



批发和零售业服务认证规则

ZHGJ-GZ-12

北京卓弘国际认证有限公司

文件修改履历表

版次	文件名	修改内容摘要	修改	批准	实施日期
E/0	服务认证规则	新建	李淳	张秋颖	2020-4-25
E/1	服务认证规则	根据认监委 2025 年第 9 号文要求,增加 5.3 服务认证模式和 5.4 服务认证领域	李英华	张秋颖	2025-5-25



目录

1 适用范围及总则	4
1.1 适用范围和认证依据.....	4
1.2 总则.....	4
2 引用文件	4
3 术语和定义	5
3.1 服务.....	5
3.2 顾客服务.....	5
3.3 服务特性.....	5
3.4 服务评价.....	5
3.5 服务认证方案.....	6
3.6 多场所组织.....	6
4 认证人员条件及能力要求	6
5 初次认证	6
5.1 初次认证申请.....	6
5.2 申请评审.....	7
5.2 初次认证的准备.....	7
5.3 服务认证模式.....	7
5.4 服务认证领域.....	9
5.5 初次认证的评价实施.....	10
5.6 评价报告.....	12
5.7 复核和认证决定.....	12
6 监督评价	12
6.4 监督服务特性测评在服务管理审核完成后的 2 个月内进行.....	13
6.6 监督评价报告.....	13
6.7 监督评价的认证决定.....	13
6.8 扩大认证范围.....	13
6.9 非例行监督.....	13
7 再认证	14
8 认证证书及认证标志要求	14
8.1 服务认证证书应至少包括以下基本内容：.....	14
8.2 认证证书的有效期.....	14
8.3 认证证书信息公开.....	14
8.4 认证证书及认证标志的使用.....	14
9 认证暂停、恢复、撤销和注销	15
9.1 发生下列情况，暂停认证证书.....	15
9.2 发生下列情况，撤销认证证书.....	15
9.3 发生下列情况之一，注销认证.....	15
10 与质量管理体系的结合审核	15
11 多场所审核	15
11.5 ZHGJ 在使用基于抽样的方法时，应：.....	16
11.6 ZHGJ 建立多场所抽样方法，以确保：.....	16
12 申请方、获证组织和 ZHGJ 的权利与义务	16
13 受理组织的申、投诉	17
13.1 申、投诉受理及处理.....	17

13.2 费用	18
14 信息通报	18
15 认证收费标准	18
基本收费项目	18
16.认证记录的管理	18
附件列表	20
附件一：GB/T 27922-2011《商品售后服务评价体系》	21
附	
ZHGJ-CX10-3《服务认证人员管理程序》	20
ZHGJ-CX06《多场所组织的管理体系审核与认证程序》	20
ZHGJ-CX12《记录和档案管理程序》	20
ZHGJ-CX15《申诉投诉处理程序》	20
ZHGJ-GL-18《认证人员能力评价准则》	20
ZHGJ-GL-19《确定审核时间管理规定》	20



1 适用范围及总则

1.1 适用范围和认证依据

1.1.1 本规则适用于 ZHGJ 依据以下标准开展的服务评价活动：

1) 商品售后服务评价活动（GB/T 27922-2011）、

本规则适用于《国家认监委关于自愿性认证领域目录和资质审批要求的公告》中的 ZHGJ 已获批准的服务认证。

1.1.2 本规则评价依据分别为以下标准、以及相关的技术规范、技术规范强制性要求或者标准：

1) 商品售后服务评价依据 GB/T 27922-2011《商品售后服务评价体系》（附件一）

1.1.3 本规则对服务评价实施过程作出具体规定，明确 ZHGJ 对评价过程的管理责任，保证评价活动的规范有效。

1.1.4 本规则是 ZHGJ 在评价活动中的基本要求，审核员、认证客户在该项认证活动中应当遵守本规则。

1.1.5 服务认证的产品分类执行标准 GB/T 7635.2-2002《全国主要产品分类与代码 第2部分 不可运输产品》。

1.2 总则

1.2.1 ZHGJ 依据国家相关法律法规，国家标准、规范等开展对认证客户的认证活动。

1.2.2 ZHGJ 对认证客户的认证工作遵循客观公正、科学规范、权威信誉、廉洁高效和非歧视的原则。

1.2.3 ZHGJ 不对申请认证客户提供可能影响认证公正性的咨询或其他服务。

1.2.4 ZHGJ 对承诺满足法律法规要求开展经营活动的认证客户实施认证。

1.2.5 在认证申请或初次认证审核的任何阶段，若有证据表明认证客户存在欺诈行为、故意提供虚假信息或隐瞒信息，ZHGJ 将不予受理。

1.2.6 ZHGJ 对申请认证的认证客户的申请材料内容、认证审核信息和其他非公开信息保守秘密。在法律法规要求时，ZHGJ 有责任将认证客户的相关信息向有关部门通报。

1.2.7 ZHGJ 对认证客户的认证仅表明，ZHGJ 承认获准认证的认证客户在认证范围内具有相关的管理能力。始终一致地达到实施管理体系标准的预期结果和符合认证要求的责任，在于认证客户而不是 ZHGJ。

2 引用文件

下列文件中的条款通过本文件的引用而成为本文件的条款。以下引用的文件，注明日期的，仅引用的版本适用；未注明日期的，引用文件的最新版本（包括任何修订）适用。

RB/T 301 合格评定 服务认证技术通则

RBT 024 合格评定 服务认证技术应用指南

RBT 314 合格评定 服务认证模式选择与应用指南

CNAS-CC02 《产品、过程和服务认证机构要求》

CNAS-SC25 《服务认证机构认可方案》

CNAS-GC25 《服务认证机构认证业务范围及能力管理实施指南》

GB/T 24421 《服务业组织标准化工作指南》

GB/T 19011 《管理体系审核指南》

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

GB/T 27205 /ISO/IEC TR17028合格评定服务 认证方案指南和示例

《国家认监委关于自愿性认证领域目录和资质审批要求的公告》

《认证证书和认证标志管理办法》（2022年9月29日国家市场监督管理总局令第61号第二次修订）

3 术语和定义

3.1 服务

在服务提供者和顾客的接触面上至少需要完成一项活动的结果，并且通常是无形的。

注：有形产品的提供或使用可构成服务提供的组成部分。

3.2 顾客服务

在整个服务提供阶段，服务提供者与顾客之间的互动。

3.3 服务特性

在服务提供者（服务组织）与顾客的接触过程中，顾客体验感知的一项或一组无形或有形的可区分的特征。

注1：从满足顾客需求和服务需要而言，服务特性可从功能性、经济性、安全性、时间性、舒适性、文明性等方面提出：

注2：服务特性可以是定量的（可测量的）或定性的（可比较的）。

3.4 服务评价

服务认证中的选取功能和确定功能的组合活动。

注1：选取阶段，需要确定拟评价的服务特性、要求（服务认证中所依据的规定要求）以及对评价和抽样适用的程序。

注2：按照适用的规定要求所进行的确活动可以包括但不限于检查、检测、测量和审核活动。在服务认证中，确定活动通常包括对以下方面的评价：

- a) 评价与服务特性要求的符合性；
- b) 评价服务组织所实施的内部管理。

为了实施上述评价，可能需要不同的评价方式或评价技术，如：

--服务特性测评，通常是以公开的方式进行；

--暗访；

--服务管理审核等。

注3：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。

注4：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，对服务特性作出评价的一种方式。暗访可作为是服务特性测评的一种方式。

注5：服务管理审核是指针对服务组织的内部管理所进行的评价。

3.5 服务认证方案

针对特定服务，使用相同的要求、规则和程序的认证制度。

注：实施服务认证的规则、程序和管理由认证方案规定。

3.6 多场所组织

多场所组织是指组织有一个确定的中心职能机构（如组织的总部）来策划、控制或管理某些活动，并且有一个由地方办公室或分支（即场所）组成的网络来实施这些活动。

注1：多场所组织的例子可能有：

--以特许经营方式开展业务的组织

--有一个销售网络的制造企业

--服务企业有多个场所，各场所提供相似的服务

--有多个分支的组织

4 认证人员条件及能力要求

ZHGJ依据 ISO/IEC 17021-1 (CNAS-CC01) 要求，对每个技术领域所需的能力，对相关具体的认证方案、认证活动中的职责和作用进行了确定，对所涉及的认证人员的聘用、初始评价、持续评价等要求执行 ZHGJ-CX10-3 《服务认证人员管理程序》，对认证人员岗位资格、行为与能力准则要求执行 ZHGJ-GL-18 《认证人员能力评价准则》。

具备服务认证审查员资格的审核员，并通过 ZHGJ 相关的培训考试，即可具备审核资格，其专业与质量管理体系所具备的专业相同。

5 初次认证

5.1 初次认证申请

5.1.1 申请初次认证的认证客户（以下简称申请组织）应具备的基本条件：

在中华人民共和国境内注册的各类生产、贸易及服务型企业，同时具备以下相关条件的，都可申请认证：

(1) 有完善的服务体系文件和相应制度；

(2) 执行相应国际、国家、行业或团体标准

5.1.2 申请人提交《认证申请书》及其要求的文件等申请材料（全部服务网点明细清单）。因不同的服务认证产品可能有不同的受理要求，需要时，申请人还应提供进一步的材料，以便 ZHGJ 获得足够的认证客户信息，具体的受理要求见相应附录，未明示的表明没有特殊要求。

5.1.3 在提交《认证申请书》时，申请人应按照认证收费标准表交纳认证申请费。

5.1.4 服务认证实施具体参考 ZHGJ-CX02-1《服务认证实施程序》。

5.2 申请评审

5.2.1 ZHGJ 在收到申请人提交的认证申请资料后，进行申请评审，解决双方在理解上的差异，必要时可对申请人进行访问。

1) 为确保认证审核的完整有效，ZHGJ 依据 ZHGJ-GL-19《确定审核时间管理规定》，基于申请组织管理体系覆盖的有效人数，并考虑活动范围、特性、技术复杂程度、风险程度等情况，核算并拟定完成认证审核工作需要的现场审核人日数，可以增加或减少审核人日数，但应有合理理由并记录。

2) 通过申请评审的，ZHGJ 将向申请人发出受理申请的通知，并签署《认证合同》，明确双方的权利和义务，包括信息通报的义务。

3) 不符合申请条件的，ZHGJ 将向申请人发出不受理申请的通知，并阐明理由。

4) 对不予受理有异议的，申请人可以按《申诉、投诉和争议处理规则》的规定提出申诉。

5.2 初次认证的准备

ZHGJ 根据申请内容，考虑服务认证方案以及特定服务实现的周期、体验样本、体验方式和服务管理审核所需的人日数。确定并策划认证评价方案，组建审核组并通知申请人。申请人如对评审组组成有异议，可向 ZHGJ 提出。

5.3 服务认证模式

初次认证评价包含对特定服务管理审核（包括服务设计），以及服务特性的检验，必要时采用顾客调查、既往服务足迹检测等方式。

5.3.1 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。

5.3.2 在服务认证时, **具有设计职责的服务认证模式及其组合**, 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。

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。

5.3.3 在**没有设计职责的服务认证模式及其组合**, 初次认证可采用的组合应用模式包括:

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5.3.2 b) 和5.3.2 c) 的内容。

注1：模式A +模式B+模式c+模式D+模式E+模式F+模式G+模式I 组合的服务认证模式适用于互联网环境下高风险的服务认证。

注2：模式B和模式D为适用时采用，就不易或不宜服务体验的情况，应考虑特定服务的风险、技术媒介，以及认证类型等因素实施认证模式的决策。

5.3.4 服务认证模式列表

评价活动和标准	初次服务认证模式	监督评价	再认证
商品售后服务评价活动 (GB/T 27922-2011)	A+B+G+I*	和初次服务认证模式一致	和初次服务认证模式一致

*注：暗访(神秘顾客)，必要时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，应是评价组的某一人。

5.4 服务认证领域

1) 服务认证领域划分

服务认证产品的领域划分和《国家认监委关于自愿性认证领域目录和资质审批要求的公告》中服务认证领域对应。

服务认证领域划分表

	服务认证领域	备注	认证活动和标准
服务认证	01 无形资产和土地服务		
	02 建筑工程和建筑物服务		
	03 批发业和零售业服务	★	商品售后服务评价活动 (GB/T 27922-2011) 新鲜水果蔬菜包装盒冷链运输评价活动 (GB/T 33129-2016)
	04 住宿服务；食品和饮料服务		
	05 运输服务（陆路运输服务、水运服务、空运服务、支持性和辅助运输服务）		
	06 邮政和速递服务		
	07 电力分配服务；通过主要管道的燃气和水分分配服务		
	08 金融中介、保险和辅助服务		
	09 不动产服务		
	10 不配备操作员的租赁或出租服务		
	11 科学研究服务（研究和开发服务；专业、科学和技术服务；其他专业、科学和技术服务）		
	12 电信服务；信息检索和提供服务		
	13 支持性服务		
	14 在收费或合同基础上的生产服务		
	15 保养和修理服务		
	16 公共管理和整个社区有关的其他服务；强制性社会保障服务		
	17 教育服务		

	18 卫生保健和社会福利服务		
	19 污水和垃圾处置、公共卫生及其他环境保护服务		
	20 成员组织的服务；国外组织和机构的服务		
	21 娱乐、文化和体育服务		
	22 家庭服务		

如“污水和垃圾处置、公共卫生及其他环境保护服务”，序号为“19”，污水和垃圾处置、公共卫生及其他环境保护服务认证的评价标准及评价要求为ZH Gj-GZ-12-19；

注2：同一服务认证领域不同的评价标准和评价要求，可编号ZH Gj-GZ-12-**-1，-2。如，ZH Gj-GZ-12-19-1；ZH Gj-GZ-12-19-2。

注3：★为ZH Gj已获批准的服务类别。

2) 等级划分

不同的服务认证产品，所采纳的具体的评分原则、评分标准及评级原则见ZH Gj-GZ-12-附录。

1.	商品售后服务评价依据GB/T 27922-2011《商品售后服务评价体系》	附件一
----	---------------------------------------	-----

5.5 初次认证的评价实施

评价实施为对认证的服务实施合格评定的确定过程。对特定服务的评价通常ZH Gj采用上述一组由包括特定的服务特性测评和服务管理审核相结合的评价模式，及必要时的暗访。

5.4.1 服务管理审核（包括服务设计）

5.4.1.1 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。

5.4.1.2 服务管理评价包括以下内容

1) 对申请人服务能力的评价，包括对与申请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。

2) 人员及资源配置与管理；

3) 服务特性控制及其运行管理；

4) 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（如 安全、环境）；

5) 服务承诺和顾客服务；

6) 对服务中断或意外事件的响应和服务补救措施；

7) 争议的处置管理；

8) 服务投诉的处理；

9) 内部审核。

5.4.1.3 审核通常从首次会议开始，审核过程中，审核组可以通过面谈、查阅文件、抽查质

量记录以及调查有关现场活动等方式收集证据。

5.4.1.4 审核组对所获取的相关信息和证据进行分析，对申请人的能力及绩效综合评价。任何引起关注的、或可能被判定为不符合的问题，以《问题清单》告知申请人。

5.4.2 服务特性的测评

5.4.2.1 服务特性测评旨在证实顾客服务“真实瞬间”的符合性

5.4.2.2 初次评价服务特性测评在服务管理审核完成后的3个月内进行

5.4.2.3 依据服务认证方案及认证标准/规范的要求制定服务测评计划，包括服务抽取样本，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。

5.4.2.4 测评指标包括服务特性指标（功能性、安全性、时间性、经济性、舒适性、文明性等）和服务过程质量指标（涉及人员、设施设备、环境等）

5.4.2.5 暗访，必要时，ZH Gj 实施对申请人的暗访，以获取其服务的真实情况。

5.4.3 ZH Gj 制定一个评价活动计划，以做出必要的安排。

注：根据认证方案的特性和产品要求，该计划可以是适用于所有活动的通用计划，包括适用时对质量管理体系的评价，或是针对一项特定活动的专门计划，或是两者的结合。

5.4.4 ZH Gj 审核方案策划人员根据任务要求策划安排有能力的审核组，并确保审核组可获得执行评价任务必须的所有信息和（或）文件。

注：评价任务可能包括设计评估和文件审查、取样、检测、检验、审核等活动。

5.4.5 审核组应按评价计划完成利用内部资源进行的评价活动。

5.4.6 ZH Gj 应只采信本次认证申请之前完成的与认证相关的评价结果，并对评价结果负责，并满足认证方案规定的要求。

5.4.7 评审组应将所有不符合和观察项告知客户。

注1：观察项是指尚未构成不符合，但需提请申请认证客户注意或改进的评审发现。

注2：观察项和不符合项要求认证客户认真对待，要求认证客户根据实际情况加以改进，否则有可能会在下次审核时被列入不合格项，影响得分。

注3：如产生不符合国家法律、法规的要求，对服务系统运行有严重影响的情况的严重不符合或特别扣分项，要求客户在规定期限内对发现的不符合进行纠正，并进行分析原因，制定消除不符合已采取或拟采取的具体纠正和纠正措施。审核组审查客户提交的纠正、所确定的原因和纠正措施，以确定其是否可被接受，告知客户审查和验证后，审核组确认的结果。将验证纠正和纠正措施有效性的方式告知客户。如：补充一次全面的或有限的现场审核，或客户提供文件化的证据

5.4.8 如果发现了一个或多个不符合，且客户希望继续认证过程，ZH Gj 可提供为验证不符合得到纠正所需的附加评价任务的有关信息。

5.4.9 如果客户同意完成附加的评价任务，ZH Gj 收到此申请后，重复 5.4 中规定的过程以完成附加的评价任务。

5.4.10 复核之前，所有评价活动的结果应形成文件。

注1：这些文件可以为确定产品要求（包括如认证方案有要求时，对生产产品的质量管理体系的要求）是否得到满足提供意见。

5.6 评价报告

5.5.1 依据评审发现，提出整改要求，综合打分，形成评审结论；ZH Gj 为每次评价活动提供书面评价报告，评价报告由审核组组长签字。评价报告应准确、简明和清晰地描述评价活动的主要内容，评价报告应包括但不限于以下内容：

- 1) 评价客户的名称和地址。
- 2) 评价范围，特别是标识出所评价的组织或职能单元或过程，以及评价时间。
- 3) 评价的类型、准则和目的。
- 4) 评审组组长、评审组成员及其个人注册信息。
- 5) 评价活动的实施日期和地点，包括固定现场和临时现场；对偏离评价计划情况的说明，包括对评价风险及影响评价结论的不确定性的客观陈述。
- 6) 叙述从 5.4 条列明的程序及各项要求的评审工作情况，其中：对 5.4.1-5.4.2 条的各项评价要求逐项描述或引用评价证据、评价发现和评价结论；对合格供应商信用评价指标实现情况评分结果。
- 7) 识别出的不符合项。
- 8) 服务评价等级；
- 9) 评审组对是否通过认证的意见建议。

5.5.2 ZH Gj 保留用于证实评价报告中相关信息的证据。

5.7 复核和认证决定

ZH Gj 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。

6 监督评价

6.1 为确保获证组织持续满足认证要求，初次认证后的第一次监督在认证决定日期起 12 个月内实施第一次监督审查；此后，监督审核应至少每个日历年进行一次，两次监督审核的时间间隔不得超过 15 个月。认证客户发生重大变更或 ZH Gj 认为必要时，可缩短对认证客户例行监督评审的时间间隔。以确认使用标志的服务持续符合认证所依据的标准或规范性文件要求。监督评价包括服务特性测评和（或）服务管理审核等评价活动。

6.2 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。

6.3 对特定组织的监督方案，可随其满足认证要求的能力变化而变化。在制定监督方案时，应考虑服务组织服务的复杂性、服务流程的变化、服务事故、顾客投诉及相关时影响服务符合性的管理体系的变更。

6.4 监督服务特性测评在服务管理审核完成后的 2 个月内进行

6.5 企业也可在获证的 6 个月后申请证书的星级提升。升级评审要求企业的服务各层面均有详实和完整的证据证明有效提升，且评分分值达到升级标准。

6.6 监督评价报告

监督审核方案所要求的审核活动全部完成后，由审核组长完成监督评价报告。监督审核的审核报告，除满足 5.5.1 条款 1)~8) 条内容外，还应有对下列内容的描述：

- 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、争议的处理以及重大投诉对认证保持的影响；
- 5) 确认获证组织采取纠正及纠正措施的有效性；
- 6) 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) 审核组对是否保持认证、变更的意见建议。

6.7 监督评价的认证决定

ZHGJ 根据监督评价的材料，对监督评价报告实施复核，符合要求的，保持认证资格；对于涉及缩小认证范围或者暂停/撤销认证资格的，经认证评定后，做出缩小认证范围/暂停/撤销认证资格的决定并通知认证客户。

6.8 扩大认证范围

ZHGJ 对扩大认证范围的申请进行评审，以确定任何必要的评价安排，这类评价活动可与监督同时进行。

注：扩大认证范围的申请可以包含不同类别的服务、不同地点等。

6.9 非例行监督

当出现下列情况时，ZHGJ 将对获证客户进行非例行监督评价

- a) 收到获证客户的顾客投诉；
- b) 获证客户的管理体系和服务流程发生重大变更，可能影响服务正常运行；
- c) 获证客户被有关行政监管部门查处、发生严重的与服务有关事故、媒体曝光；

- d) 认证依据发生变化时；
- e) ZHGJ 认为有必要时。

7 再认证

证书到期前，企业需要保持认证资格时，可申请复评/证书提升星级，申请人应在认证证书有效期截止3个月前向ZHGX提出再认证申请，如果在当前认证的终止日期前成功完成了再认证活动，新认证的终止日期可以基于当前认证的终止日期。新证书上的颁证日期应不早于再认证决定日期。

再认证与初次认证流程相同，可基于上一个认证周期的综合评价结果，采用初次认证选取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。

8 认证证书及认证标志要求

8.1 服务认证证书应至少包括以下基本内容：

- 1) 北京卓弘国际认证有限公司（ZHGX）名称及其认证标志；
- 2) 相关的认可标识及认可注册号（适用时）；
- 3) 获证组织名称、地址和统一社会信用代码。该信息应与其法律地位证明文件的信息一致。及其服务提供场所的地址；
- 4) 认证范围；
- 5) 认证所依据的服务标准、技术规范或其他规范性文件；
- 6) 服务评价等级；
- 7) 发证日期和认证有效期；
- 8) 证书编号；
- 9) 证书查询方式。ZHGX 除公布认证证书在 ZHGX 网站上的查询方式外，还应当在证书上注明：“本证书信息可在国家认证认可监督管理委员会官方网站（www.cnca.gov.cn）上查询”，以便于社会监督。

8.2 认证证书的有效期

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。

8.3 认证证书信息公开

ZHGX建立证书信息披露制度。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，还根据社会相关方的请求向其提供证书信息，接受社会监督。

ZHGX在网站上向社会发布认证公告，并将认证名录上报认监委。

注： ZHGX 网站（www.bjzhgj.com），认监委网站www.cnca.gov.cn

8.4 认证证书及认证标志的使用

执行ZH Gj-GK WJ 公开文件中“认证证书及认证标志使用规则”。具体见：

<http://www.zh gjrz.com/gkwenjian/>

9 认证暂停、恢复、撤销和注销

获证客户超过期限而未能实施监督审核的；审核组实施监督审核的审核结论及认证决定结论为暂停或撤销认证的，及其他经暂停、撤销的，ZH Gj将发放《认证证书暂停通知书》或《认证证书撤销通知书》通知到客户，信息上报人员将暂停/撤销信息2日内上报认监委并在网上公布。

9.1 发生下列情况，暂停认证证书

- a) 监督结果不符合认证准则，但其性质不属于需要立即撤销的情况；
- b) 不恰当地使用认证文件，发现后又未采取适当的措施予以解决；
- c) 违反了 ZH Gj 的认证方案或程序要求的情况；
- d) 特定服务在一段时期内未向顾客提供，经双方协商后，可暂停。

暂停期间内，消除了暂停原因，可恢复认证证书。

9.2 发生下列情况，撤销认证证书

- a) 监督结果不符合认证准则，性质严重，需要立即撤销的情况；
- b) 发生任何违反许可协议的情况；
- c) 在暂停期间，未采取有效措施的情况；
- d) 未履行应负的财务结算责任。

9.3 发生下列情况之一，注销认证

- a) 获证组织主动请求注销的；
- b) 换发新证书注销旧证书的；
- c) 其他应当注销认证证书的。

被注销的认证证书信息，ZH Gj 将及时上报至国家认监委；ZH Gj 网站证书查询栏中将同步公示被注销的组织名录。

10 与质量管理体系的结合审核

对企业服务和质量管理体系实施结合审核时，通用或共性要求应满足本规则要求，审核报告中应清晰，并易于识别。

11 多场所审核

11.1 对具有一个以上场所的组织的服务认证，通常，初次认证及后续的监督需在组织认证范围内的每个场所进行。然而，如果组织在不同的场所以相似的方式进行认证覆盖的活动，并且这些活动都处于组织的授权和控制下，那么认证机构可基于以往服务认证的结果，在后续的监督活动中采用适当的程序对这些场所进行抽样。

11.2 ZH Gj 建立文件化的程序来管理多场所的评价活动，以确保相关的认证要求已在全部场

所得到了运用并满足要求。

11.3 对于拥有多个相同类型和职能的服务场所的证书持有人，在其满足以下条件时，ZH Gj 基于风险的考虑确定抽样的方法，在监督活动中对证书持有人的多场所进行抽样评价：

- 1) 所有场所按相同的程序和方法运行，并接受统一的管理；
- 2) 所有的场所执行相同的服务流程，且各场所之间相对独立，不存在相互关联的过程；
- 3) 所有的场所均包含在申请人的内部审核方案中；
- 4) 证书持有人对所有场所具有管理的权利，有能力收集所有场所中与服务特性有关的信息和数据，并要求各场所执行统一的管理措施，且组织内部控制体系有效。

11.4 ZH Gj 确认进行服务认证的各个场所都满足 11.3 规定的抽样条件时，才可以对这些场所使用抽样程序。

11.5 ZH Gj 在使用基于抽样的方法时，应：

- 1) 充分识别此类服务场所之间的差异、场所的规模、服务活动的复杂程度、地域特点，以确定抽样水平的依据；
- 2) 结合以下因素抽取具有代表性的场所：
 - a) 内部审核的结果；
 - b) 场所规模的差异；
 - c) 不同场所在实施服务管理方面的差异；
 - d) 任何不同的法规要求；
 - e) 业务活动的差异及复杂程度；
 - f) 不同地域及其分布；
- 3) 无论是在任何一个场所内发现的不符合，其纠正措施的实施适用于包括在认证范围内的总部和所有场所。

11.6 ZH Gj 建立多场所抽样方法，以确保：

- 1) 抽样评价的结果可以满足证明其服务管理的适宜性、充分性和有效性；
- 2) 体现抽样样本的代表性和随机性。

注1：设计抽样方法时，可根据申请人所属的行业性质、服务类别、场所的规模和分布特征、经费等因素来选择适宜的方法。可选择的抽样方法通常包括随机抽样、分层随机抽样等。

注2：每次抽样的场所**最低数量**（y）一般宜为**分场所数量**（X）的**平方根**（ $y=\sqrt{X}$ ）。

初审、监督、再认证的具体抽样执行ZH Gj-CX06《多场所组织的管理体系审核与认证程序》。

12 申请方、获证组织和 ZH Gj 的权利与义务

- 1) 获得认证后持续有效满足相关服务标准。
- 2) 遵守相关法律法规，协助认证监管部门的监督检查，对有关事项的询问和调查如实提供相

关材料和信息。接受认可部门的见证评审。

3) 获得认证后发生以下情况时，及时向 ZHGJ 通报：

- a) 客户及相关方有重大投诉。
- b) 提供的服务质量被行业监管部门认定不合格。
- c) 发生服务的质量事故、安全事故、环境污染。
- d) 相关情况发生变更，包括：法律地位、生产经营状况、组织状态或所有权变更；取得的行政许可资格、强制性认证或其他资质证书变更；法定代表人、最高管理者变更；生产经营或服务的工作场所变更；服务认证范围变更；服务标准和服务过程的重大变更等。
- e) 出现影响服务质量的其他重要情况。

4) 在获得认证后，对认证的宣传符合下列要求。

- a) 在传播媒介（如互联网、宣传册或广告）或其他文件中引用认证状态时，应符合 ZHGJ 的要求；
 - b) 不做出有关于其认证资格的误导性说明；
 - c) 不以误导性方式使用认证证书或认证标志；
 - d) 在其认证被撤销时，按照 ZHGJ 的指令立即停止使用所有引用认证资格的广告材料；
 - e) 在认证范围被缩小时，修改所有的广告材料；
 - f) 不在引用其服务认证资格时，暗示对管理体系或过程进行了认证；
 - g) 不暗示认证适用于认证范围以外的活动和场所；
 - h) 在使用认证资格时，不得使 ZHGJ 和认证制度声誉受损，失去公众信任。
- 5) 为实施评价做出所有必要的安排，包括初次认证、监督、其他评价、再认证和解决投诉，为检查文件和接触所有过程与区域、记录及人员提供条件。
- 6) 为 ZHGJ 审查员安排交通、食宿等。
- 7) 按期向 ZHGJ 交纳本合同约定的认证费用。
- 8) 初次审核应提供一个服务周期的有效证据，包括开展了有效的内部审核。
- 9) 为到场的观察员如认可评审员、实习审核员提供条件。

13 受理组织的申、投诉

13.1 申、投诉受理及处理

组织对认证申请的不受理、中止审核、拒绝认证、撤销认证或缩小已获得的认证范围等有关的决定提出重新考虑的请求、认证客户或获证组织对认证决定有异议时，可向 ZHGJ 提出申诉；

任何人员或相关的机构对 ZHGJ 可能涉及认证政策、认证运作过程和认证结果及认证人员的表现等的不满，对获证方可能涉及产品及认证证书与认证标志使用等的不满，均可随时向

ZHGJ的综合部提出投诉，其投诉可以书面信函、来人反映或以其它渠道的方式进行；

ZHGJ接受申、投诉并且及时进行处理，申投诉的处理具体按ZH Gj-CX15 《申诉投诉处理程序》执行；与客户及投诉人共同决定是否将投诉事项公开，并在决定公开时，共同确定公开的程度。

若认为ZH Gj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，可以直接向所在地认证监管部门或国家认监委投诉。

卓弘认证投诉电话：010-84631655，认监委投诉010-56738610

13.2 费用

申、投诉处理的合理费用由败诉方承担。

14 信息通报

14.1 获证客户发生可能影响服务质量的重大变化，应于决定之日起10日内报送 ZHGJ。（如：法律地位、生产经营状况、组织状态或所有权变更；取得的行政许可资格、强制性认证或其他资质证书变更；法定代表人、最高管理者变更；认证联系人变更；生产经营或服务的工作场所变更，认证范围变更；服务标准和服务过程重大变更等）

14.2 获证组织发生客户及相关方有重大投诉；提供的服务市场监管部门认定不合格；发生服务的质量事故、安全事故、环境污染；应在发生之日起十日内，将相关资料和自查结论报送 ZHGJ。

15 认证收费标准

认证收费是执行国家有关规定，考虑与售后服务相关的人数（包括：）及认证范围内固定分场所的数量，以确定的审核时间（人日）

基本收费项目

序号	收费项目	收费标准	备注
1.	申请费	1000元	
2.	评价费	3000元/人日	按所需人日数执行
3.	审定与注册费	2000元	含证书正本一套
4.	管理年金	2000元	每年一次
5.	换证费	200元	证书内容变更，换发证书。
6.	证书副本	200元	每张100元
7.	翻译费	200元	
8.	测评费	测评时，发生的相关费用。	

16. 认证记录的管理

16.1 ZHGJ 对所有客户（包括所有提交申请的组织、接受评价的组织和获得认证或被暂停或

撤销认证的组织）保持审核及其他评价活动的记录。

16.2 获证客户记录包括以下内容：

- a) 申请资料及初次认证、监督和再认证的评价报告；
- b) 认证协议；
- c) 适用时，多场所抽样方法的理由；

注：抽样方法包括为审核特定管理体系和（或）在多场所审核中选取场所而做的抽样。

- d) 确定审核时间的理由；
- e) 纠正与纠正措施的验证；
- f) 投诉和申诉及任何后续纠正或纠正措施的记录；
- g) 适用时，技术委员会的审议和决定；
- h) 认证决定的文件；
- i) 认证文件，包括与产品（包括服务）、过程相关的认证范围，适用时，包括每个场所相应的认证范围；
- j) 建立认证的可信度所需的相关记录，如审核员和技术专家能力的证据；
- k) 审核方案。

16.3 ZHGJ 建立文件 ZHGJ-CX12《记录和档案管理程序》，记录认证活动全过程并妥善保存。

16.4 记录真实准确以证实认证活动得到有效实施。记录资料使用中文，保存期限为两个认证周期。

16.5 以电子文档方式保存记录的，采用不可编辑的电子文档格式。

16.6 所有具有相关人员签字的书面记录，制作成电子文档上传到认证信息管理系统，纸质版原件由 ZHGJ 存档管理，保存时间期限为两个认证周期。

附件列表

附件一 商品售后服务评价依据 GB/T 27922-2011 《商品售后服务评价体系》

ZHGJ-CX02-1 《服务认证实施程序》

ZHGJ-CX10-3 《服务认证人员管理程序》

ZHGJ-CX06 《多场所组织的管理体系审核与认证程序》

ZHGJ-CX12 《记录和档案管理程序》

ZHGJ-CX15 《申诉投诉处理程序》

ZHGJ-GL-18 《认证人员能力评价准则》

ZHGJ-GL-19 《确定审核时间管理规定》



附件一: GB/T 27922-2011 《商品售后服务评价体系》

附录一 商品售后服务评分表

指标大类	指标中类	指标小类	分值	监一	监二	简要记录(如需要,可另附记录页)	实际得分
神秘顾客感知	神秘顾客感知	根据售后服务内容,虚拟某类事情,以顾客身份,通过电话或现场询问、体验等方式,感知服务人员的接待水平;解决、处理问题能力等。不另设分值,可结合具体条款的评价预先策划进行,如 5.2.1.3、5.2.2.2、5.2.2.4、5.2.4.1、5.2.4.3、5.3.1.1 等,根据感知结果并结合现场体验在相应条款处评分。	/	★	★		
5.1 售后服务体系(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分)	1	★			
		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分)	3	★	★		
		5.1.1.3 可通过自建或委托设立服务网点。(0分)	0	★			
	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分)	1		★		
		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分)	5		★		
	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分)	2	★			
		5.1.3.2 售后服务组织应提供内部保障,具体包括:(2分) 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; b) 定期或不定期的服务文化的培训; c) 有效的评优、奖励、晋升和员工关怀机制。	2	★			
		5.1.3.3 售后服务组织应提供基础设施,具体包括:(2分) a) 办公场所和服务场所; b) 售后服务设施,例如顾客信息系统、安全保障措施等; c) 售后服务活动中涉及的工具、备品备件等。	2	★			

指标大类	指标中类	指标小类	分值	监一	监二	简要记录(如需要,可另附记录页)	实际得分
	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分)	4		★		
		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分)	2		★		
	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分)	1	★	★		
		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分)	6	★	★		
	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品质方面不断改进。(2分)	2	★	★		
		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分)	1	★	★		
		5.1.6.3 通过国家认可的相关品牌、安全或管理认证。(1分)	1	★	★		
		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分)	1	★	★		
	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分)	1	★			
		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分)	2	★			
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分)		3	★				
5.2 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分)	1	★	★		
		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分) ▲	2	★	★		
		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分)	1	★	★		

指标大类	指标中类	指标小类	分值	监一	监二	简要记录(如需要,可另附记录页)	实际得分
		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分)▲	1	★	★		
		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分) 注:系统性缺陷指商品出现的结构性的、批次性的质量缺陷。	1	★	★		
	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分)	1.5	★	★		
		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分)	1.5	★	★		
		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分)	1.5	★	★		
		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分)	1.5	★	★		
	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分)	1	★	★		
		5.2.3.2 对顾客所承诺的送货范围、送货时间及时兑现。(3分)	3	★	★		
	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分)	1	★	★		
		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分)	1	★	★		
		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分)	3	★	★		
		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分)	1	★	★		
		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分)	3	★	★		
		5.2.4.6 对于维修期限较长,或因维修方原因延误维修时间的,可为顾客提供相应的代用品。(1分)	1	★	★		
	5.2.5 质量保证(7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分)	1	★	★		
		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分)	1	★	★		

指标大类	指标中类	指标小类	分值	监一	监二	简要记录(如需要,可另附记录页)	实际得分
		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分)	2	★	★		
		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分)	1	★	★		
		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分)	2	★	★		
	5.2.6 废弃商品回收(2分)						
	5.2.6.1 向顾客明示废弃商品的回收有关注意事项,其内容应符合安全和环保的要求。(1分)	1		★			
	5.6.2.2 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分)	1		★			
5.3 客户服务(25分)	5.3.1 客户关系(15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分)	3	★	★		
		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分)	2	★	★		
		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分)	3	★	★		
		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分)	5	★	★		
		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分)	2	★	★		
	5.3.2 投诉处理(10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分)	2	★	★		
		5.3.2.2 及时反馈和处理顾客投诉,有效解决顾客投诉。(7分)	7	★	★		
		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分)	1	★	★		



指标大类	指标中类	指标小类	分值	监一	监二	简要记录(如需要,可另附记录页)	实际得分
特别扣分项	超过5分不通过	需要组织进行整改的项目=对服务系统运行有影响的情况。 (1) 国家法律、法规要求没有做到的; (2) 组织自身规定的服务制度没有做到或存在问题的; (3) 根据商品和服务的特性应具备的,行业普遍具备,但组织未做到或存在问题的; (4) 和评价指标有关的,影响服务体系运行(服务系统)的情况,主要指本标准 5.1 的有关指标。		★	★		
特别加分项	最多1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		★	★		
总分			100	86	87		

注1: 评分要求:

依据本标准进行售后服务评价时,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。评分的依据是调查中发现的按照本标准规定的评价指标的实施情况。

a) 以评价过程中发现的不符合评价指标的情况为扣分依据,一般均为定性指标,不符合则扣除全部分值。

b) 如需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。

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。每个特别扣分项在评分值之外扣除1分,且应进行整改。

d) 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。

e) 当删减(删减仅限于5.2 中根据实际商品性质服务性质而不涉及的项目,否则不能声称符合本标准)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。评分计算方法为:评分=实际得分/涉及项总分值×100;监督审核时,评分计算方法也类似,所有本次审核项,即为涉及项,最终得分=实际得分/涉及项总分值×100;如果分值影响了认证证书等级,填写ZHGI-JL-04《客户信息变更申请表》,变更认证证书。

f) 增加“神秘顾客感知”1分,

注2: 评分方法:

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

	<ul style="list-style-type: none"> ■ 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%	<ul style="list-style-type: none"> ■ 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%	<ul style="list-style-type: none"> ■ 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%	<ul style="list-style-type: none"> ■ 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%	<ul style="list-style-type: none"> ■ 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

注 3: 售后服务能力等级划分标准 (仅售后服务适用)

依据 GB/T 27922-2011《商品售后服务评价体系》最高五星

依据 GB/T 27922-2011《商品售后服务评价体系》、ZHGJ-GZ-12--附录 03-1 服务认证规则 (商品售后服务评价体系) 最高七星/十二星

售后服务能力评价综合得分	售后服务能力等级	售后服务能力等级 (七星)	售后服务能力等级 (十星)	售后服务能力等级 (十二星)
分值>=70	达标级售后服务;	★ 一级, 一星级售后服务	★ 一级, 一星级售后服务	★ 一级, 一星级售后服务
分值>=80	★★★ 三星级售后服务;	★★★★ 四级, 四星级售后服务	★★★ 三级, 三星级售后服务	★★★ 三级, 三星级售后服务



分值>=83			★★★★ 四级, 四星级售后服务	★★★★ 四级, 四星级售后服务
分值>=85		★★★★★ 五级, 五星级售后服务	★★★★★ 五级, 五星级售后服务	★★★★★ 五级, 五星级售后服务
分值>=88			★★★★★★ 六级, 六星级售后服务	★★★★★★ 六级, 六星级售后服务
分值>=90			★★★★★★★ 七级, 七星级售后服务	★★★★★★★ 七级, 七星级售后服务
分值>=91				★★★★★★★ 八级, 八星级售后服务
分值>=92	★★★★ 四星级售后服务;	★★★★★★ 六级, 六星级售后服务	★★★★★★★ 八级, 八星级售后服务	★★★★★★★ 九级, 九星级售后服务
分值>=93				★★★★★★★ 十级, 十星级售后服务
分值>=94			★★★★★★★ 九级, 九星级售后服务	★★★★★★★ 十一级, 十一星级售后服务
分值>=95	★★★★★ 五星级售后服务	★★★★★★★ 七级, 七星级售后服务	★★★★★★★ 十级, 十星级售后服务	★★★★★★★ 十二级, 十二星级售后服务



