对性的主动服务或回馈活动。

4.2.7.2 内部审核

售后服务企业应按照策划的时间间隔进行内部审核, 以提供有关售后服务质量管理的下列信息:

a) 是否符合:

1) 售后服务企业自身的服务质量管理要求;

2) 本规范的要求;

b) 是否得到有效的实施和保持。

4.2.7.3 投诉、争议处理及回访

4.2.7.3.1 应建立服务改进制度, 商品跟踪和信息反馈制度, 提供主动的售后服务。

4.2.7.3.2 应建立服务质量投诉、争议处理机制，内容至少包括：

- a) 建立投诉、争议及反馈档案，
- b) 顾客意见、投诉处理程序；
- c) 投诉处理结果的反馈程序；
- d) 突发事件的应急机制等。

4.2.7.3.3 应按 GB/T 17242《投诉处理指南》的要求处理客户的投诉、争议。

4.2.7.3.4 建立顾客回访制度。对回访中得到的顾客信息保密。

4.3 顾客感知调查

顾客感知调查从组织的功能性、经济性、安全性、时间性、舒适性、文明性等方面调查。调查依据、内容为 4.1 章要求。

5 评价方法

5.1 商品售后服务认证评价采用服务特性公开测评、管理审核、顾客感知调查方式进行。一般情况下每年评价一次，特殊情况如发生事故、重大投诉等情况时，增加评价次数。

5.2 管理审核采用现场审核，进行符合性判定，给出符合或不符合结论。审核依据为本规范4.2章要求。

5.3 服务特性公开测评采用评分方法，测评依据为本规范4.1章要求，对本规范附录中指标进行现场测评打分，满分100分。

5.4 顾客感知调查

5.4.1 顾客感知调查由认证机构的评价员单独对组织的顾客进行调查，调查对象为组织认证范围内售后服务的顾客。

5.4.2 顾客调查方法采用顾客访谈及问卷调查方式。

6 评定等级

6.1 依据评价结果，对售后服务评价划分为五个星级，星级越高表示服务更好。

6.2 各星级标准见下表：



序号	级别	服务特性测评总分 (X)	管理审核	顾客感知调查 (S)	其他
1	五星级	$X \geq 90$ 分；且各一级指标得分不低于该一级指标总分的90%	通过符合性审核	$S \geq 90\%$ ；且对顾客进行的当面问卷调查的总分数 $S_{\text{当面}} \geq 90\%$ ；	1. 组织经营1年以上（含）； 2. 管理审核无严重不符合； 3. 现场评价前2年内无责任事故发生； 4. 现场评价前2年内无售后服务方面负面信息，无重大投诉等；
2	四星级	$80 \text{分} \leq X < 90$ 分，且各一级指标得分不低于该一级指标总分的80%	通过符合性审核	$80\% \leq S < 90\%$ ；且对顾客进行的当面问卷调查的总分数 $S_{\text{当面}} \geq 80\%$ ；	1. 组织经营1年以上（含）； 2. 现场评价前1年内无责任事故发生； 3. 现场评价前1年内无售后服务方面负面信息； 4. 重大投诉 ≤ 1 起，但已有效整改。
3	三星级	$70 \text{分} \leq X < 80$ 分，且各一级指标得分不低于该一级指标总分的70%。	通过符合性审核	$70\% \leq S < 80\%$ ；且对顾客进行的当面问卷调查的总分数 $S_{\text{当面}} \geq 70\%$ ；	1. 组织经营半年以上（含）； 2. 现场评价前1年内无责任事故发生； 3. 重大投诉 ≤ 2 起，但已有效整改； 4. 无售后服务方面负面信息。
4	二星级	$60 \text{分} \leq X < 70$ 分	通过符合性审核	$60\% \leq S < 70\%$	1. 组织经营半年年以上（含）； 2. 现场评价前1年内无责任事故发生； 3. 重大投诉 ≤ 3 起，但已有效整改； 4. 无售后服务方面负面信息。
5	一星级	$50 \text{分} \leq X < 60$ 分	通过符合性审核		

6.3 上述每个等级的标准应同时满足方可评为相应等级，否则评定等级就低不就高。

注1：例1：某售后服务组织，除当面感知调查 $S_{\text{当面}}$ 为 75% 外，其他均符合五星级要求，但最终推荐评定等级只能为三星级。例2：某售后服务组织，有 1 起重大投诉已有效整改，其他均符合五星级要求，最终推荐评定等级只能为四星级；例3：某售后服务组织，有一项一级指标得分为 70 分，其他均符合五星级要求，但最终推荐等级为三星级；例4：某售后服务组织，提供 2 项便民无偿服务，其他均符合五星级要求，但最终推荐等级只能为三星级。

注2：责任事故指由于售后服务组织问题造成的顾客人身伤害，或死亡或财产损失等事故。

注3：重大投诉是指媒体曝光，且经证实的投诉或政府官方网站曝光的投诉、受到行政违法处罚。

注4：上表中的顾客感知调查 S 为当面调查与电子问卷调查的综合结果。S 当面为对顾客进行的当面问卷调查的综合结果。

6.4 监督时，发现售后服务组织有经过证实的重大投诉且不能有效整改，或由于服务问题造成了顾客伤害或死亡，或登上政府黑名单等情况时，证书暂停或撤销证书。

监督时，评价结果不能满足原星级条件时，则取消原等级证书，按实际评价结果对应的标准，评定相应等级（降级），换发证书。对不满足等级评定要求的，撤销证书。



附件:

一级指标	分值
4.1.1 基本要求	10
4.1.2 售后服务网点	15
4.1.3 配送服务	10
4.1.4 技术支持	25
4.1.5 维修、保养	15
4.1.6 售后服务收费	7
4.1.7 质量问题处理、退换货及废弃商品回收	8
4.1.8 投诉及意见处理	10