

中标华远（北京）认证中心有限公司 认证规则

CSHY-SC-03-2018

批发业和零售业服务认证实施规则

文件编号：CSHY-SC-03-2018

版本/修改次数：A/1

受控状态：受控

2018-01-01 发布

2018-01-01 实施

中标华远（北京）认证中心有限公司 发布

编写说明

本认证规则归 CSHY 所有, CSHY 对其拥有最终解释权。任何组织及个人未经 CSHY 许可, 不得以任何形式全部或部分使用(法律另有要求的除外) 相关认证信息。

如需获取本实施规则正文, 请拨打联系电话: 010-53393006;

24 小时服务热线: 010-53393006

公司官方网址: <http://www.cshychina.com/>

电子邮箱: cshy01@163.com

公司通讯地址: 北京市丰台区南四环西路 188 号十区 22 号楼 4

层 04

目 录

1 适用范围	1
2 认证依据用技术规范、技术规范强制性要求或者标准	1
3 对 CSHY 的基本要求	1
4 对认证评价人员的基本要求	1
5 评价实施程序	2
5.1 申请	2
5.2 申请评审	3
5.3 评价	5
5.3.5 服务管理评价	8
5.3.6 服务特性测评	8
5.4 复核	15
5.5 认证决定	16
5.6 监督	17
5.7 再评价程序	19
5.8 多场所组织的抽样条件（抽样原则）	19
5.9 抽样规则（抽样方法）	20
6 认证证书及认证标志要求	23
6.1 认证证书及认证标志的控制	23
6.2 认证证书和认证标志的使用要求	24
6.3 认证证书和标志的管理要求	28
6.3.1 认证标志管理	28
6.3.2 认证证书和标志的使用和示例	28
7 认证证书状态管理规定和要求	30
7.1 证书状态管理要求	30
7.2 暂停证书要求	30
7.3 恢复证书要求	31
7.4 撤销证书要求	33
7.5 注销证书要求	33
7.6 扩大认证范围	34
7.7 缩小认证范围	34
8 与其他服务评价体系的结合评价	35
9 受理转换认证证书	35
10 申诉、投诉和争议处理原则	35
11 认证记录的管理	42
12 其他	42
附录 A：商品售后服务认证服务评价体系认证评价人日数表	43
附件 B：服务特性评价报告	45
附件 C：服务特性满意度指数计算方法	46

1 适用范围

1.1 本规则适用于依据 GB/T 27922-2011《商品售后服务评价体系》，开展经营活动的各类组织建立商品售后认证服务评价认证活动。

1.2 本规则依据认证认可相关法律法规，结合相关技术标准，对商品售后认证服务评价实施过程作出具体规定，明确 CSHY 在认证过程的管理责任，保证商品售后认证服务评价活动的规范有效。

1.3 本规则是 CSHY 在开展商品售后服务认证服务评价活动中的基本要求，CSHY 在该项认证活动中应当遵守本规则。

2 认证依据用技术规范、技术规范强制性要求或者标准

► GB/T 27922-2011《商品售后服务评价体系》

3 对 CSHY 的基本要求

3.1 获得国家认监委批准、取得从事服务认证（SC03 商品售后服务认证）的资质。

3.2 认证能力、内部管理和工作体系符合 GB/T 27065-2015/ISO/IEC 17065:2012《产品、过程和服务认证机构要求》。

3.3 建立内部制约、监督和责任机制，实现培训（包括相关增值服务）、审核和作出认证决定等工作环节相互分开，符合认证公正性要求。

3.4 鼓励 CSHY 通过国家认监委确定的认可机构的认可，证明其认证能力、内部管理和工作体系符合 GB/T 27065-2015/ISO/IEC 17065:2012《产品、过程和服务认证机构要求》。

3.5 不得将申请认证的组织（以下简称申请组织）是否获得认证与参与认证审核的审查员及其他人员的薪酬挂钩。

4 对认证评价人员的基本要求

4.1 认证评价员应当获得 CCAA 服务认证国家注册审查员资格的人员。

4.2 认证评价员应通过 GB/T 27922-2011《商品售后服务评价体系》标准基础知识及相关从业法律法规的培训，并经过考试合格取得 CSHY 认可的商品售后服务认证服务评价资质的评价员。

4.3 认证人员应当遵守与从业相关的法律法规，对认证评价活动及相关认证评价记录和认证评价报告的真实性承担相应的法律责任。

5 评价实施程序

5.1 申请

5.1.1 CSHY 应向申请组织至少公开以下信息：

- (1) 可开展认证业务的范围，以及获得认可的情况。
- (2) 本规则的完整内容。
- (3) 认证证书样式。
- (4) 对认证过程的申诉规定。

5.1.2 CSHY 应当要求申请组织至少提交以下资料：

- (1) 认证申请书，申请书应包括申请认证的商品售后服务认证服务评价活动范围及活动情况的说明。
- (2) 申请方有效的法律地位证明文件，如营业执照；若商品售后服务认证服务评价体系覆盖多场所活动，应附每个场所的法律地位证明文件的复印件（适用时）。
- (3) 商品售后服务认证服务评价体系覆盖的活动所涉及法律法规要求的有效期内的行政许可证明、资质证书等的复印件；
- (4) 商品售后服务网点清单
- (5) 有效的评价体系文件，包括：评价体系方针、目标和范围，以及标准要求的相关评价体系文件化的信息，如果组织确定 GB/T 27922-2011《商品售后服务评价体系》标准的某些要求不适用于其评价体系范围，应在申请书中说明理由；
- (6) 与服务过程相关的法律法规、规范和标准清单；
- (7) 识别申请组织采用的所有影响符合性的外包过程；
- (8) 安全情况简介，包括近一年中是否发生食品和环境安全事故及处理情况(适用时)；
- (9) 组织依据 GB/T 27922-2011《商品售后服务评价体系》标准进行的自我评价报告

5.2 申请评审

5.2.1 CSHY 应对申请组织提交的申请资料进行评审，根据申请服务评价认证的活动范围及场所、员工人数、完成评价所需时间和其他影响认证活动的因素，综合确定是否有能力受理认证申请。

对被执法监管部门责令停业整顿或在全国企业信用信息公示系统中被列入“严重违法企业名单”的申请组织，CSHY 不应受理其认证申请。

5.2.2 对符合 5.1.2、5.2.1 要求的，CSHY 可决定受理认证评价申请；对不符合上述要求的，CSHY 应通知申请组织补充和完善，或者不受理认证评价申请。

5.2.3 签订认证评价合同

在实施认证评价前, CSHY 应与申请组织订立具有法律效力的书面认证合同, 合同应至少包含以下内容:

(1) 申请组织获得认证后持续有效运行商品售后服务认证服务评价系的承诺。

(2) 申请组织对遵守认证认可相关法律法规, 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的承诺。

(3) 申请组织承诺获得认证后发生以下情况时, 应及时向 CSHY 通报:

①客户及相关方有与商品售后服务认证服务评价体系有关的重大投诉;

②销售的产品或提供的服务被国家监督执法部门认定违法;

③发生服务质量、环境、安全事故或违法行为;

④相关情况发生变更, 包括: 法律地位、服务经营状况、组织状态或所有权变更; 取得的行政许可资格或其他资质证书变更; 法定代表人、最高管理者变更; 商品售后服务的工作场所变更; 商品售后服务认证服务评价体系覆盖的活动范围变更; 商品售后服务认证服务评价体系和重要过程的重大变更等;

⑤出现影响商品售后服务认证服务评价体系运行的其他重要情况。

(4) 申请组织承诺获得认证后正确使用认证证书、认证标志和有关信息, 不利用商品售后服务认证服务评价体系认证证书和相关文字、符号误导公众认为其产品通过认证。

(5) 拟认证的商品售后服务认证服务评价体系覆盖的经营或服务的活动范围。

(6) 在认证评价实施过程及认证证书有效期内, CSHY 和申请组织各自应当承担的责任、权利和义务。

(7) 认证服务的费用、付费方式及违约条款。

5.2.4 评价策划

5.2.4.1 评价人日数要求

5.2.4.1.1 为确保认证评价的完整有效, CSHY 应以附录 A 所规定的评价人日数要求为基础, 根据申请组织商品售后服务认证服务评价体系覆盖的活动范围、服务特性、复杂程度、环境安全风险程度、认证评价要求和体系覆盖范围内的有效人数等情况, 核算并拟定完成评价工作需要的时间。在特殊情况下, 可以减少评价人日数要求, 但减少的时间不得超过附录 A 所规定的评价人日数要求的 30%。

5.2.4.1.2 整个评价人日数中, 现场评价人日数要求不应少于总评价人日数要求的 80%。

5.2.4.2 评价组

5.2.4.2.1 CSHY 应当根据商品售后服务认证服务评价体系覆盖的活动的专业技术领域选择具备相关能力的评价员组成评价组, 执行服务特性测评和服务管理评价的评价组中至少有 1 名成员具备专业技术能力, 必要时可以选择技术专家参加评价组。评价组中的评价员承担评价任务和责任。

5.2.4.2.2 技术专家主要负责提供认证评价的技术支持, 不作为评价员实施评价, 不计入评价人日数要求, 其在评价过程中的活动由评价组中的评价员承担责任。

5.2.4.2.3 评价组可以有实习评价员, 其要在评价员的指导下参与评价, 不计入评价人日数要求, 不单独出具记录等评价文件, 其在评价过程中的活动由评价组中的评价员承担责任。

5.2.4.3 评价计划

5.2.4.3.1 CSHY 应根据申请组织商品售后服务(餐饮服务)体系覆盖的产品/服务特性、运作的复杂程度、体系覆盖范围内的有效人数、餐饮服务场所数量等情况为每次评价制定书面的评价计划(第一阶段评价不要求正式的评价计划)。评价计划至少包括以下内容: 评价目的, 评价准则, 评价范围, 现场评价的日期和场所, 现场评价持续时间, 评价组成员(其中: 评价员应标明认证评价人员注册号; 技术专家应标明行业类别、工作单位及专业技术职称)。

5.2.4.3.2 如果商品售后服务认证服务评价体系覆盖范围包括在多个场所进行相同或相近的活动, 且这些场所都处于申请组织授权和控制下, CSHY 可以在评价中对这些场所进行抽样, 但应根据 CSHY 相关要求实施抽样以确保对所抽样本进行的评价对商品售后服务认证服务评价体系包含的所有场所具有代表性。如果不同场所的活动存在明显差异、或不同场所间存在可能对商品售后服务认证服务评价有显著影响的区域性因素, 则不能采用抽样评价的方法, 应当逐一到各现场进行评价。

5.2.4.3.3 为使现场评价活动能够观察到商品售后服务活动情况, 现场评价应安排在认证评价范围覆盖的商品售后服务活动正常运行时进行。

5.2.4.3.4 在评价活动开始前, 评价组应将评价计划交申请组织确认, 遇特殊情况临时变更计划时, 应及时将变更情况通知申请组织, 并协商一致。

5.3 评价

5.3.1 评价组应当按照评价计划的安排完成评价工作。除不可预见的特殊情况外, 评价过程中不得更换评价计划确定的评价员。

5.3.2 在现场评价实施前进行文件评价, 依据 GB/T 27922-2011《商品售后服务评价体

系》及相关法律法规要求对申请组织的商品售后服务体系文件进行适宜性和充分性的评价，当评价过程中发现文件存在不符合而影响服务体系的运行时，应告知申请组织进行及时的纠正和纠正措施。由评价组组长进行文件评价工作，并对文件评价结果负责，必要时可以安排技术专家提供技术支持。文件评价通过后，方可安排现场评价。

5.3.3 评价组应当会同申请组织按照程序顺序召开首、末次会议，申请组织的最高管理者及与商品售后服务认证服务评价体系相关的职能部门负责人员应该参加会议。参会人员应签到，评价组应当保留首、末次会议签到表。申请组织要求时，评价组成员应向申请组织出示身份证明文件。

5.3.4 评价过程及环节

5.3.4.1 初次认证评价，分为第一、二阶段实施评价。

5.3.4.2 第一阶段评价应至少覆盖以下内容：

(1) 结合现场情况，确认申请组织实际情况与商品售后服务认证服务评价体系成文信息描述的一致性，服务评价体系文件与标准、法律法规要求的符合性；特别是体系文件中描述的商品售后服务、部门设置和负责人、商品售后服务特性过程等是否与申请组织的实际情况相一致。

(2) 结合现场情况，评价申请组织理解和实施 GB/T 27922-2011《商品售后服务评价体系》标准要求的情况，特别是对商品售后服务认证服务评价体系的关键绩效或服务特性过程、目标和运作的识别情况，评价商品售后服务认证服务评价体系运行过程中是否实施了内部评价与管理评审，确认商品售后服务认证服务评价体系是否已运行并且超过 3 个月。

(3) 商品售后服务认证服务评价管理方针和目标的适宜性；

(4) 风险和机遇、食品和环境安全、合规义务的识别、分析和管理情况，确认控制措施选择和评估的合理性；

(5) 监视、测量、分析和改进机制策划的适宜性、充分性，商品售后服务认证服务评价主动和被动监测情况；

(6) 确认申请组织建立的商品售后服务认证服务评价体系覆盖的商品售后服务的活动内容和范围、申请组织的员工人数、活动过程和场所，遵守相关法律法规及技术标准的遵守情况，特别是相关法律许可文件及其有效性；

(7) 对受审核方商品售后服务认证服务评价体系绩效有重大影响的过程或场所进行现场勘察，确认对商品售后服务认证服务评价体系的关键绩效或服务特性过程、目标和运

作识别的适宜性和充分性,包括商品售后服务认证服务体系有关食品和环境安全管理制度、商品售后服务认证服务评价监测能力提供情况;

(8) 内部评价和管理评审策划和实施的符合性和可信性。

(9) 确认相关的法律法规要求和企业的遵守情况,有无违法及投诉内容,企业相关法律许可文件的有效性(营业执照、当行业、法规有要求时应提供企业资质证书等);

(10) 结合商品售后服务认证服务体系覆盖活动的特点识别对商品售后服务认证服务评价管理目标的实现具有重要影响的关键点,并结合其他因素,科学确定重要评价点;

(11) 确认受审核方的服务评价体系范围、过程和场所的必要信息是否充分,确认受审核方文件描述的服务评价体系认证范围与现场运行的商品售后服务和活动范围情况的一致性,对申请评价确定的认证范围予以确认;

(12) 与申请组织讨论确定第二阶段评价安排。对商品售后服务认证服务体系成文信息不符合现场实际、相关体系运行尚未超过 3 个月或者无法证明超过 3 个月的,以及其他不具备二阶段评价条件的,不再实施二阶段评价。

此外,还应收集和确认以下信息:

1) 文件描述的服务评价体系范围与现场运行情况的一致性;

2) 商品售后服务现场的状况、流程、班次安排;

3) 运作场所及现场的分布、距离及所处区域;

4) 受审核方及政府相关监管部门对受审核方商品售后服务、食品和环境安全测评信息及有关投诉、惩罚记录。

5.3.4.3 在下列情况,第一阶段评价可以不在申请组织现场(非现场)进行,但应记录未在现场(非现场)进行的原因:

(1) 申请组织已获本 CSHY 颁发的其他有效认证证书,CSHY 已对申请组织商品售后服务认证服务体系有充分了解;

(2) CSHY 有充足的理由证明申请组织的商品售后服务认证服务体系覆盖的过程和活动简单,通过对其提交文件和资料的审查可以达到第一阶段评价的目的和要求;

(3) 申请组织获得了其他经认可机构认可的认证机构颁发的有效的商品售后服务认证服务体系认证证书,通过对其文件和资料的审查可以达到第一阶段评价的目的和要求。

除以上情况之外,第一阶段评价应在受审核方的商品售后服务现场进行。

5.3.4.4 评价组应将第一阶段评价情况形成书面文件告知申请组织。对在第二阶段评价中可能被判定为不符合项的重要关键点,要及时提醒申请组织特别关注。

5.3.4.5 第二阶段评价应当在申请组织现场进行。

现场服务评价包括一组由服务特性测评与服务管理评价相结合的评价方式,评价方式包括:

- a) 服务管理评价;
- b) 服务特性测评;
- c) 暗访(必要时)

注:暗访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。

5.3.5 服务管理评价

服务管理评价重点是评价商品售后服务认证服务评价体系符合 GB/T 27922-2011《商品售后服务评价体系》标准要求和有效运行情况,应至少覆盖以下内容:

(1) 与适用的 GB/T 27922-2011《商品售后服务评价体系》标准或其他规范性文件要求的符合情况及证据,特别是受审核方商品售后服务认证服务评价体系运行和绩效遵守法律法规的证据;

(2) 在第一阶段评价中识别的重要评价点(与适用的 GB/T 27922-2011《商品售后服务评价体系》标准或其他规范性文件的期望一致)的监视、测量、报告和评审记录的完整性、真实性和有效性;

(3) 为实现商品售后服务认证服务评价总目标而建立的各层级商品售后服务认证服务评价管理目标是否具体、有针对性、可测量并且可实现;

(4) 对商品售后服务认证服务评价体系覆盖的过程和活动的管理及控制情况评价;

(5) 内部评价和管理评审是否有效;

(6) 规范性要求、方针、绩效目标和指标(与适用的服务评价体系标准或其他规范性文件的期望一致)、适用的法律要求、职责、人员能力、运作、程序、绩效数据和内部评价发现及结论之间的联系;

(7) 验证一阶段发现的不符合;

(8) 对于评价发现的真实性存疑的证据应予以记录并在做出评价结论及认证决定时予以考虑。

5.3.6 服务特性测评

5.3.6.1 服务特性测评是服务认证方案的选取要素之一。CSHY 规定了使用服务特性测评活动以证明服务提供者是否满足认证要求, 包括服务要求。

5.3.6.2 CSHY 开展服务认证工作除应满足服务特性测评要求之外, 还应满足本文件的其他要求。

5.3.6.3 服务测评方案

5.3.6.3.1 测评的目的、范围、对象

- 1) 服务特性测评旨在证实顾客服务“真实瞬间”的符合性。
- 2) 服务特性测评的范围包括申请服务认证的组织的所有服务网点、服务业务量, 适用时, 包括提供服务所使用的服务设施。
- 3) 服务特性测评的对象是在规定时限内服务提供者(组织)的最终产品或服务的 购买者, 包括个人顾客和机构、集团客户。被调查者应在 18 岁以上。

5.3.6.3.2 测评指标体系

1) 企业/品牌形象

顾客通过直接、间接的渠道, 有意识或无意识地积累起来的对申请服务认证的组织 或服务品牌的形象的综合判断。体现了服务特性的功能性、安全性、舒适性等指标。

2) 顾客预期

顾客在准备购买申请服务认证的组织的产品和服务之前对其质量水平的主观意愿 与估计, 是顾客满意与否的参照标准, 对顾客的质量感知、价值感知和顾客满意具有直 接影响。体现了服务特性的功能性、安全性、舒适性、经济性等指标。

3) 感知质量

顾客在购买并消费申请服务认证的组织的产品的和服务的过程中及之后的一段时期内 对其质量水平的实际感受。感知质量包括产品质量感知和服务质量感知, 它对价值感知和 顾客满意有着直接影响。产品质量感知体现了服务特性的功能性、安全性、舒适性等指标; 服务质量感知体现了服务特性的时间性、舒适性、文明性等指标, 以及服务过程质量指标涉及 的人员、设施设备、环境等要素。

4) 价值感知

顾客在结合感知质量后对所付出价格的评价。它对顾客满意有直接影响。体现了服务 特性的经济性指标。

5) 顾客满意

顾客对在接受服务的过程中(以及之后的一段时期内)所形成的最终状态的满意程度。在本文件所采用的测评模型中,顾客满意是测评的目标变量,具体表现为顾客的实际感受同其预期相比后的满意程度、同其心目中理想服务相比后的满意程度、与其他同层次竞争对手相比较后的满意程度,以及顾客对服务的整体满意程度。综合体现了服务特性指标和服务过程质量指标。

6) 顾客抱怨

顾客对服务的不满,通常会表现为正式或非正式地对服务质量的抱怨甚至投诉,是顾客满意与否的直接后果。对于提供服务的组织而言,顾客的不满可以通过对提供服务或者是对产品的生产厂家的抱怨(投诉)两种渠道来表现,即便是通过后一种渠道,提供服务的组织也需要予以高度关注,因为其中很难避免顾客对提供服务的组织不满的成分,都是测评需要考虑的因素。顾客的抱怨会反映在一个或一组服务特性指标和/或服务过程质量指标。

7) 顾客忠诚

顾客愿意从提供服务的组织处再次接受服务的可能性大小,是顾客内在积极态度、情感、偏爱和外在重复购买行为的统一。由顾客的满意程度及提供服务的组织对顾客抱怨(投诉)的处理情况综合决定。

5.3.6.3.3 测评方案

1) 抽样方式

样本要求

根据申请服务认证的组织特点,样本的选取应关注三方面:

- 服务网点的数量
- 提供服务的业务量
- 适用时,提供服务所使用的服务设施的数量

所有样本都应随机抽取。

2) 样本量的确定

样本量的确定取决于两个因素:调查精度要求与调查成本。考虑服务认证中服务特性测评的精度要求与调查成本,样本量需满足以下要求:

- 覆盖申请服务认证的组织的所有服务网点
- 按提供服务的业务量的 5~ 10%随机选取
- 按提供服务所使用的服务设施的数量的 5~ 10%随机选取
- 适用时,初次认证或再认证的样本应至少 3个样本量,保持认证的样本应至少 1

个样本量。

3) 取样

——取样人员

CSHY 选派有能力的人员组成现场评价组，以执行所要求的各项评价任务。在决定评价组的规模和组成时，应基于服务认证范围、服务特性及其服务提供过程的技术特点，并考虑评价人员所具有的专业背景和实践经验来确定。

执行服务特性测评的评价组中，至少一名成员应具备以下的特定知识和能力：

- a)熟悉服务组织的专业术语和服务特性；
- b)熟悉适用于服务组织的法律法规及其运用；
- c)熟悉服务组织的服务流程，能识别该组织在服务、经营和管理过程中存在的问题。

——取样时间

- a)初次认证，可选择在现场评价前或现场评价时进行取样；
- b)监督审核，适用时，可选择在监督审核前或监督现场评价时进行取样；
- c)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。

——取样方法

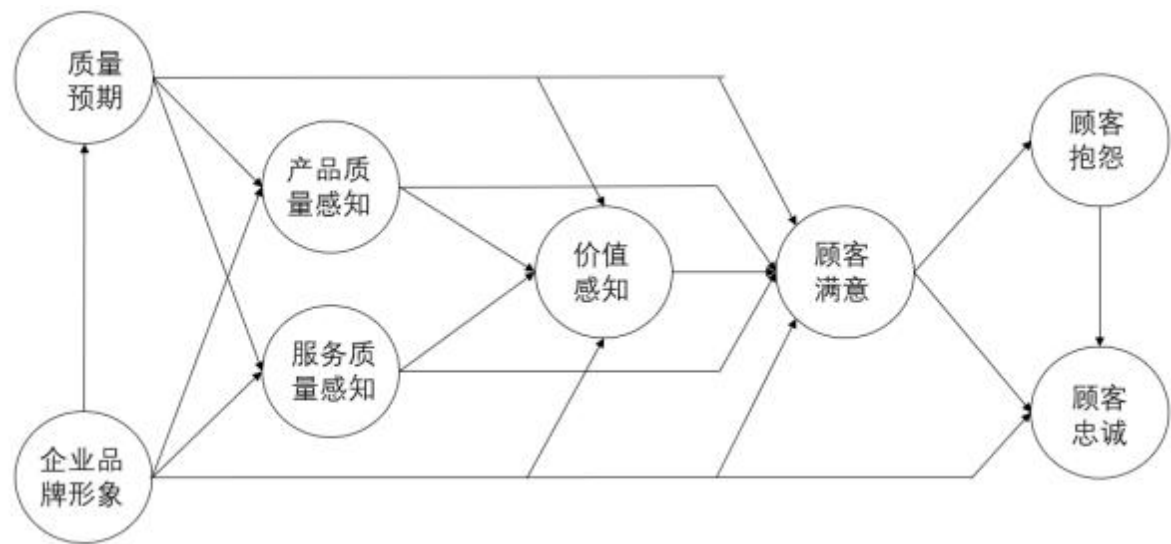
CSHY 根据测评目的、服务特性、样本情况以及预算(时间和费用) 选择适宜的数据收集方法。常用的数据收集方法有：

- a)电话调查；
- b)面访调查；
- c)邮寄调查；
- d)在线调查。

服务特性测评调查取样的回溯时限为 3 个月。

5.3.6.3.4 测评模型

1) 测量模型图



图：CSHY 服务特性测评结构模型

2) CSHY 利用顾客在接受服务过程中满意度形成的因果关系来构建服务特性测评结构模型。

——企业/品牌形象是整个模型的外生变量，不受模型中其余变量的影响，但对其余变量会产生一定直接或间接的影响；

——质量预期仅受企业/品牌形象的影响，对质量感知、价值感知、顾客满意有直接影响；

——质量感知具体分产品质量感知和服务质量感知来加以测量，对价值感知和顾客满意有直接影响；

——价值感知则仅对顾客满意产生直接影响；

——顾客满意有两个结果变量，分别为顾客抱怨和顾客忠诚，顾客抱怨进一步对顾客忠诚也有直接影响。

具体模型如上 图（图：CSHY 服务特性测评结构模型）所示。这一模型可以作为 CSHY 各行业进行服务特性测评的初始模型，特殊行业最终采用的模型形式可根据具体的调查数据加以调整。

CSHY 服务特性测评结构模型的数学形式见 SB/T 10409 标准 A.3.2 式(A.2)，测量模型的数学形式见 SB/T 10409 标准 A.3.3 式(A.3)、式(A.4)。

5.3.6.3.5测评问卷的结构

1) CSHY 服务特性测评问卷包括以下几个部分：标题、问候语、甄选问题、满意度指数测量部分、背景信息部分和结束语。

——问候语主要作用在于消除受访者与调查人员之间的陌生感，建立和谐气氛，以利于继续交谈；

——问卷中甄选问题的设置主要是按照此次调查的目的，筛选出符合条件的受访者，同时询问受访者有关此次调查主题的背景信息；

——满意度指数测量部分依据所采用的满意度模型，包括：企业/品牌形象、顾客预期、产品质量感知、服务质量感知、价值感知、顾客满意度、顾客抱怨和顾客忠诚度。5.3.6.3.6 测评问卷的量表形式

CSHY 服务特性测评问卷中, 问题的答案均采用十级量表, 即请被访问的申请服务认证组织的顾客用 1 分~10 分来显示自己的满意度水平, 1 分表示非常不满意, 10 分表示非常满意, 5 分表示一般偏下, 6 分表示一般偏上。

十级量表标准为受访者所熟悉, 并且为相似的满意程度提供了足够的量表余地, 也便于统计分析和对结果的描述。

具体的服务特性测评表详见《附件B: 服务特性评价报告CSHY-FJL-12-02》。

5.3.6.4 测评问卷的信度与效度检验

5.3.6.4.1 信度评价

信度评价可在预测试中进行, 主要用来检验该问卷是否具有较高的稳定性和一致性, 即问卷测评的结果内部是否相互符合, 以及在不同的测评时点结果是否稳定; 通过信度评价可以对问卷进行有针对性的修改。

CSHY 服务特性测评采用如下信度评价方法:

——测量稳定性方面: 重测信度;

——测量一致性方面: 综合信度。

5.3.6.4.2 效应评价

效度评价在预测试中进行, 主要用来检验问卷中的问题是否有效地测量了想要测量的内容; 通过效度评价可以对问卷进行有针对性的修改。

5.3.6.4.3 CSHY 服务特性测评可采用如下效度评价方法: 内容效度或结构效度。

5.3.6.5 测评统计

5.3.6.5.1 百分数, 用于估计相同的项目在调查总体中所占的比例。其计算方法见SB/T 10409 标准 B.4.1.1 式(B.1)。

5.3.6.5.2 满意度指数, 用于估计申请服务认证的组织的顾客综合满意度。以相对于基数 100 的百分数为指数。其计算见附件二、服务特性满意度指数计算方法。

5.3.6.5.3 CSHY 现场评价组应将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以书面方式告知申请人。详见《附件 C: 服务特性满意度指数计算方法》

5.3.7 评价组依据 GB/T 27922-2011《商品售后服务评价体系》标准要求进行评价。按照评分结果(满分 100 分)颁发相应的星级证书。级别划分依据: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。

5.3.8 发生以下情况时, 评价组应向 CSHY 报告, 经 CSHY 同意后终止评价。

- (1) 受审核方对评价活动不予配合, 评价活动无法进行;
- (2) 受审核方实际情况与申请材料有重大不一致;
- (3) 发现受审核方已经或可能严重损害国家安全、社会秩序、公共利益或获证客户及其相关方的合法权益;
- (4) 其他导致评价程序无法完成的情况。

5.3.9 评价报告

5.3.9.1 评价组长应确保评价报告应按规定编制,并应对评价报告的内容负责。评价报告提供对评价的准确、简要、清晰的记录,以便为认证决定提供充分的信息,并应包括或引用下列内容:

- a) 注明CSHY全称;
- b) 受评价方的名称和地址及其受审核方的代表;
- c) 评价的类型(例如初次、监督、再认证或特殊评价);
- d) 评价准则;
- e) 评价目的;
- f) 评价范围,特别是标示出所评价的组织或职能单元或过程或服务过程,以及评价时间;
- g) 任何偏离评价计划的情况及其理由;包括对评价风险及影响评价结论的不确定性的客观陈述;
- h) 任何影响评价方案的重要事项;
- i) 注明评价组长、评价组成员及其个人注册信息以及任何与评价组同行的人员;
- j) 评价活动(现场或非现场,永久或临时场所)的实施日期和地点;
- k) 与评价类型的要求一致的各项评价要求应逐项就评价证据、评价发现、服务特性测评结果、评价分值和评价结论进行详细描述;对商品售后服务认证服务评价目标实现情况的评价,应同时叙述测量方法;
- l) 有关商品售后服务认证服务评价体系实施中的观察总结,包括正面的(如值得注意的优点)和负面的(如潜在的不符合);
- m) 如有时,在上次评价后发生的影响受审核方服务评价体系的重要变更;
- n) 已识别出的任何未解决的问题;
- o) 适用时,是否为结合、联合或一体化审核;
- p) 说明评价基于对可获得信息的抽样过程的免责声明;

- q) 评价组的推荐意见;
- r) 适用时, 接受评价的受审核方对认证文件和标志的使用进行着有效的控制;
- s) 适用时, 对以前不符合采取的纠正措施有效性的验证情况。

5.3.9.2 评价报告还应包含:

- a) 关于服务评价体系符合性与有效性的声明以及对下列方面相关证据的总结:
 - 服务评价体系满足适用要求和实现预期结果的能力;
 - 内部评价和管理评审的过程;
- b) 对认证范围适宜性的结论;
- c) 确认是否达到评价目的。

5.3.9.3 CSHY 享有评价报告的所有权。对评价报告的发放范围的规定在评价报告中应明确表述。

5.3.9.4 CSHY 应保留用于证实评价报告中相关信息的证据。

5.3.9.5 CSHY 应在作出认证决定后 30 个工作日内将评价报告提交申请组织, 并保留签收或提交的证据。

5.3.9.6 对终止评价的项目, 评价组应将已开展的工作情况形成报告, CSHY 应将此报告及终止评价的原因提交给申请组织, 并保留签收或提交的证据。

5.3.10 不符合项纠正和纠正措施及其结果的验证

5.3.10.1 对评价中发现的不符合项, CSHY 应要求申请组织分析原因, 并提出纠正和纠正措施。对于严重不符合, 应要求申请组织在最多不超过 6 个月期限内采取纠正和纠正措施。

5.3.10.2 CSHY 应对申请组织所采取的纠正和纠正措施及其结果的有效性进行验证。如果未能在第二阶段结束后 6 个月内验证对严重不符合实施的纠正和纠正措施, 则应按 5.5.5 条处理, 或者按照 5.3.4.5 重新实施第二阶段评价。

5.4 复核

5.4.1 CSHY 应安排有资质评定人员复核评价组案卷, 认证评定人员不应参与现场评价, 或参与受审核方咨询活动。

5.4.2 评定人员根据评价组长的评价报告结论、认证档案提供的客观证据复核认证评价过程符合性、认证依据充分性。

5.4.3 认证评定发现以下问题评定不通过:

- (1) 认证范围超越公司认监委审批的认证的业务范围。

(2) 组织提供的资质材料与认证范围不一致，或资质文件提供不全或过期。

(3) 认证评价人员参与受审核方咨询活动；咨询机构咨询人员、或与受审核方关系密切人员参与评价组评价。

(4) 评价人日数不足或评价组专业能力明显不能满足评价要求。

(5) 初审或文件换版、扩项等未做文审报告或文审报告不符合要求。

(6) 认证流程遗漏、缺少服务特性测评或认证过程的关键环节相互脱节、相互矛盾。

(7) 评价组虚假评价或评价过程没有覆盖受审核方所有申请认证的活动范围（倒班、多场所）。

(8) 评价报告部分内容明显与评价记录脱节；过程运行有效性评价过于简单；没有准确完整地反映评价发现。

(9) 未关闭不符合项或整改证据不足而上报。

5.5 认证决定

5.5.1 CSHY 应该在对评价报告、不符合项的纠正和纠正措施及其结果进行综合评价基础上，作出认证决定。

5.5.2 认证决定人员应为 CSHY 管理控制下的人员，评价组成员不得参与对评价项目的认证决定。

5.5.3 CSHY 在作出认证决定前应确认如下情形：

(1) 评价报告符合本规则第 5.3.7 条要求，评价组提供的评价报告及其他信息能够满足作出认证决定所需要的信息。

(2) 反映以下问题的不符合项，CSHY 已评审、接受并验证了纠正和纠正措施的有效性。

①在持续改进商品售后服务认证服务评价体系的有效性方面存在缺陷，实现商品售后服务认证服务评价管理目标有重大疑问；

②制定的商品售后服务认证服务评价管理目标不可测量、或测量方法不明确；

③对实现商品售后服务认证服务评价管理目标具有重要影响的关键点的监视和测量未有效运行，未做服务特性测评，或者对这些关键点的报告或评审记录不完整或无效。

④其他严重不符合项。

(3) CSHY 对其他一般不符合项已评审，并接受了申请组织计划采取的纠正和纠正措施。

5.5.4 在满足 5.5.3 条要求的基础上，CSHY 有充分的客观证据证明申请组织满足下列要求的，评定该申请组织符合认证要求，向其颁发认证证书。

(1) 申请组织的商品售后服务认证服务评价体系符合标准要求且运行有效；

(2) 认证范围覆盖的商品售后服务符合相关法律法规要求；

(3) 申请组织按照认证合同规定履行了相关义务。

5.5.5 申请组织不能满足上述要求或者存在以下情况的，评定该申请组织不符合认证要求，以书面形式告知申请组织并说明其未通过认证的原因。

(1) 受审核方的商品售后服务认证服务评价体系有重大缺陷，不符合 GB/T 27922-2011《商品售后服务评价体系》标准的要求；

(2) 发现受审核方存在重大不良影响因素问题或有其他与食品安全和环境安全相关严重违法违规行为。

5.5.6 CSHY 在颁发认证证书后，应当在 30 个工作日内按照规定的要求将认证结果相关信息报送国家认监委。

5.6 监督

5.6.1 CSHY 应对持有其颁发的商品售后服务认证服务评价体系认证证书的组织（以下称获证客户）进行有效跟踪，监督获证客户持续运行商品售后服务认证服务评价体系并符合认证要求。

5.6.2 为确保达到 5.6.1 条要求，CSHY 应根据获证客户的商品售后服务的过程运行商品售后服务认证服务评价管理风险程度或其他特性，确定对获证客户的监督评价的频次。

5.6.3 作为最低要求，初次认证后的第一次监督评价应在认证证书签发日起 12 个月内进行。此后，监督评价应至少每个日历年（应进行再认证的年份除外）进行一次，且两次监督评价的时间间隔不得超过 15 个月。

5.6.4 超过期限而未能实施监督评价的，应按 7.2 或 7.4 条处理。

5.6.5 获证企业在政府相关部门监督检查中被查出违法违规处罚通报时，自发出通报起 30 日内，CSHY 应对该企业实施监督评价。

5.6.6 监督评价的时间，应不少于按 5.2.4.1 条计算评价人日数要求人日数的 1/3。

5.6.7 监督评价的评价组，应符合 5.2.4.2 条和 5.3.1 条的要求。

5.6.8 监督评价应在获证客户现场进行，且应满足第 5.3.3.3 条确定的条件。由于市场、季节性等原因，在每次监督评价时难以覆盖所有商品售后服务的，在认证证书有效期内的监督评价需覆盖认证范围内的所有商品售后服务。

5.6.9 监督评价时至少应评价以下内容：

(1) 上次评价以来商品售后服务认证服务评价体系覆盖的活动及影响体系的重要变更、运行体系的资源、体系文件是否有变更。

(2) 已识别的重要不良影响因素是否按商品售后服务认证服务评价体系的要求在正常和有效运行,商品售后服务认证服务评价体系是否实现组织的方针,按照组织方针,持续改善整体商品售后服务认证服务评价管理绩效所采取措施的进展情况。

(3) 对上次评价中确定的不符合项采取的纠正和纠正措施是否继续有效。

(4) 商品售后服务认证服务评价体系覆盖的活动涉及法律法规规定的,是否持续符合相关规定。

(5) 商品售后服务认证服务评价管理目标及绩效是否达到商品售后服务认证服务评价体系确定值。如果没有达到,获证客户是否运行内审机制识别了原因、是否运行管理评审机制确定并实施了改进措施。

(6) 获证客户对认证标志的使用或对认证资格的引用是否符合《认证认可条例》及其他相关规定。

(7) 内部评价和管理评审是否规范和有效,针对内部评价发现的问题或投诉的问题,及时制定并实施了有效的持续改进。

(8) 是否及时接受和处理投诉,检查申诉、投诉与争议的记录,确认当出现有不符合或不能满足认证机构要求的情况时,组织是否已检查其自身体系与程序并采取了适当的纠正措施。

(9) 国家食品和环境安全相关监管部门进行的监测和检查的情况。

5.6.10 评价组应对评价活动形成监督评价的评价报告,应按 5.6.9 条列明的评价要求逐项描述或引用评价证据、评价发现和评价结论。

5.6.11 在监督评价中发现的不符合项,CSHY 应要求获证客户分析原因,规定时限要求获证客户完成纠正和纠正措施并提供纠正和纠正措施有效性的证据。

CSHY 应采用适宜的方式及时验证获证客户对不符合项进行处置的效果。

5.6.12 CSHY 按照 5.4 条要求复核评价报告。

5.6.13 CSHY 根据监督评价报告及其他相关信息,作出继续保持或暂停、撤销认证证书的决定。

5.7 再评价程序

5.7.1 认证证书期满 90 天前,若获证客户申请继续持有认证证书,CSHY 应当实施再认证评价,并决定是否延续认证证书。

5.7.2 CSHY 应按 5.2.4.2 条和 5.3.1 条要求组成评价组。按照 5.2.4.3 条要求并结合历次监督评价情况,制定再认证评价计划交评价组实施。

在商品售后服务认证服务评价体系及获证客户的内部和外部环境无重大变更时，再认证评价可省略第一阶段评价，但评价人日数要求应不少于按 5.2.4.1 条计算人日数的 2/3。

5.7.3 评价组参照 5.3.4.5 条相关内容实施再认证评价。

5.7.4 评价组应对评价活动形成再认证评价的评价报告，应按 5.3.7.1 条列明的评价要求逐项描述或引用评价证据、评价发现和评价结论。

5.7.5 对再认证评价中发现的严重不符合项，CSHY 应规定时限要求获证客户实施纠正与纠正措施，并在原认证证书到期前完成对纠正与纠正措施的验证。

5.7.6 CSHY 按照 5.4 条要求复核评价报告。

5.7.7 CSHY 按照 5.5 条要求作出再认证决定。获证客户继续满足认证要求并履行认证合同义务的，向其换发认证证书。

5.7.8 如果在当前认证证书的终止日期前完成了再认证活动并决定换发证书，新认证证书的终止日期可以基于当前认证证书的终止日期。新认证证书上的颁证日期应不早于再认证决定日期。

如果在当前认证证书终止日期前，CSHY 未能完成再认证评价或对严重不符合项实施的纠正和纠正措施未能进行验证，则不应予以再认证，也不应延长原认证证书的有效期。

在当前认证证书到期后，如果 CSHY 能够在 6 个月内完成未尽的再认证活动，则可以恢复认证，否则应至少进行一次第二阶段评价才能恢复认证。认证证书的生效日期应不早于再认证决定日期，终止日期应基于上一个认证周期。

5.8 多场所组织的抽样条件（抽样原则）

5.8.1 当组织服务评价体系包含在多个地点进行的相同活动时，允许对其多场所抽样。（如：一系列特许经营店或银行分支机构网络）。

5.8.2 并非所有满足“多场所组织”定义的组织都具备抽样的资格。例如：

5.8.3 并非所有的服务评价体系标准都适合于多场所认证。例如，当标准要求对差异性的当地因素评价时，对多场所的抽样是不适宜的。在一些方案中也会适用特定规则，这些方案的要求应被优先考虑。

5.8.4 为了通过评价获得对服务评价体系有效性的充分信任，本程序对于在什么情况下进行场所抽样是不适宜的作出了限制。CSHY 针对以下情况作出了限制。■

- 范围类别或过程、活动（即，基于对该类别或该活动相关的风险或复杂程度的评

估)；

- 具备多场所评价资格的场所规模；

- 为处理不同的过程、活动或不同的合同与法规系统，不同场所在实施服务评价体系方面的差异，例如有的场所经常需要在服务评价体系内针对不同的活动或不同的合同或法规要求进行策划；

- 在组织服务评价体系之下运行的临时场所，即便这些临时场所未列入认证文件，即处于组织的服务评价体系内，但不包括在认证范围内的临时场所的使用情况。

5.9 抽样规则（抽样方法）

5.9.1 CSHY 在选取多场所的样本时，样本中应有一部分根据以下因素选取，一部分随机抽取；并且其结果应选到有代表性的不同场所，确保认证范围内覆盖的所有过程将被评价到。CSHY 针对每个客户将抽样计划的合理性形成文件。

5.9.2 抽样基数为至少 25% 的样本宜随机选取。

5.9.3 考虑到下述规定，其余部分的选择应使得证书有效期内所选场所之间的差异尽可能大。

5.9.4 场所选取应考虑，但不限于以下方面：

- 场所内部现场评价和管理评审或以往认证评价的结果；
- 投诉记录以及纠正措施和预防措施的其他相关方面；
- 各场所在规模上的显著差异；
- 在倒班安排和工作程序上的差异；
- 服务评价体系以及在场所实施过程的复杂程度；
- 上次认证评价以来的变化；
- 服务评价体系的成熟度和组织的理解程度；
- 文化、语言和法律法规方面的差异；
- 地理位置的分散程度；
- 场所是常设的、临时的或虚拟的。

5.9.5 并不是必须在评价过程一开始就完成抽样。也可能在完成对公司职能的评价时完成抽样。不论哪种情况，CSHY 应将样本中所包括的场所通知公司职能。这可能是在相对较短时间内通知，但应给出充分的时间用于评价准备。

5.9.6 如多场所组织存在以下情况，不应按本程序规定进行抽样：

- a) 所有场所实施不同类型过程，或没有按照相同的方法、程序、活动进行运作；

- b) 如果标准要求对存在差异的地方性因素进行评价, 多场所抽样将是不适宜的;
- c) 基于标准要求等原因, 对认证方案有具体规定, 此时应优先遵守认证方案本身的要求;
- d) 存在影响评价有效性的其他因素, 包括:
 - ①存在较大认证评价风险时;
 - ②组织规模过大(如职工人数超过6000人);
 - ③处于组织的服务评价体系内, 但不包括认证范围内临时场所的使用情况。

5.9.7 对于覆盖多个场所的情况, 应基于与活动和过程的性质相关的程度的评价, 确定认证范围内的每个场所可否抽样。上述决定的理由, 对每个场所的评价时间计算和访问的频次应基于CNAS-CC105中第10条的要求, 并应为每个客户记录在案。

如果有多个场所没有涵盖相同的活动、过程及服务, 抽样不适用。

虽然一个场所与其他场所有类似的过程或制造类似的产品, 但认证机构应考虑每个场所的业务活动(技术、设备、使用和存储的危险材料的数量、工作环境、场所等)之间的差异。

当允许抽样时, 认证机构应确保将被评价的场所样本具有被评价组织现存的过程、活动和风险的代表性。

组织的覆盖的临时场所应以抽样方式进行评价, 为管理系统运行和有效性提供证据(见CNAS-CC105的第9条)。

5.9.8 样本的数量

5.9.8.1 本文件确定了多场所组织评价和认证中拟评价的场所。

5.9.8.2 CSHY 要求每次多场所抽样均形成记录, 该记录应证明 CSHY 是按照本文件进行操作的。

5.9.8.3 每次评价最少访问的场所数量是: ①

● 初次评价: 样本的数量宜为分场所数量的平方根 ($y = \sqrt{x}$), 计算结果向上取整为最接近的整数, 其中 y 为将抽取场所的数量、 x 为场所总数。②

● 监督评价: 每年的抽样数量为分场所数量的平方根乘以 0.6 ($y = 0.6\sqrt{x}$), 计算结果向上取整为最接近的整数。

● 再认证评价: 样本的数量宜与初次评价相同。但是, 如果证明服务评价体系在三年的周期中是有效的, 样本的数量可以乘以 0.8 ($y = 0.8\sqrt{x}$), 计算结果向上取整为最接近的整数。

5.9.8.4 在初次认证评价、每次再认证评价以及作为监督的一部分在每个日历年至少一次的评价中，都应对公司职能评价。

5.9.8.5 当 CSHY 对拟认证或获证服务评价体系涵盖的过程、活动进行风险分析，发现涉及下列因素的特殊情况时，应增加抽样的数量或频率。■

- 场所的规模和员工的数量
- 过程、活动以及服务评价体系的复杂程度和风险水平 ■
- 工作方式的差异（如：倒班） ■
- 所从事过程、活动的差异 ■
- 投诉记录，以及纠正措施和预防措施的其他相关方面 ■
- 与跨国经营有关的任何方面 ■
- 内部评价和管理评审的结果

5.9.8.6 如果组织的分支机构分为不同等级（如：总部办公室/公司办公室，全国性办公室，地区办公室，地方分支），上述的初次评价抽样模式适用于每个等级的场所。

例如：

1 个总部办公室：每个评价周期（初次评价、监督评价或再认证评价）都访问

4 个全国性办公室：样本数量 = 2，至少 1 个为随机抽样

27 个地区办公室：样本数量 = 6，至少 2 个为随机抽样

1700 个地方分支：样本数量 = 42，至少 11 个为随机抽样

地区办公室的样本中宜至少覆盖到每个全国办公室控制的地区办公室。地方分支的样本中宜至少覆盖到每个地区办公室控制的地区分支。这样可能导致每个等级的场所抽样数量超过按照第 7.1.3.3 条计算的最小抽样数量。

5.9.8.8 抽样过程应作为评价方案管理的一部分。在任何时候（即：在策划监督评价之前、或组织的任何场所变更其结构时、或将在认证边界之内增加新的场所时），认证机构应预先评审评价方案中的抽样安排，以便在为保持认证对样本评价之前能确定抽样数量调整的需求。

6 认证证书及认证标志要求

6.1 认证证书及认证标志的控制

6.1.1 受审核方经现场评价合格，认证决定人员审定，总经理批准后，由 CSHY 将认证证书和允许使用的认证标志邮寄给获证客户。证书有效期自认证批准之日起三年认证证书的基本内容包括：

a) 证书名称；

b) 获证客户的名称和地理位置（或多场所认证范围内总部和所有场所的地理位置）、统一社会信用代码（或组织机构代码）。该信息应与其法律地位证明文件的信息一致；

c) 评价获证客户时所用的（管理、服务、产品）认证体系标准和（或）其他规范性文件，包括发布状态的标示（例如修订时间或编号）。应清晰地表述获证客户所获认证的体系符合相应服务评价体系认证的标准和（或）认证要求等；

d) 体系认证所覆盖的地址和与活动、产品和服务类型等相关的认证范围，对多场所组织还应在证书上或附件中明确注明已获准认证的每个场所名称，地址，活动、产品和服务类型等相关认证范围；该信息应与相应的法律地位证明文件信息一致，且没有误导或歧义。为清晰地界定每个场所的活动和职责，确保认证范围的准确性和完整性，当组织存在多场所时，主证书认证范围的描述应引出证书附件，且证书附件与主证书之间应明确关联。如：“xxx 的销售（多场所信息详见本证书附件）”。

注：(1) SC：商品售后服务及相关商品售后服务认证服务评价管理活动；(2) 如体系范围内产品品种较多时，可在证书上只列出服务名称并注明详细内容见附件，在附件中阐明每种服务的主要项目，需要时认证范围应表明覆盖的场所。对多现场组织，还应在证书或附件中明确注明已获准认证的现场名称、地址、产品（服务）类别及其涉及的过程。需要时认证范围应表明覆盖的场所（多现场时应明确标出）。

e) 认证用标准和（或）其他规范性文件所要求的任何其他信息；

f) 授予认证、扩大或缩小认证范围、更新认证的生效日期，生效日期不应早于相关认证决定的日期。即颁证日期、换证日期以及证书有效期的起止年月日。如颁证日期：2022 年 5 月 1 日，有效期：2022 年 5 月 1 日至 2025 年 4 月 30 日；注：当证书失效一段时间时，在满足下列条件时，可以在证书上保留原始的认证日期：①证书上清晰标示了当前认证周期的开始时间和截止时间；②证书上同时标示上一认证周期截止时间和再认证评价的时间。

g) 认证有效期或与认证周期一致的应进行再认证的日期。

h) 证书编号（唯一的识别代码）；

i) 认证机构的名称、地址和认证标志和（或）认可标识，且不能产生误导或含混不清。在 CNAS 已签署国际互认协议的领域，经 CNAS 许可，需要时可附加国际互认标识，使用方式依据 CNAS-R01《认可标识和认可状态声明管理规则》；认证所要求的其他信息

(仅指认证用标准和/或其它规范性文件所要求的)；

j) 认证文件经过修改时，已作废的认证文件要有“作废”标识。

k) CSHY 签章和授权人员签字；

l) 当受审核方申请的评价项目专业范围为 CSHY 已认可的业务范围时，CSHY 应对其颁发的 SC 认证证书加施 CSHY 标志、CNAS 认可标识。当受审核方申请的评价项目专业范围超出 CSHY 取得的认可业务范围时，颁发施加 CSHY 标志的认证证书。

m) 证书查询方式。CSHY 在其认证证书上注明：“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) 和 <http://www.cshychina.com/> 上查询”，以便于社会监督。

n) 获证客户二维码标识。

o) 认证证书在有效期内的监督情况。应在证书上注明：获证客户必须定期接受监督评价并经评价合格此证书方继续有效的提示。

p) 在颁发经过修改的认证文件时，区分新文件与任何已作废文件的方法。

6.1.2 如果认证所覆盖产品（或服务）的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。

6.1.3 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三年。

6.1.4 CSHY 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，还应当根据社会相关方的请求向其提供证书信息，接受社会监督。

6.2 认证证书和认证标志的使用要求

6.2.1 认证证书的使用

6.2.1.1 认证证书是认证机构颁发给服务评价体系认证合格的组织，作为该组织服务评价体系已认证合格并注册的证明文件。认证证书和认证标志的使用必须遵守《中华人民共和国认证认可条例》“第二十五条 获得认证证书的，应当在认证范围内使用认证证书和认证标志，不得利用产品、服务评价体系认证证书、认证标志和相关文字、符号，误导公众认为其服务评价体系已通过认证，也不得利用服务评价体系认证证书、认证标志和相关文字、符号，误导公众认为其产品、服务已通过认证”的规定，同时也应遵守其他认证认可相关法律法规。获证客户应正确宣传获证信息，认证标志、认可标识不得用于产品或产品包装之上，或以任何其他可解释为表示产品符号性的方式使用。

6.2.1.2 获证客户在认证证书的有效期内应正确使用认证证书，包括：

认证证书可以展示在文件、网站、广告和宣传资料中或广告宣传等商业活动，以及通过认证的工作场所、销售场所，使用时应符合 CSHY 的要求；

获证客户可以在有效的认证证书覆盖的领域和业务范围内以准确的文字描述认证证书中所承载的有关信息，如：“本组织（或企业）通过中标华远（北京）认证中心有限公司的××××（即获证客户获得的相应体系认证标准的名称或标准编号）体系认证，证书号为XXXXXX”；

在符合 b 项要求的情况下，可将 CSHY 认证徽标使用在运输产品的大箱子（等）上和用作广告宣传的小册子（等）中；

不得在任何资料中有关于其认证资格的误导性说明；

不得以误导性方式使用认证证书或其任何部分；不得利用体系认证证书和相关文字、符号，暗示或误导公众认为认证证书覆盖范围外的服务评价体系、产品或服务、过程获得 CSHY 的认证；不得暗示其认证适用于证书认证范围以外的活动和场所；

不得擅自更改证书内容；

宣传认证结果时不得损害 CSHY 的声誉和（或）使认证制度声誉受损，失去公众信任；

不得伪造、涂改、出借、出租、转让、倒卖、部分出示、部分复印证书；

获证客户应妥善保管好认证证书，以免丢失、损坏。

对其他单位和个人妨碍本组织使用认证证书的行为可以向 CSHY 投诉。

6.2.1.3 获证客户使用认证证书和认证标志时应承担以下义务：

1) 获证客户在传播媒介(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 CSHY 的要求。

2) 使用 CSHY 的认证标志，需向 CSHY 提出申请。在使用时，其图案必须按照 CSHY 提供的图案的比例放大或缩小，并且做到颜色一致。未经 CSHY 许可不得使用认证标志；

3) 不做出或不允许有关于其认证资格的误导性说明；

4) 不以或不允许以误导性方式使用认证文件或其任何部分；

5) 不得利用服务评价体系认证证书和相关文字、符号，暗示或误导公众认为认证证书覆盖范围外的服务评价体系、产品或服务、过程、活动和场所获得 CSHY 的认证；

6) 宣传认证结果时不得损害 CSHY 的声誉和(或)使认证制度声誉受损，失去公众信任；

- 7) 不得擅自更改证书内容;
 - 8) 不得伪造、涂改、出借、出租、转让、倒卖、部分出示、部分复印证书;
 - 9) 获证客户应妥善保管好认证证书, 以免丢失、损坏;
 - 10) 获证客户的服务评价体系若发生重大变化时, 应及时报告 CSHY, 接受 CSHY 的调查或监督检查。对经监督检查不合格者, 不得继续使用认证证书;
 - 11) 在认证范围被缩小时, 应及时修改所有的广告宣传材料;
 - 12) 认证证书被暂停期间, 相应的认证领域的服务评价体系认证暂时无效。
 - 13) 认证客户应停止使用认证证书和认证标志, 直到造成暂停的问题得到解决。
 - 14) 如果客户在规定的时限内未能解决造成暂停的问题, CSHY 将撤销或缩小相应领域的认证范围;
 - 15) 认证证书被 CSHY 撤销, 获证客户应按 CSHY 的要求将认证证书交还给 CSHY, 并同时立即使用所有引用认证资格的广告材料。停止在文件、网站、广告和宣传资料中或广告宣传等商业活动, 以及在工作场所、销售场所展示认证证书;
 - 16) 不应允许其标志被获证客户用于实验室检测、校准或检验的报告或证书;
 - 17) 标志不应用于产品或产品包装之上, 或以任何其他可解释为表示产品符合性的方式使用。注: 产品包装的判别标准是其可从产品上移除且不会导致产品分裂、破裂或损坏。
 - 18) CSHY 有责任和义务采取有效措施避免各类无效的认证证书和标志被继续使用。
 - 19) 认证证书和认证标志的使用应符合国家市场监督管理总局《认证证书和认证标志管理办法》的规定。
 - 20) 认证标志使用时可以等比例放大或缩小, 但不允许变形、变色;
 - 21) 证书持有人应对认证证书和认证标志的使用和展示进行有效的控制;
 - 22) 当证书持有人的法人实体发生变化(如单位性质改变等)时, 不得将认证证书从一个法人实体转让到另一法人实体。这种情况下要求对新的法人实体实施初次评价。
- 6.2.1.4 若获证客户的服务发生重大变化或发生重大事故, 应及时报告 CSHY 并接受 CSHY 的调查或监督检查, 调查前及监督检查不合格者, 不得继续使用该证书;
- 6.2.1.5 在认证范围被缩小时, 应及时修改所有的广告宣传材料;
- 6.2.1.6 认证证书被暂停期间, 应停止使用认证证书和标志;
- 6.2.1.7 认证证书被 CSHY 撤消或注销, 获证客户应按 CSHY 的要求将证书交还给 CSHY,

并同时停止在文件、网站、广告和宣传资料中或广告宣传等商业活动，以及在工作场所、销售场所展示认证证书。

6.2.1.8 获证客户可通过登录 CSHY 网站 (<http://www.cshychina.com/>)，从 CSHY 获证客户“证书查询”中获得相关信息，也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，获得相关信息，并便于社会监督。

6.2.1.9 认证证书中应用二维码技术，客户及公众可通过二维码查询认证信息。用户可通过智能手机，使用带有识别二维码功能的工具，对 CSHY 证书上的二维码图案进行扫描，获得证书信息验证链接，通过链接进入 CSHY 二维码证书验证平台，及时获取证书最新信息和状态，具体包括证书编号、客户名称、认证范围、认证标准、注册有效期、客户地址、证书状态等信息。

6.2.1.10 认证标志的式样

6.2.10.1 CSHY 认证标志式样如下图：



在 CSHY 认证证书的上方正中。

CSHY 认证标志色标：蓝色

6.2.10.12 CSHY 颁发的认证证书以中文和英文二种文本，具有同等效力。当两种文本不一致时，以中文文本为准。

6.3 认证证书和标志的管理要求

6.3.1 认证标志管理

6.3.1.1 使用 CSHY 的认证标志，需向 CSHY 提出申请，在使用时，其图案必须按照 CSHY 提供的图案的比例放大或缩小，并且做到颜色一致(认证标志由 CSHY 发放)。

6.3.1.2 获证客户使用认证标志、认可标识或所附文字时，不应使人对认证对象和授予认证的认证机构产生歧义。标志、标识不应用于产品或消费者所见的产品包装之上，或以任何其他可解释为表示产品符合性的方式使用。CSHY 不允许将其标志、标识被获证客户用于实验室检测、校准或检验的报告或证书。

6.3.1.3 在符合本文 6.2.1.3 b) 项要求的情况下，可将认证标志使用在运输产品的大箱子

(等)上和用作广告宣传的小册子(等)中。

6.3.1.4CSHY 应对在产品包装上或附带信息中声明获证客户的服务评价体系通过认证有管理规则。产品包装的判别标准是其可从产品上移除且不会导致产品分解、碎裂或损坏。附带信息的判别标准是其可分开获得或易于分离。型号标签或铭牌被视为产品的一部分。

6.3.2 认证证书和标志的使用和示例

6.3.2.1 服务评价体系认证标志的使用说明

		在产品 上 ^①	在用于运输产品的大箱 子等的上面 ^②	在做广告的小册 子上等
标志的使用 ^③ 及认证资格的	标志	不允许	不允许	允许 ^⑤
引用(声明) ^④	声明	不允许	允许 ^④	允许 ^⑤

① 这本身可以是一个有形产品或在单个包装箱、容器等里的产品。在测试/分析活动中，它可以是一份测试/分析报告。

② 指薄纸板等做成的外包装，可以合理地认为它到不了最终用户手里。

③ 指“CSHY”认证标志。

④声明决不应暗示产品、过程或服务以这种方式得到了认证。获证客户在对外宣传时声明通过认证，应包含对下列的引用：

- 获证客户的标识（例如品牌或名称）
- 服务评价体系的类型（如：反贿赂服务评价体系）和适用标准；
- 颁发认证证书的认证机构（中标华远（北京）认证中心有限公司）

例如：“xxx 公司商品售后服务认证服务评价体系通过中标华远（北京）认证中心有限公司商品售后服务认证服务评价认证”

⑤ 使用认证证书和标志时应遵守以下要求：

a) 在宣传认证结果时应充分注意避免损害 CSHY 的声誉，不得做使 CSHY 认为误导或未授权的声明。

b) 获证客户不得将 CSHY 的认证标志用在与认证证书无关的范围，进行宣传；也不允许获证客户将 CSHY 标志用在产品或者产品包装上，造成误导和标志也不得以任何其他可解释为标识产品符合性的方式使用；不得暗示认证适用于认证范围以外的活动和场所；

c) 服务评价体系认证证书和认证标志不准以任何方式转让、出售、借用或冒用；

d) 获证客户不得做出有关认证资格误导性的说明,也不得以误导性方式使用认证证书或认证证书的某一部分;

e) 获证客户的认证证书被暂停、撤销或注销时,应立即停止对认证资格的宣传及对认证证书的使用;

f) 获证客户的认证范围缩小时,应及时修改宣传材料,并确保在认证范围内进行宣传;

g) 获证客户在引用服务评价体系认证资格时,不得暗示 CSHY 对产品(包括服务)或过程进行了认证;

h) 获证客户使用国外认可机构的认可标识时必须同时附上国外认可机构证书查询系统的网址,如果认可标识在同一文件中使用多次,只需要在标识第一次出现时附上网址(适用时)。

i) 在使用认证资格时,不得使 CSHY 和(或)认证制度声誉受损,失去公众信任。

j) 使用 CSHY 认证标志时,应同时注明证书注册号,当获证客户取得多个体系认证证书时,应分别注明认证注册号。

k) 广告、展销会、订货会或推销产品的宣传材料或信函、公文笺、说明书,不得超出服务评价体系认证、认可品牌、认证范围进行宣传,不得变形剪切使用 CSHY 标志。

6.3.2.2 认证标志可用于宣传,应与获证客户的名称或徽标在同一页面上,具体使用方式如下:



注:采用其他使用方式应与 CSHY 联系,认可后再使用,以免造成不必要的损失。当获证客户因认证标志引起法律诉讼时,应及时通知 CSHY。

6.3.2.3 CSHY 不允许获证客户或产品上使用 IAF-MLA/CNAS 标识。

6.3.2.4 如发现获证客户在证书和标志的使用及宣传上违反本文件的要求,误用或有意错用,造成误导,CSHY 将要求获证客户采取纠正或纠正措施消除造成的不良影响。CSHY

可视情节和影响范围采取暂停或撤销证书和标志的使用资格。在 CSHY 网站及相关媒体上公布违规，直至必要时采取其他的法律措施。

7 认证证书状态管理规定和要求

7.1 证书状态管理要求

7.1.1 CSHY 应制定暂停、恢复、撤销、注销认证的规定和文件化的管理制度，规定和管理制度应满足本规则相关要求。CSHY 对认证证书的暂停、恢复、撤销、注销处理应符合其管理制度，不得随意暂停、恢复、撤销、注销认证证书。

7.1.2 CSHY 发布的证书状态分为：有效状态、暂停状态、撤销状态、过期状态、作废状态。关于 CSHY 对认证证书状态的具体管理要求，详见《0908 授予、拒绝、保持、更新、扩大、缩小、暂停、恢复和撤消认证管理程序》。

7.2 暂停证书要求

7.2.1 获证客户有以下情形之一的，CSHY 应在调查核实后的 5 个工作日内暂停其认证证书。

(1) 商品售后服务认证服务评价体系持续或严重不满足认证要求，包括对商品售后服务认证服务评价体系运行有效性要求的。

(2) 不承担、履行认证合同约定的责任和义务的。

(3) 获证组织在证书有效期内受到相关执法监管部门处罚。

(4) 被地方认证监管部门发现体系运行存在问题，需要暂停证书。

(5) 持有的与商品售后服务认证服务评价体系范围有关的行政许可证明、资质证书、强制性认证证书等过期失效，重新提交的申请已被受理但尚未换证的。

(6) 组织发生了与食品、质量、环境、职业健康安全等有关的重大事故，反映出组织的体系建立及运行存在重大缺陷。

(7) 无正当理由，获证组织未按规定时间间隔接受监督评价，两次评价时间间隔超过上一次评价的末次会议之日后 12 个月的。

(8) 组织主动请求暂停；

(9) 其他原因需要暂停证书。

7.2.2 当获证组织出现本文件 7.2.1 规定的情况时，由 CSHY 运营部提出暂停其认证注册资格的意见，且应填写《获证组织认证证书和标志处理审批表》，审批表经运营部、技术部评价后且经总经理兼管理者代表批准后办理。办理暂停时，由 CSHY 运营部向获证组织发出《认证证书和标志暂停使用通知书》，通知书中应说明暂停原因、暂停时限等，并注明暂停

认证证书的起止时间等，且通知获证组织停止认证证书和标志的使用及对外宣传。

7.2.3 多数情况下，认证资格的暂停期限将不超过 6 个月，在暂停期间，获证组织的服务评价体系认证暂时无效。

7.2.4 获证组织在暂停期内不得就其获得认证的资格进行市场宣传，并立即暂停使用所有引用认证资格的广告材料，以免误导消费者；

7.2.5 获证组织从通知暂停认证之日起；不得使用认证标志。

7.2.6 暂停信息的管理由运营部在每月按时上报认可委暂停认证资格的企业名录（获得 CNAS 认可后），并在暂停认证证书决定做出 24 小时内更新网站证书状态；同时在两个工作日内将暂停信息上报认监委，本公司网站上公告暂停项目名录，以便向现有的和潜在的所有相关采购方告知其认证状态及体系认证暂停时相关要求。

7.2.7 如果获证客户在认证范围的某些部分持续地或严重地不满足认证要求，CSHY 应缩小其认证范围，以排除不满足要求的部分。认证范围的缩小应与认证标准的要求一致。

7.3 恢复证书要求

7.3.1 暂停资格的恢复

7.3.1.1 因获证组织原因导致的暂停，获证组织应就暂停原因进行有针对性地整改，并根据整改情况向运营部提出《暂停转恢复确认书》，运营部根据《暂停转恢复确认书》。需要通过评价恢复认证证书的须报运营部安排现场评价，但恢复评价可视其所处认证周期的阶段与监督评价或再认证评价结合策划实施。

7.3.1.2 因机构特殊情况导致的暂停，由运营部安排现场评价。此评价为全条款评价；但恢复评价可视其所处认证周期的阶段与监督评价或再认证评价结合策划实施。

7.3.2 暂停转恢复评价的策划

对需安排现场评价/跟踪/核实方可证实暂停原因是否已消除的，由 CSHY 运营部做出现场评价安排，由 CSHY 技术部实施认证评定，报 CSHY 总经理兼管理者代表批准后方可予以恢复，此评价应针对暂停原因及整改的有效性进行评价。此种情况还应：

a) 由 CSHY 运营部下达《评价计划》，明确评价类型为暂停转恢复，以及暂停原因；暂停转恢复评价可单独进行，也可结合监督评价或再认证评价或其他评价结合策划实施，但评价发现和评价结论应充分证明不同的评价目的都得以实现；暂停转恢复评价安排应为后续的评价、不符合整改与验证、认证评定等活动提供足够的时间，这些活动应在暂停到期前完成；

b) 评价组应在《现场评价计划》中安排评价获证客户在暂停期间是否遵守暂停期间

的规定、是否对暂停原因采取了有效措施以及有无违规使用认证证书、认证标志的情况并形成评价记录；同时，应告知获证客户不符合整改的时限要求；

c) 评价组应在《评价报告》中，明确给出是否“推荐恢复使用认证证书和标志”的意见；

d) CSHY 技术部对评价案卷进行评定并符合要求后，做出恢复结论并报 CSHY 总经理兼管理者代表批准。

7.3.3 未能按期恢复的处理

如果造成暂停的问题已解决，CSHY 应恢复被暂停的认证。如果获证客户未能在 CSHY 规定的时限内解决造成暂停的问题，CSHY 应撤销或缩小其认证范围。

注：多数情况下，暂停将不超过 6 个月。如暂停期内，获证客户未提出恢复申请，暂停期满，仍未能恢复认证证书，则撤销或缩小其认证范围。

7.3.4 根据获证组织结合监督评价恢复认证注册资格的结论，组长提出恢复认证资格的建议，经评定由总经理兼管理者代表批准后由 CSHY 运营部按批准时间出具《监督结论通知书》，通知取消暂停，恢复其认证证书和标志的使用资格。

7.4 撤销证书要求

7.4.1 获证组织有下列情况之一时，将被撤销认证注册资格：

- a) 评价未通过；
- b) 被注销或撤销法律地位证明文件的；
- c) 拒绝配合认证监管部门实施的监督检查，或者对有关事项的询问和调查提供了虚假材料或信息的；
- d) 出现重大的食品和服务等质量、环境、安全事故，经执法监管部门确认是获证组织违规造成的；
- e) 获证组织在证书有效期内有其他严重违法违反法律法规行为，受到相关执法监管部门处罚的；
- f) 暂停认证证书的期限已满但导致暂停的问题未得到解决或纠正的（包括持有的行政许可证明、资质证书、强制性认证证书等已经过期失效但申请未获批准）；
- g) 没有运行申请认证的服务评价体系或者已不具备运行条件的；
- h) 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，或者认证机构已要求其纠正但超过 6 个月仍未纠正的；
- i) 组织不承担、履行认证合同约定的责任和义务；

- l) 认证证书有效期届满, 未申请延续使用;
- m) 因换发新证书而注销旧证书;
- j) 其他原因需要撤销证书;

7.4.2 认证注册资格的撤销, 由运营部经办人员登录“认证机构 ERP 系统”提交注销/暂停/撤销审申请, 经部门负责人审核, 总经理兼管理者代表批准做出撤销认证决定后, 并向获证组织发出《认证证书和标志撤销使用通知书》, 按照认证机构的指令要求企业立即暂停使用所有引用认证资格的广告材料, 收回认证证书, 并在 2 个工作日内上报认监委, 同时, 在公司网站上发布公告。若无法收回, CSHY 应及时在相关媒体和网站上公布或声明撤销决定。

7.4.3 CSHY 应采取有效措施避免各类无效的认证证书和认证标志被继续使用。

7.5 注销证书要求

7.5.1 当出现以下情形之一的, CSHY 应当注销体系认证证书:

- 1) 认证证书有效期届满, 认证委托人未申请延期使用的;
- 2) 认证委托人/生产厂由于企业破产、倒闭、解散、生产结构调整等原因致使获证范围不再生产, 认证委托人主动放弃保持认证证书的;
- 3) 获证产品型号已列入国家明令淘汰或者禁止生产的产品目录的;
- 4) 认证委托人申请注销的;
- 5) 其他应当注销认证证书的情形。
- 6) 由于认证标准变更, 或证方认为达不到新的认证标准要求提出注销;
- 7) 获证组织情况变更提出注销;
- 8) 获证组织因其他原因提出注销。

7.5.2 授予、拒绝、保持、更新、扩大、缩小、暂停、恢复和撤销认证注册资格涉及认证证书的颁发、保持、停用和作废、收回以及认证标志的使用和停用等要求, CSHY 将按照相关要求执行。

7.6 扩大认证范围

7.6.1 对于已授予的认证, 扩大认证范围需进行评审, 这一工作可与监督评价同时进行, 获证组织欲扩大认证范围时, 应向公司运营部提出书面申请, 明确扩大认证范围并补充必要的信息和文件。

7.6.2 获证组织扩大认证范围时, 应将有关体系文件随同申请一并提交。

7.6.3 运营部按合同评审程序 5.2.2 条款对扩大认证范围的申请进行评审确认。并将经确

认的申请表附在原合同之后。

7.6.4 运营部按照相关要求安排扩大认证范围企业的评价。

7.6.5 扩大认证范围的现场评价，可以与监督评价或再认证评价同时进行，但必须在评价报告中详细说明。

7.6.6 扩大认证范围所涉及的专业要素，现场、部门必须评价，具体执行《特殊评价的规定要求》。

7.6.7 运营部将扩大认证范围的评价结论呈报认证决定人员评定、作出决定意见，总经理兼管理者代表批准后，予以换发证书，并报认监委/认可委备案。

7.7 缩小认证范围

7.7.1 获证组织欲缩小认证范围时，应及时呈报公司运营部说明缩小的认证范围。

7.7.2 运营部接到获证组织缩小认证范围的报告后，组织进行评定、作出决定意见，总经理兼管理者代表批准后，更换证书。

7.7.3 监督评价时发现下列情况应缩小认证范围：

7.7.3.1 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；

7.7.3.2 获证组织的认证范围中某些产品不能提供其仍具有稳定服务的能力的充分证据；

7.7.3.3 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，应缩小其认证范围，以排除不满足要求的部分。认证范围的缩小应与认证标准的要求一致。

7.7.4 评价组将上述缩小认证范围的情况和原因在监督评价报告中说明，认证管理进行评定、作出决定意见，总经理兼管理者代表批准后，由运营部更换证书。

7.7.5 运营部根据缩小认证范围的书面决定，按相关要求打印换发证书，并报认监委/认可委备案。

8 与其他服务评价体系的结合评价

8.1 对商品售后服务认证服务评价体系和其他服务评价体系实施结合审核时，通用或共性要求应满足本规则要求，评价报告中应清晰地体现 5.5 条要求，并易于识别。

8.2 结合审核的审核人日数，不得少于多个单独体系所需审核人日数之和的 80%。

9 受理转换认证证书

9.1 CSHY 应当履行社会责任，严禁以牟利为目的受理不符合 GB/T 27922-2011《商品售后服务评价体系》标准、不能有效执行商品售后服务认证服务评价体系的组织申请认证证书的转换。

9.2 CSHY 受理组织申请转换为本机构的认证证书，应该详细了解申请转换的原因，必要

时进行现场评价。

9.3 转换仅限于现行有效认证证书。被暂停或正在接受暂停、撤销处理的认证证书以及已失效的认证证书，不得接受转换申请。

9.4 被发证的 CSHY 撤销证书的，除非该组织进行彻底整改，导致暂停或撤销认证证书的情形已消除，否则不应受理其认证申请。

10 申诉、投诉和争议处理原则

10.1 处理原则

a) CSHY 处理申诉、投诉和争议以事实为依据，以国家相关法律法规、标准、核查规则、CNAS 认可规范（适用时）及 CSHY 文件为准则。

b) 与申诉、投诉和争议事件有直接利害关系的人员不得参与申诉、投诉和争议的调查和决定。

c) 参与申诉、投诉和争议处理过程的人员对其所获得的任何与申诉、投诉和争议有关的非公开信息负有保密责任。

d) CSHY 对申诉、投诉和争议处理过程中所做的各类决定负责。

e) CSHY 应与获证客户、投诉人共同决定是否将投诉事项公开，需要时，应共同确定公开的范围、程度。

f) 参与申诉、投诉和争议处理过程和决定的人员，均应保持客观、公正，不应带有歧视性。

10.2 申诉、投诉和争议处理流程，详见公司官网链接：<http://www.cshychina.com/>

10.2 申诉

10.2.1 申诉受理的范围：

- 无正当理由不受理申请的；
- 对认证决定有异议，在接到决定之日起三十日内提出申诉的；
- 对公司不予认证注册不满；
- 对暂停、撤销其认证资格理由有异议，在接到决定之日起，三十日内提出申诉的；
- 涉及 CSHY 认证过程的公正性、合规性；
- 涉及 CSHY 认证过程或认证技术的相关问题；
- 其他；

10.2.2 申诉的提出

申诉人应向 CSHY 技术部提出申诉处理，有效的申诉应同时符合以下条件：

1) 申诉人正式递交了书面的《申诉、投诉和争议受理单》及相关说明（或证明）材料，材料需经申诉人签名、加盖公章，并注明联系方式；或通过口头形式陈述事件细节；

2) 申诉事项应在申诉受理范围内；

3) 申诉人应是申诉事宜的直接相关方；

4) 受理申诉时限为相关事项发生 30 天内。

10.2.3 申诉的受理

10.2.3.1 技术部负责接收申诉人的申诉请求，并按照相关要求进行初步审查，符合要求后提交工作组（工作组组织员为总经理兼管理者代表、办公室负责人及与认证无关的人员组织）。工作组在收到技术部提交的申诉后及时组织对申诉材料进行有效性审查，并将申诉的受理情况书面通知申诉人。

10.2.3.2 以下情况可导致申诉不予受理：

1) 匿名申诉；

2) 申诉内容超出受理范围；

3) 经确认申诉人提供了虚假信息；

4) 申诉的内容线索过于笼统，现有信息无法开展申诉调查的，经联系申诉人不愿意配合 CSHY 或无法提供进一步信息或线索的。

10.2.4 申诉的处理

10.2.4.1 CSHY 技术部根据实际情况与被申诉对象无利害关系的成员进行研究或组织工作组负责调查，对申诉的情况进行调查核实，充分了解申诉涉及事项的全部信息，必要时进行现场调查获取证据，调查完成后形成调查报告（调查报告内容包括但不限于核实情况、原因分析、处理建议）。

10.2.4.2 申诉处理可以采取会议审议、书面材料审议、听证会审议、现场调查或专家咨询等方式进行，作出有根据的判断。

10.2.4.3 通常情况下，申诉处理采取会议审议的方式进行。如果申诉事项比较复杂，提供的书面材料无法做出公正裁决的情况下，组织召开听证会来听取相关方的陈述，以便做出裁定意见。当出席会议的工作组委员人数达到或超过 5 人时，方可召开会议。如果自申诉受理后 10 个工作日内无法达到召开会议最低人数的，可采用函审的方式进行。

10.2.4.4 工作组组长负责召集听证会议。召开听证会议前，至少需提前 5 个工作日将会议的时间和地点通知申诉事项涉及的相关方和参加申诉处理的人员；不足 5 个工作日，申诉方同意召开听证会议的除外。

10.2.4.5 申诉应在受理之日起 30 个工作日内处理完毕；如遇特殊或复杂情况需要延期处理时，须经总经理批准，并以书面形式告知申诉人延期理由，但延长期限不得超过 6 个月。

10.2.4.6 申诉调查和处理应客观、公正，不应带有歧视性，且对申诉信息来源负有保密责任，未经申诉人同意，不得透露给第三方。

10.2.5 申诉的裁定

10.2.5.1 如果通过会议审议（含听证会）处理申诉，则根据与会人员讨论结果做出申诉裁定意见。如果通过函审处理申诉，裁定意见需要超过函审人数 2/3 同意方能生效。

10.2.5.2 申诉处理的人员应客观、公正地进行调查并提出处理意见，不应带有歧视性。

10.2.6 申诉裁定的执行

10.2.6.1 申诉裁定意见对申诉事项涉及的各方均具有约束力。

10.2.6.2 申诉调查报告及处理决定经总经理审查、批准后，形成最终决定。

10.2.6.3 参与申诉调查、处理和决定的人员均应与申诉事项无利害关系。一旦存在冲突，应声明并予以回避，由 CSHY 技术部指定其他人员负责。

10.2.6.4 技术部负责填写申诉、投诉和争议受理单中的：“核实情况、原因分析、处理 建议”栏目，并由总经理负责在《申诉、投诉和争议受理单》中签署批准意见；技术部负责对申诉事件的后续处理结果进行跟踪。

10.2.6.5 涉及暂停或撤销认证决定的申诉，如果申诉裁定结果为维持原决定，则暂停或撤销认证决定的生效日期为原决定的批准日期。

10.2.6.6 如果申诉裁定意见不支持原决定或其他决定，技术部将按裁定意见执行并采取后续行动。

10.2.6.7 CSHY 技术部负责将申诉处理决定以书面形式反馈至申诉方及相关方。《申诉、投诉和争议受理单》及结论性书面材料需准备一式两份：一份由技术部指派专人递交给申诉人，另一份留存归档。

10.2.6.8 CSHY 将对申诉处理过程中所做的各类决定负责。

10.2.6.9 通过申诉的调查和处理过程发现认证活动或管理存在不符合或改进空间，CSHY 将采取措施予以改进。

10.2.6.10 如申诉人不满意 CSHY 处理结果，可在 15 个工作日内向所在地认证监管部门或 CNAS(仅限于与 CNAS 有关的)提交投诉。

10.3 投诉

10.3.1 投诉受理范围：

- 1) 拖期实施审核/审查/评价的；
- 2) 对认证人员的资格有异议的；
- 3) 对评价组的组织有异议的；
- 4) 对 CSHY 认证人员认为有违纪、违规行为的；
- 5) 认为 CSHY 不合理收费的；
- 6) 对予以评价描述有异议的；
- 7) 对评价描述和认证标志的使用有异议的；
- 8) 涉及获证客户的违纪、违法行为；
- 9) 相关政府监管部门要求 CSHY 配合进行协查处理事件；
- 10) 其他等。

10.3.2 投诉的提出

投诉人应向 CSHY 技术部提出投诉处理，有效的投诉应同时符合以下条件：

- 1) 投诉人正式递交了书面的《申诉、投诉和争议受理单》及相关说明（或证明）材料，材料需经投诉人签名、加盖公章，并注明联系方式；或通过口头形式陈述事件细节；
- 2) 提供与投诉内容有关的证据或具体线索；
- 3) 投诉人承诺投诉的内容、提供的证据和线索以及投诉人的信息均真实、有效，不存在虚假成分。
- 4) 受理投诉限为相关事项发生 30 天内。

注：《申诉、投诉和争议受理单》可从 CSHY 官方网站“申诉、投诉和争议处理栏目”下载。

10.3.3 投诉的受理

技术部接到投诉后将按 4.5.1 条和 4.5.2 条的要求对投诉进行有效性确认，并将投诉的受理情况书面通知投诉方。

以下情况可导致投诉不予受理：

- 1) 匿名投诉；
- 2) 投诉内容超出受理范围；
- 3) 经确认投诉人提供了虚假信息；
- 4) 投诉的内容或线索过于笼统，现有信息无法开展投诉调查的，经联系投诉人不愿意配合 CSHY 技术部或无法提供进一步信息或线索的。

10.3.4 投诉的处理

10.3.4.1 CSHY 技术部根据实际情况与被投诉对象无利害关系的成员进行研究或组织工作组负责调查,对投诉的情况进行调查核实,充分了解投诉涉及事项的全部信息,必要时进行现场调查获取证据,调查完成后形成调查报告(调查报告内容包括但不限于核实情况、原因分析、处理建议)。

10.3.4.2 通常情况下,CSHY 技术部将在受理投诉后的 30 个工作日内完成投诉调查。如遇特殊或复杂情况需要延长调查时间的,需经总经理批准,并书面通知投诉人。

10.3.4.3 对于向 CSHY 提出的、针对申请认证的组织或获证客户的投诉,CSHY 将按如下处理方式:

1) CSHY 根据投诉的内容和性质,要求有关申请认证的组织或获证客户做出说明或处理,并向 CSHY 提交书面报告及相关证据;

2) 必要时,CSHY 组织投诉处理工作组对投诉的情况进行现场调查或验证;

3) 对于投诉事项影响到申请认证的组织或获证客户的认证资格的,由 CSHY 按授予认证相应的程序根据调查结果做出与认证资格相关的决定;

4) 投诉处理结果产生了与其预期认证状态有关的不利决定时,申请认证的组织或获证客户有权在接到投诉处理决定或认证决定后的 10 个工作日内提出投诉。

5) 对于严重的应在 10 日内向上级主管部门报告;

10.3.4.4 参与投诉调查和处理过程的人员均应与投诉事项无利害关系。一旦存在冲突,应声明并予以回避。

10.3.4.5 投诉调查和处理应客观、公正,不应带有歧视性,且对投诉信息来源负有保密责任,未经投诉人同意,不得透露给第三方。

10.3.5 投诉处理决定

10.3.5.1 投诉调查报告及处理决定经总经理审查、批准后,形成最终决定。

10.3.5.2 负责审查和批准投诉处理决定的人员应与投诉事项无利害关系,否则应声明并予以回避,由 CSHY 技术部指定其他人员负责。

10.3.5.3 技术部负责填写《申诉、投诉和争议受理单》中的:“核实情况、原因分析、处理建议”栏目,并由总经理负责在《申诉、投诉和争议受理单》中签署批准意见;技术部负责对投诉事件的后续处理结果进行跟踪。

10.3.5.4 CSHY 技术部负责将投诉处理决定以书面形式反馈至投诉方及相关方。《申诉、投诉和争议受理单》及结论性书面材料需准备一式两份:一份由技术部指派专人递交给投

诉人，另一份留存归档。

10.3.5.5 CSHY 将对投诉处理过程中所做的各类决定负责。

10.3.5.6 通过投诉的调查和处理过程发现认证活动或管理存在不符合或改进空间，CSHY 将采取措施予以改进。

10.3.5.7 如投诉人不同意 CSHY 处理结果，可在 15 个工作日内向所在地认证监管部门或 CNAS(仅限于与 CNAS 有关的)提交投诉。

10.4 争议

10.4.1 争议的提出

10.4.1.1 在评价过程中提出的争议，一般由评价组长与受审核方依据国家相关法律法规、标准、核查规则等文件协商处理。若经协商仍无法达成一致意见，评价组长可代表评价组做出相关结论，并在评价报告中予以说明，但需在 7 个工作日内将争议情况报告 CSHY 技术部。

10.4.1.2 在其他场合发生的争议，应在争议所涉及的事件发生后 15 个工作日内以书面文件形式向 CSHY 提出。

10.4.2 争议的处理

CSHY 技术部负责协调相关部门或人员研究提交的争议，并在收到争议后的 15 个工作日内将争议的处理情况和结果通知争议提出人。争议提出人对处理结果不满意的，可通过申诉、投诉程序向 CSHY 提出申诉或投诉。

10.5 技术问题及异议情况处理

10.5.1 对涉及技术方面的申诉、投诉和争议处理意见应经技术委员会审议，技术委员会主任批准后执行。

10.5.2 若申诉、投诉人对申诉、投诉处理工作组或成员提出疑义时，由 CSHY 总经理负责更换。

10.5.3 申诉、投诉人对 CSHY 的处理结果有不同意见时，可直接向 CSHY 公正性委员会提出申诉，由公正性委员会组织调查处理。

10.5.4 申诉、投诉人对公正性委员会的处理结果有不同意见时，可直接向技术部提出投诉，由技术部组织调查处理。投诉可通过访问官方网站或发邮件至来实现。

10.5.5 申诉、投诉人若认为 CSHY 未遵守相关法律法规或 CNAS 发布的相关规则，并导致其自身合法权益受到严重侵害的，可以直接向所在地监管部门或国家监管部门投诉。

10.5.6 投诉处理完成后，技术部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及公开的形式。

10.6 申诉、投诉和争议费用及补/赔偿措施

10.6.1 经核查，若申诉、投诉和争议属实，相关调查费用由 CSHY 承担，CSHY 将依据相关程序从认证风险基金（认证风险保证金）中予以赔付。

10.6.2 补偿或赔偿措施的处理

10.6.2.1 技术部收到申诉、投诉和争议处理意见结果，当申请/获证客户提出附带经济损失提出补偿或赔偿要求时，根据公司总经理兼管理者代表（或工作组主任）的处理意见及补救/纠正/预防措施的要求，填写《补偿或赔偿措施报告》，拟定补偿或赔偿的具体费用，由总经理兼管理者代表批准。

10.6.2.2 经批准后，技术部凭批准的《补偿或赔偿措施报告》让认证管理部按相关的财务规定进行帐务处理和办理支付手续，支付期限为收到投诉后的 30 天。

10.6.2.3 当公司和申请或已获认证组织就补偿或赔偿的具体数额与客户发生异议，经协商不能达成一致的，公司按仲裁结果给予补偿。

10.6.2.4 由于认证风险基金（认证风险保证金）不足以补偿或赔偿措施的实施的，由公司总经理兼管理者代表批准，认证管理部在公司总收入中支付，认证风险基金（认证风险保证金）的平衡是公司总经理兼管理者代表的责任，当认证风险基金（认证风险保证金）使用超出时，公司总经理兼管理者代表应向工作组报告。

11 认证记录的管理

11.1 CSHY 应当建立认证记录保持制度，记录认证活动全过程并妥善保存。

11.2 记录应当真实准确以证实认证活动得到有效实施。记录资料应当使用中文，保存时间至少应当与认证证书有效期一致。

11.3 以电子文档方式保存记录的，应采用不可编辑的电子文档格式。

11.4 所有具有相关人员签字的书面记录，可以制作成电子文档保存使用，但是原件必须妥善保存，保存时间至少应当与认证证书有效期一致。

12 其他

12.1 本规则内容提及商品售后服务认证服务评价标准（GB/T 27922-2011《商品售后服务评价体系》）时均指认证活动时该标准的有效版本。认证活动及认证证书中描述该标准号时，应采用当时有效版本的完整标准号。

12.2 本规则所提及的各类证明文件的复印件应是在原件上复印的，并经评价员签字确认与原件一致。

12.3 CSHY 可开展商品售后服务认证服务评价体系及相关技术标准的宣贯培训，促使组织的全体员工正确理解和执行 GB/T 27922-2011《商品售后服务评价体系》标准。

附录 A：商品售后服务认证服务评价体系认证评价人日数表

雇员人数	初审			监审		再认证		
	总时间 (人天)	文件评价 时间 (人天)	现场评价 时间(人天)	总时间 (人天)	现场评价时间 (人天)	总时间 (人天)	文件评价 时间 (人天)	现场评价 时间 (人天)
1-15	3	1	2	1	1	2.5	0.5	2
16-35	4	1	3	1	1	4	1	3
36-60	5	1	4	2	2	4	1	3
46-65	5	1	4	2	2	4	1	3
66-85	6	1	5	2	2	5	1	4
86-125	6	1	5	2	2	5	1	4
126-175	7	1	6	2	2	5	1	4
176-275	8	2	6	3	3	6.5	1.5	5
276-425	8	2	6	3	3	6.5	1.5	5
426-625	9	2	7	3	3	7.5	1.5	6
626-875	10	2	8	3	3	7.5	1.5	6
876-1175	11	2	9	4	4	8	2	6
1176-1550	12	3	9	4	4	9	2	7
1551-2025	12	3	9	4	4	9	2	7
2026-2675	13	4	9	4	4	10	2	8
2676-3450	13	4	9	4	4	10	2	8
3451-4350	14	4	10	5	5	10	2	8
4351-5450	15	5	10	5	5	11.5	2.5	9
5451-6800	15	5	10	5	5	11.5	2.5	9
6801-8500	16	6	10	5	5	12.5	2.5	10
8501-10700	17	6	11	6	6	12.5	2.5	10
>10700	每增加 600 人增加 1 人天			每增加 900 人增加 1 人天		每增加 450 人增加 1 人天		

注1：表中提到的“雇员”是指企业的所有人员(含企业在编人员及服务管理（如售后）、监督、服务操作、联络等兼职人员)，包括评审时将在场的非长期（季节性的、临时的和分包的）雇员。

注2：与服务相关包括服务文化宣贯、服务网点管理、人员培训、监督部门、研究和改进、配送和维修执行、商品质量保证（采购）、客户关系维系、投诉接听和反馈、销售、设计等与服务系统运行相关的部门。

注3：雇员人数的确定执行行业实施细则。

注4：一个“评审人日”通常指8小时完整的正常工作日，不能通过增加每天的工作时间来减少要使用的评价员天数。允许增加评价员时间的因素，可以是：

- a) 复杂的后勤条件, 涉及到不止一座建筑物或一处工作地点;
- b) 雇员使用多种语言(需要翻译人员或妨碍评审员个人独立工作);
- c) 相对雇员数量、工作现场很大;
- d) 法规要求高(食品和药品、航空、核动力, 等等);
- e) 体系覆盖了高度复杂的过程或相对数量大的彼此不同的活动;
- f) 产品涉及到硬件、软件、流程性材料和服务的组合。允许减少评审员时间的因素, 可能是:
 - a) 无/低风险产品 / 过程;
 - b) 对组织体系的前期了解(例如, 组织已经按照其它标准被同一机构认证);
 - c) 相对雇员数量、工作现场很小(例如, 只有综合办公楼);
 - d) 客户的认证准备状态(例如, 组织已经被另一个第三方机构认证或承认);
 - e) 过程涉及到单一的基本活动;
 - f) 成熟的管理体系;
 - g) 大量雇员从事相同的简单工作。

注5: 考虑到所有因素, 对减少某个组织初次评审人日的调整总量不能大于评审员人日时间表中要求的评审员人日时间的30%。

注6: 认证以相同产品类别的单一售后服务系统为对象。

注7: 达标后申请升级认证,按复评执行。

2.1扩大认证范围加收2-6个评审人日的费用, 特殊情况按实际增加的评审人日计算;

采用文件调查和现场调查的方式, 包括查阅文件和记录、询问工作人员、观察现场、访问顾客等。

附件 B: 服务特性评价报告 CSHY-FJL-12-02

审查组声明:

1. 审查是抽样进行的, 可能存在其他不符合;
2. 受审查方若对本报告及审查人员的表现有异议可向中标华远认证有限责任公司提出申诉意见;
3. 本评价报告及在审查中接触到的一切有关受审查方的信息, 未经书面许可, 绝不向第三方泄漏。

认证机构资质范围、认证证书注册信息, 可查询本公司网站:
<http://www.cshychina.com/>, 或致电我司: 010-53393006, 亦可查询认证
认可监管部门及认可方网站: CNCA: www.cnca.gov.cn。

中标华远(北京)认证中心有限公司
地址: 北京市丰台区南四环西路 188 号总部基地十区 22 号楼四层

邮编: 100000 电子邮箱: cshy03_2018@163.com
 电话: (010)53393006 投诉电话: (010)53393099
 网址: <http://www.cshychina.com/>

1 组织基本信息

组织名称			
法人代表		总经理	
注册地址			
现场地址			
分场所			
组织变更情况 (适用于监督和再认证)	法律地位: ☐ 无变化 ☐ 有变化, 说明: 主要负责人: ☐ 无变化 ☐ 有变化, 说明: 行政许可/资质: ☐ 无变化 ☐ 有变化, 说明: 服务范围: ☐ 无变化 ☐ 有变化, 说明: 服务人数: ☐ 无变化 ☐ 有变化, 说明: 服务过程: ☐ 无变化 ☐ 有变化, 说明: 分场所: ☐ 无变化 ☐ 有变化, 说明: 其他, 说明:		
证书状态 (适用于监督和再认证)	☐ 保持有效 ☐ 暂停, 暂停期间: ☐ 服务管理控制有效; ☐ 未违反证书、标志使用要求; ☐ 未发现违反法行为、事故、投诉或其他负面情况; ☐ 暂停原因已消除 ☐ 其他情况, 说明:		

2 评价策划情况

认证领域			
认证项目			
认证范围			
专业代码		风险/复杂度	

认可方向	☐ 机构证 ☐ CNAS			
评价类型	☐ 初次认证 ☐ 监督 ☐ 再认证 ☐ 其他：			
评价目的	☐ 服务的特性满足特定服务要求或认证技术规范要求的情况； ☐ 确定服务提供人员、服务技术、服务设施和环境满足要求的情况； ☐ 确定服务按规定的过程和要求实施的情况； ☐ 评价服务水平和绩效情况； ☐ 确认是否推荐注册/保持注册。			
评价依据	☐ 服务管理相关标准：_____ ☐ 相关法律法规及其他要求 ☐ 组织服务管理相关文件			
评价时间	__年__月__日至__年__月__日，共__天			
审查组	组长： 组员： 技术专家： 其他：			
服务抽样				
时间	服务内容	服务场所	评价方式	分组

3 评价实施情况

评价计划完成情况	☐ 评价目的、评价准则、审查范围等未有发生变更； ☐ 审查组按既定时间完成了所有抽样服务的评价； ☐ 达到了预期的评价目的。
评价计划变更情况	☐ 不适用 ☐ 评价计划有发生变更，说明：
未按计划完成情况说明	☐ 不适用 ☐ 未能实施评价的服务： ☐ 其他不确定因素和障碍： ☐ 相关原因、已采取的补救、替代措施及后续措施的建议：

审查技术和方法的说明	
------------	--

4 服务特性综合评价

服务特性	评价结果

5 不符合项及改进机会

不符合	
改进机会	

6 评价结论及推荐意见

评价结论	☐ 组织提供的服务符合服务标准的要求； ☐ 现场审查中发现的问题未有影响服务的提供； ☐ 组织通过本次服务特性评价 ☐ 服务水平达到等级： ☐ 组织未通过本次服务特性评价； ☐ 其他：
推荐意见	☐ 实施下一阶段评价 ☐ 重新安排服务特性评价 ☐ 推荐保持认证注册 ☐ 保持认证等级 ☐ 调整认证等级： ☐ 不推荐保持认证注册 ☐ 其他：

建议注册范围			
建议认证覆盖的分场所			
序号	分场所名称	地址	认证范围

7 下次评价建议

建议评价日期	
抽样建议	
重点关注的服务特性	
其他建议事项	

中标华远（北京）认证中心有限公司审查组

组长签名：

校核人签名：

年 月 日

附件 C：服务特性满意度指数计算方法

一、单个调查表计算方法

1、企业/品牌形象得分： $Q1 = (Q1.1 + Q1.2 + Q1.3) \div 3$

2、顾客预期得分： $Q2 = (Q2.1 + Q2.2) \div 2$

- 3、感知质量得分： $Q3=(Q3.1+Q3.2+Q3.3+Q3.4+Q3.5+Q3.6+Q3.7)\div7$
- 4、顾客无抱怨得分： $Q4=(Q4.1+Q4.2+Q4.3)\div3$
- 5、顾客忠诚得分： $Q5=(Q5.1+Q5.2)\div2$
- 6、顾客满意得分： $Q6=(Q1+Q2+Q3)\div3$

二、N 个调查表算术计算其平均值：Q 的平均值= $\sum (Q_i\sim n)\div n$

三、服务特性测评结果的应用

分值 类别	96~ 100	91~95	81~90	71~80	61~70	≤60
顾客满意得分	+0.3	+0.15	0	-0.15	-0.3	不达标
顾客忠诚得分	+0.5	+0.25	0	-0.25	-0.5	不达标
顾客无抱怨得分	+0.2	+0.1	0	-0.1	-0.2	不达标