



售后服务体系认证证书

证书编号:

统一社会信用代码:

建立的售后服务体系认证符合标准:

GB/T 27922-2011、CTS Q/BZ01-2022、GB/T 16868-2009

注册地址:

审核地址:

认证范围:

首次发证日期: 本次有效日期: 有效期至:

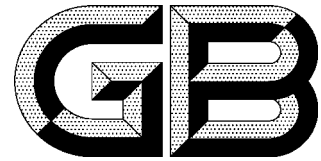
本证书在国家规定的行政许可、资质许可有效期内有效。获证组织应按规定执行监督审核并经审核合格的情况下方可保持认证证书的有效性。本证书可通过以下方式查询: 1. 本机构网站 (<http://www.bozrz.com>) 2. 中国国家认监委官方网站 (<http://www.cnca.gov.cn>)



签 发:



地址: 浙江省杭州市钱塘区白杨街道东部创智大厦1幢1007室
电话: 0571-86821236 邮箱: bang_zheng@yeah.net



中华人民共和国国家标准

GB/T 27922—2011



商品售后服务评价体系

Evaluation system for after-sales service of commodity

2011-12-30 发布

2012-02-01 实施

中华人民共和国国家质量监督检验检疫总局
中国国家标准化管理委员会 发布

目 次

前言 I

1 范围 1

2 规范性引用文件 1

3 术语和定义 1

4 评价原则 2

5 评价指标 2

6 评价的方式与方法 4

参考文献..... 7



前 言

本标准按照 GB/T 1.1—2009 给出的规则起草。

本标准由中国商业联合会提出。

本标准由中华人民共和国商务部归口。

本标准起草单位：中国商业联合会商业标准中心、北京五洲天宇认证中心、中国认证认可协会、海尔集团、康佳集团股份有限公司、佛山市顺德区美的微波电器制造有限公司、广东美的精品电器制造有限公司、广州中标联检验认证技术开发有限公司、长沙中联重工科技发展股份有限公司、五粮液股份公司、合肥美菱股份有限公司、淮海车辆集团有限公司、江苏雅迪科技发展有限公司、北京城乡贸易中心股份有限公司、山东梦金园珠宝首饰有限公司、广东志高空调有限公司、北京金殿友谊商城、浙江金洲管道科技股份有限公司、博洛尼家居用品(北京)有限公司、江苏威腾母线有限公司。

本标准主要起草人：谭新政、褚峻、邱建国、焦根强、齐云山、谢伟锦、侯义刚、乐泽亚、洪海庭、陈蓉、倪旭东、安继文、田凯、周和平、王忠善、计群、郭新峰、郭天雨、顾苏民、闫芳。

商品售后服务评价体系

1 范围

本标准规定了构成商品售后服务评价体系的基本要素,包括原则、指标和方法等方面的内容。

本标准适用于组织内部和外部(包括第三方机构)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。

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(包括所有的修改单)适用于本文件。

GB/T 19011—2003 质量和(或)环境管理体系审核指南(ISO 19011:2002, IDT)

SB/T 10409 商业服务业顾客满意度测评规范

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 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:售后服务包括但不限于以下方面:

- 1) 随合同签订而提供的活动,例如测量、规划、咨询、策划、设计等;
- 2) 在商品售出到投入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。

3.2

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。

3.3

评审员 auditor

具备资质、从事评价审查的专业人员。

3.4

评价 evaluation

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 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。



杭州邦证认证有限公司
Hangzhou Bangzheng Certification Co., Ltd

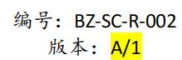
《售后服务完善程度评价认证实施规则》

文件编号:	
版 本:	A/1
编 制:	
审 核:	
批 准:	
控制状态:	受控

2024-06-03发布

2024-06-03实施

文件修订记录表

[illegible]



CTS《售后服务完善程度评价认证实施规则》

1 范围

本规范规定了构成商品售后服务完善程度评价认证实施规则的基本要素，包括原则、指标和方法等方面的内容，以及商品售后服务体系完善程度的评价方式、评价指标、评价程序和评价准则。

本规范适用于生产型企业和销售服务型企业的售后服务体系完善程度和水平的评价，适用于组织内部和外部（包括第三方机构）对售后服务体系完善程度和水平进行评价，以及为组织建立售后服务体系完善程度和水平的自评提供参考。

本规则适用于售后服务体系完善程度评价认证，其认证领域为：SC13支持性服务。

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（包括所有的修改单）适用于本文件。

- GB/T 19011 质量和(或)环境管理体系审核指南
- GB/T 19000 质量管理体系 基础和术语
- GB/T 19001 质量管理体系 要求
- GB/T 19012 质量管理顾客满意 组织处理投诉指南
- GB/T 19013 质量管理 顾客满意 组织外部争议解决指南
- GB/T 19580 卓越绩效评价准则
- GB/T 24620 服务标准制定导则 考虑消费者需求
- GB/T 10001.1 标志用公共信息图形符号 第1部分：通用符号
- GB/T 17242 投诉处理指南
- GB 17790 家用和类似用途空调器安装规范
- SB/T 10401 售后服务完善程度评价体系
- SB/T 10409 商业服务业顾客满意度测评规范

3 术语和定义

下列术语和定义适用于本规范。

3.1 质量

一组固有特性满足要求的程度。

注1:术语“质量”可使用形容词如差、好或优秀来修饰。

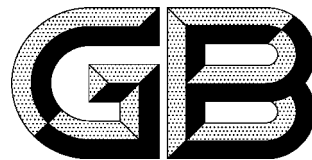
3.2 售后服务

向顾客售出商品以后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：售后服务包括但不限于以下方面：

- 1) 随合同签订而提供的活动，例如测量、规划、咨询、策划、设计等；
- 2) 在商品售出到投入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。

3.3 生产型企业



中华人民共和国国家标准

GB/T 16868—2009
代替 GB/T 16868—1997



商品经营服务质量管理规范

Commodity and service quality management specification

2009-05-06 发布

2009-10-01 实施

中华人民共和国国家质量监督检验检疫总局
中国国家标准化管理委员会 发布

目 次

前言 I

1 范围 1

2 规范性引用文件 1

3 术语和定义 1

4 基础设施要求 2

5 文件管理要求 3

6 质量管理要求 3

7 商品管理要求 5

8 服务质量控制 7

9 从业人员岗位要求 8

参考文献 10

前 言

本标准代替 GB/T 16868—1997《商品经营质量管理规范》。

本标准与 GB/T 16868—1997 相比主要修改如下：

- 标准名称用“商品经营服务质量管理规范”代替“商品经营质量管理规范”；
- 删除原标准中“商品经营的特性、管理职责”，增加了“基础设施要求”的内容；
- 本标准用“文件管理要求”代替“质量文件和记录”；
- 本标准用“质量管理要求”代替“与顾客的接触”；
- 删除原标准中“图 1、质量体系结构、质量体系文件、内部质量审核、质量体系评审”；
- 本标准用“商品管理要求”、“服务质量控制”代替“质量体系运行要素”；
- 增加了“食品经营管理”；
- 删除原标准中“数据收集、分析和应用”；
- 本标准用“从业人员岗位要求”代替“人员技能与交往联络”。

本标准由中国商业联合会提出。

本标准由中华人民共和国商务部归口。

本标准起草单位：中国商业联合会培训部。

本标准主要起草人：衡虹、赵霞、杨晓燕、刘璟琳、王凤宏、徐民。

商品经营服务质量管理规范

1 范围

本标准规定了商品经营服务质量管理的相关术语和定义,基础设施要求、文件管理要求、质量管理要求、商品管理要求、服务质量控制、从业人员岗位要求。

本标准适用于从事各类商品经营及服务的企业和组织。

2 规范性引用文件

下列文件中的条款通过本标准的引用而成为本标准的条款。凡是注日期的引用文件,其随后所有的修改单(不包括勘误的内容)或修订版均不适用于本标准,然而,鼓励根据本标准达成协议的各方研究是否可使用这些文件的最新版本。凡是不注日期的引用文件,其最新版本适用于本标准。

GB 8978 污水综合排放标准

GB/T 10001.1 标志用公共信息图形符号 第1部分:通用符号(GB/T 10001.1—2006, ISO 7001:1990, NEQ)

GB 10070 城市区域环境振动标准

GB 12348 工业企业厂界噪声标准

GB/T 17093 室内空气中细菌总数卫生标准

GB/T 17242 投诉处理指南

GB 17790 家用和类似用途空调器安装规范

GB 18580 室内装饰装修材料 人造板及其制品中甲醛释放限量

GB 18584 室内装饰装修材料 木家具中有害物质限量

GB/T 18883 室内空气质量标准

GB 50222 建筑内部装修设计防火规范

SB/T 10401 商品售后服务评价体系

SB/T 10409 商业服务业顾客满意度测评规范

SB/T 10427 大型商场、超市空调制冷的节能要求

3 术语和定义



下列术语和定义适用于本标准。

3.1

商品 commodity

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]

3.2

服务 service

为满足顾客的需要,供方和顾客之间接触的活动以及供方内部活动所产生的结果。包括供方为顾客提供人员劳务活动完成的结果;供方为顾客提供通过人员对实物付出劳务活动完成的结果;供方为顾客提供实物使用活动完成的结果。

服务的提供可涉及,例如:

——在顾客提供的有形产品(如维修的汽车)上完成的活动;



杭州邦证认证有限公司
Hangzhou Bangzheng Certification Co., Ltd

《商品售后服务评价认证实施规则》

文件编号：	BZ-SC-R-002
版 本：	A/1
编 制：	
审 核：	
批 准：	
控制状态：	受控



文件修订记录表

序号	发布日期	实施日期	修订内容摘要	版次	批准
1	2022-07-05	2022-07-05	新做成	A/0	
2	2023-12-13	2023-12-13	修订评价等级	A/1	



本规范规定了构成商品商品售后服务评价认证实施规则的基本要素，包括原则、指标和方法等方面的内容，以及商品商品售后服务评价的评价方式、评价指标、评价程序和评价准则。

本规范适用于生产型组织和销售服务型组织的商品售后服务评价和水平的评价，适用于组织内部和外部(包括第三方机构)对商品售后服务评价和水平进行评价，以及为组织建立商品售后服务评价和水平的自评提供参考。本规则适用于售后服务评价认证，其认证领域为：SC03 批发业和零售业服务。

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(包括所有的修改单)适用于本文件。

- GB/T 19011 质量和(或)环境管理体系审核指南
- GB/T 19000 质量管理体系 基础和术语
- GB/T 19001 质量管理体系 要求
- GB/T 19012 质量管理顾客满意 组织处理投诉指南
- GB/T 19013 质量管理 顾客满意 组织外部争议解决指南
- GB/T 19580 卓越绩效评价准则
- GB/T 24620 服务标准制定导则 考虑消费者需求
- GB/T 10001.1 标志用公共信息图形符号 第1部分：通用符号
- GB/T 17242 投诉处理指南
- GB/T 16868 商品经营服务质量管理规范
- GB 17790 家用和类似用途空调器安装规范
- SB/T 10401 商品售后服务评价体系
- SB/T 10409 商业服务业顾客满意度测评规范

3 术语和定义

下列术语和定义适用于本规范。

3.1 质量

一组固有特性满足要求的程度。

注1:术语“质量”可使用形容词如差、好或优秀来修饰。

3.2 售后服务

向顾客售出商品以后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：售后服务包括但不限于以下方面：

- 1) 随合同签订而提供的活动，例如测量、规划、咨询、策划、设计等；
- 2) 在商品售出到投入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。

3.3 生产型组织