商品售后服务技术规范

文件编号：DNI-GZ-JS-23

技术规范编号：CTS DNI-SC03SC-2026

文档版本：G/0

编制：技术部　　日期：2026.04.30

审核：杨舒　　日期：2026.04.30

批准：杨舒　　日期：2026.04.30

受控状态：受控文件

发布日期：2026.04.30　　实施日期：2026.04.30

发布单位：数网信认证服务（北京）有限公司

变更履历

日期	变更描述	版本/版次	审核	批准
2023.04.19	初始发布。	A/0	杨舒	李静
2023.06.25	修订第2部分。	A/1	杨舒	李静
2024.09.19	组织架构及部门职责调整，文件版本与手册统一。	F/0	杨舒	申爱萍
2025.08.15	增加服务认证模式、特性测评和管理审核要求。	F/1	杨舒	申爱萍
2026.04.30	依据《国家认监委关于规范服务认证的指导意见》和整改意见修订。	G/0	杨舒	杨舒

目　录

1　范围 4
2　规范性引用文件 4
3　术语和定义 4
4　服务管理要求 4
4.1　组织架构 4
4.2　人员配置 4
4.3　资源配置 4
4.4　规范要求 5
4.5　监督 5
4.6　改进 5
4.7　服务文化 5
5　服务特性要求 6
5.1　商品信息 6
5.2　技术支持 6
5.3　配送 6
5.4　维修 6
5.5　质量保证 7
5.6　废弃商品回收 7
5.7　顾客关系 7
5.8　投诉处理 8
6 评价方法 8
6.1　服务管理审核评价方法 8
6.2　服务特性测评评价方法 8
7 认证结果 9
附录A 服务管理要求评价指标 10
附录B 服务特性要求评价指标 11
附录C 服务评价指标的评分规则 12

商品售后服务技术规范

1 范围

本技术规范为我机构开展商品售后服务认证的认证依据之一，归属于SC03批发业和零售业服务的服务认证领域，规定了商品售后服务相关的服务管理要求、服务特性要求以及相应的评价方法。

正文第4章节和第5章节来源于GB/T 27922-2011 商品售后服务评价体系的内容，并结合商品售后服务特点编制而成。

2 规范性引用文件

下列文件中的内容通过文中的规范性引用而构成本文件必不可少的条款。其中注日期的引用文件，仅该日期对应的版本适用于本文件；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 27922-2011 商品售后服务评价体系

GB/T 27925-2011 商业企业品牌评价与企业文化建设指南

GB/T 19011-2021 管理体系审核指南

SB/T 10409 商业服务业顾客满意度测评规范

GB/T 27400 合格评定 服务认证技术通则

GB/T 27207 合格评定 服务认证模式选择与应用导则

3 术语和定义

规范性引用文件中界定的术语和定义适用于本文件。

4 服务管理要求

4.1 组织架构

4.1.1 部门及岗位设置

组织应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。

4.1.2 服务网点

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。

4.2 人员配置

4.2.1 服务人员

组织应根据行业特性，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。

4.2.2 售后服务管理师

组织应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。

4.3 资源配置

4.3.1 经费保障

组织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。

4.3.2 内部保障

组织应提供内部保障，具体包括：

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。

4.3.3 基础设施设备

组织应提供基础设施，具体包括：

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。

4.4 规范要求

4.4.1 管理文件

组织应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。

4.4.2 法律法规及其它要求

组织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。

4.5 监督

4.5.1 监督机制

组织应设立服务监督机构，由专职人员负责，监督企业售后服务系统的运转情况。

4.5.2 监督实施

组织应以监督有效奖惩，持续修正各项服务目标，并通过内部和外部监督评价活动促进服务品质提升。

4.6 改进

4.6.1 改进机制

组织应在生产、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质量方面不断改进。

4.6.2 改进活动的责任部门

组织应对售后服务中发现的难以解决的问题，设立有关服务研究部门或委托专业机构进行研究和咨询。

4.6.3 外部改进机会

组织应通过国家认可的相关品牌、安全或管理认证。

4.6.4 标准化研究

组织应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。

4.7 服务文化

4.7.1 服务理念

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。

4.7.2 服务承诺

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。

4.7.3 服务文化和活动的宣传

组织应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。

5 服务特性要求

5.1 商品信息

5.1.1 商品包装

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。

5.1.2 商品附属文档

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。

5.1.3 商品售后说明

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。

5.1.4 商品安全提示

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。

5.1.5 商品缺陷公开

建立商品系统性缺陷信息公开机制，及时告知顾客。

5.2 技术支持

5.2.1 安装调试

组织应根据商品的特点，在售出后提供及时、必要的安装和调试服务。

5.2.2 培训指导

组织应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。

5.2.3 服务请求服务

组织应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。

5.2.4 收费要求

相关服务活动涉及收费的，组织应应按国家有关规定合理收取，并事先明示。

5.3 配送

5.3.1 包装要求

所售商品的包装应完整、安全，便于运输或携带。

5.3.2 配送服务

组织应对顾客所承诺的送货范围、送货时间及时兑现。

5.4 维修

5.4.1 服务受理

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。

5.4.2 包修和保修

按国家法律法规有关要求提供包修和保修服务。

5.4.3 服务规范

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。

5.4.4 维修设施设备要求

组织应定期对维修设施、设备和器材进行检查，保证维修服务的正常进行。

5.4.5 备品备件要求

保证商品维修所必需的材料和配件的质量以及及时供应。

5.4.6 应急处理

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。

5.5 质量保证

5.5.1 商品质量要求

所售商品质量应符合国家相关法规要求和质量标准。

5.5.2 售后服务期限要求

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。

5.5.3 退换货

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。

5.5.4 缺陷商品处理

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。

5.5.5 厂家服务协调

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。

5.6 废弃商品回收

5.6.1 废弃商品回收提示

组织应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。

5.6.2 废弃商品回收处置

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。

5.7 顾客关系

5.7.1 反馈机制

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。

5.7.2 网站要求

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。

5.7.3 信息系统要求

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。

5.7.4 满意度调查

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。

5.7.5 主动服务

定期为顾客提供有针对性的主动服务或回馈活动。

5.8 投诉处理

5.8.1 投诉档案

及时反馈和处理顾客投诉，有效解决顾客投诉。

5.8.2 投诉处理

及时反馈和处理顾客投诉，有效解决顾客投诉。

5.8.3 服务补救

组织应配备服务调解人员，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。

上述4服务管理要求和5服务特性要求应满足GB/T 27922-2011的要求。

6 评价方法

6.1 服务管理审核评价方法

按照GB/T27922-2011要求，服务管理要求设置7个维度，总分40分，具体各项指标见《附录A》。

6.1.1 商品附属文档

按照《附录 C》的评分规则对各项评价指标进行评价赋值。

6.1.2 服务管理审核结果分级

——32分以上（含32分）36分以下，三星级

——36分以上（含36分）38分以下，四星级

——38分以上(含38分),五星级

6.2 服务特性测评评价方法

按照GB/T27922-2011要求，服务特性要求设置8个维度，总分60分，具体各项指标见《附录B》。

6.2.1 商品附属文档

按照《附录 C》的评分规则对各项评价指标进行评价赋值。

6.2.2 服务特性测评结果分级

——48分以上（含 48分）54分以下，三星级

——54分以上（含 54分）57分以下，四星级

——57分以上(含57分),五星级

7 认证结果分级

依据服务管理审核得分+服务特性测评得分的总分进行以下分级：

——80分以上（含80分）90分以下，三星级

——90分以上（含90分）95分以下，四星级

——95分以上(含95分),五星级

附录A 服务管理要求评价指标

一级指标	总分	二级指标	分值
服务管理要求	40	4.1 组织架构	4
		4.2 人员配置	6
		4.3 资源配置	6
		4.4 规范要求	6
		4.5 监督	7
		4.6 改进	5
		4.7 服务文化	6

说明：*二级指标中的序号4.1-4.7对应GB/T27922-2011中的5.1.1-5.1.7*

附录B 服务特性要求评价指标

一级指标	总分	二级指标	分值
服务特性要求	60	5.1 商品信息	6
		5.2 技术支持	6
		5.3 配送	4
		5.4 维修	10
		5.5 质量保证	7
		5.6 废弃商品回收	2
		5.7 顾客关系	15
		5.8 投诉处理	10

说明：*二级指标中的序号5.1-5.6对应GB/T27922-2011中的5.2.1-5.2.6，5.7-5.8对应GB/T27922-2011中的5.3.1-5.3.2*

附录C 服务评价指标的评分规则

评分比例	评分规则
0%~20%	在该指标要求中水平很差，或没有描述结果，或结果很差； 在该指标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； 在该指标要求中没有或极少的相关数据信息，或对比性信息。
20%~40%	在该指标要求中结果很少，或在少数方面有一些改进和（或）处于初期绩效水平； 在该指标要求中有少量显示趋势的数据，或处于较低水平； 在该指标要求中有少量相关数据信息，或对比性信息。
40%~60%	在该指标要求的多数方面有改进和（或）良好水平； 在该指标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。