

中华人民共和国国内贸易标准
《商品售后服务评价体系》(SB/T 10401-2006)



中国售后服务通报

第二期 2010年5月22日

指导单位：全国商品售后服务评价委员会 全国商品顾客满意度评价活动办公室
全国零售商与供应商公平交易评价活动组委会 中国策划评价活动组委会
中国商业联合会零售商供货商专业委员会

承办单位：北京五洲天宇认证中心（批准号 CNCA-R-2007-152）

专家团：

武高汉：中国消费者协会副秘书长、新闻发言人
邱建国：中国消费者协会投诉部主任
褚俊：管理学博士、中国人民大学副教授
谭新政：中国商业联合会零供委执行主任
王寿魁：国家质检总局中国标准出版社标准法律事务部主任
杨佩昌：德国欧中经济技术交流促进会会长

本期号外

本期号外一：售后服务国家标准
本期号外二：《中国认证认可》杂志专刊报道——售后服务认证领跑行业服务升级
本期号外三：红豆通过服装行业首家售后服务五星级认证

本期目录

国家标准：售后服务国家标准呼之欲出
政策动向：党中央国务院重视服务业统计司定位牵头与兜底
每期售后服务市场监测 2010年4月16日—5月15日
每期售后服务事故追踪 2010年4月16日—5月15日
每期售后服务通报 2010年4月16日—5月15日
售后服务认证知识：全国各行业售后服务认证问答

主编：谭新政 副主编：朱则荣
www.ccass.org.cn www.bscc.org.cn

电话：010-66094340 66094341 66094412 地址：北京复兴门内大街45号（100801）



国家标准

售后服务国家标准

呼之欲出

北京消息：中华人民共和国国家标准《商品售后服务评价体系》标准第二次起草人会议5月8日在北京举行，来自国家有关部门、行业组织、企业界的部分领导、评审专家、起草人出席了会议，就售后服务国家标准的框架、条目等进行了广泛讨论。

酝酿已久、广受关注的售后服务国家标准，将是我国国家层面的售后服务标准，将对我国生产、消费、流通领域产生重要影响，对各行业售后服务有提纲挈领的重要引导和规范作用，该标准将全面适用于在中华人民共和国境内从事生产、销售、服务的一切企业。中国商业联合会、中国商业联合会零售供货商专业委员会、中国人民大学、中国标准出版社、中国消费者协会、中国认证认可协会、中国保护消费者基金会、中国家电研究院、中国质量协会、海尔集团、康佳集团、美的微波电器、美的精品电器、中联重科、五粮液股份、淮海车辆集团、江苏雅迪科技、北京城乡贸易中心股份、北京金殿友谊商城、浙江金洲管道科技股份、博洛尼家居用品、北京五洲天宇认证中心、北京五洲创意营销策划有限公司等单位作为主要起草单位，在行业、企业间都具有广泛的代表性。



中国商业联合会行业部副部长张丽君表示：“《商品售后服务评价体系》是一个非常好的标准，一是符合我国标准化重点工作，服务标准是今后国家重点培育的标准，特别是售后服务标准，是国家标准委充分肯定发展的服务标准，应时当令，符合国家标准化发展方向。”



二是售后服务是老百姓的一块心病，买回家不会用，用了以后出问题，都是售后服务。售后服务包含在商品的寿命中，是经济活动中的一个重要组成部分，只有象产品标准一样提出非常明确的标准，企业才能令消费者满意。对于售后服务标准，老百姓很关注，把售后服务提出来做一个评价体系是非常重要的，国家标准委对此寄以厚望。”

中国商业联合会标准规范处处长曹德胜说：“《商品售后服务评价体系》是当前我国商务流通行业重要课题，经国家标准化委员会立项，成为国家标准。”中国商业联合会零供委执行主任谭新政介绍了标准起草进展情况，他说：“起草单位目前已代表了方方面面的行业，为广泛征求意见，又向 51 家有代表性的单位发出 51 份征求意见书。”谭新政进一步指出：“标准起草的基础，是连续举办了 4 次全国售后服务评价活动，自 2007 年开展了商品售后服务认证，认证中心已经培养了 114 名评审员，首期咨询师已经批准了 24 人，经过几年的磨合，从活动、认证、培训，到目前已经有了比较全面理论、实践基础。”

来自国家商务部的专家表示：“这个标准用于规范我国商务领域的售后服务，本着对标准负责的态度，有助于标准提升。”中国商业联合会副秘书长王民总结说：“国家商务部对这个标准很重视，提了很多很好的建议，《商品售后服务评价体系》必须吸纳各方面意见，贴近企业、贴近行业、贴近消费者。”



据了解，现行的《商品售后服务评价体系》标准是由国家发改委 2004 年批准立项，2006 年 5 月 12 日由国家商务部颁布实施的国内贸易标准，是我国第一部关于商品售后服务水平的评价标准。此次将在重新完善、充实的基础上，由国家质量监督检验检疫总局、国家标准化管理委员会审定颁布为国家标准。标准从推出开始就倍受关注，2007 年由国家商务部推荐，国家认监委批准，目前唯一专业从事我国商品售后服务体系认证的第三方认证机构——北京五洲天宇认证中心成立，售后服务认证从此填补了我国服务认证的空白。

另据消息，另一部中华人民共和国国家标准《品牌与企业文化建设评价》标准，拟于本月底召开第二次起草人会议，这也是我国首次将品牌、企业文化纳入国家层面，进行规范的一次重大标志性历史事件，中国商业联合会副会长姜明曾表示：“《商品售后服务评价体系》和《品牌与企业文化建设评价》成为国家标准后，相信对我国企业的发展乃至中国经济的发展具有重要的推动作用”。



政策动向

党中央国务院重视 服务业统计司定位牵头与兜底

4月28日 国家统计局日前决定,将加挂在国民经济核算司的服务业统计司与服务业调查中心进行整合,组建国家统计局服务业统计司(服务业调查中心)。该司司长孟庆欣28日表示,党中央、国务院高度重视服务业统计,温家宝总理和李克强副总理多次指示要加强服务业统计。国家统计局组建服务业统计司,是适应整合、加强和完善服务业统计之举。

孟庆欣认为,近年来,国家统计局采取了许多措施加强服务业统计,取得了一定的成效,但是现行的服务业统计还不能很好地满足现实各方面的需要。当下服务业统计司的定位一是“牵头”,即组织制定服务业统计的总体规划、发展思路和方针政策,组织指导协调地方与部门的服务业统计工作;二是“兜底”,即在不打破现有工作格局前提下,努力弥补服务业统计工作的缺陷,做好服务业统计的兜底工作;三是“攻克薄弱环节”,即努力解决服务业统计中的难点和急需解决的问题,重点攻克服务业统计中的薄弱环节。

孟庆欣表示,服务业统计司将尽快完成从服务业调查中心转向负责“牵头”、“兜底”的服务业统计司(服务业调查中心)的转型工作,提出中国服务业统计调查规划和实施办法,建立全国统一的服务业统计调查制度。

商务部：2010年将改善消费服务 强化服务质量

商务部表示,2010年将特别是着重强化服务行业的质量,扩大服务广度,把“服务”列为工作的重点。

商务部：2010年服务消费将进入快速增长黄金期

4月23日 商务部市场运行司与中商流通生产力促进中心、中国物流信息中心共同组织完成的《2009/2010中国消费品市场发展报告》日前发布。报告预测,2010年我国消费品市场将继续保持平稳较快增长,预计全年社会消费品零售总额将同比增长16%左右。消费品市场发展将呈八大趋势,其中服务消费将进入快速增长的黄金期。



报告指出，2010年，我国经济发展的内生动力将进一步提高，特别是继续深入落实扩内需调结构一系列政策措施，经济回升向好的势头将进一步巩固，为消费品市场和生产资料市场平稳较快发展创造了良好环境。

商务部：努力扩大服务贸易规模

4月29日 商务部表示，努力扩大服务贸易规模，力争实现2010年服务贸易进出口总额增长10%左右，服务贸易逆差较前一年有所减少。

商务部称，当前中国服务贸易发展面临较多挑战，与发达国家和世界整体水平相比存在较大差距。各主要经济体的经济贸易仍未恢复到危机前的水平，失业率居高不下，贸易保护主义有所抬头。

商务部将加强服务贸易工作的统筹协调，推动服务贸易与货物贸易、服务贸易与服务业的有机结合；推动重点领域服务出口，拓展出口促进新领域；支持成熟的产业技术出口，促进技术进口和引进消化吸收再创新。

2009年，中国服务贸易进出口额为2,868亿美元，比上年下降6%。其中，出口1,286亿美元，同比下降12.2%；进口1,582亿美元，同比增长0.1%，出口和进口分别位居世界第五位和第四位。

去年服务贸易逆差达296亿美元，比上年增长1.6倍。

海外建议 美国副国务卿史坦伯格：

中国需要向更依赖消费和服务的经济转型

美国副国务卿史坦伯格(James Steinberg)5月10日表示，中国需要向更依赖消费和服务的经济转型，他同时指出，若中国接受更以市场主导的汇率机制，世界经济将因此受益。

史坦伯格在布鲁金斯学会(Brookings Institution)的一次演讲中表示，自美国总统奥巴马2009年1月就职以来，中美帮助世界经济走出了金融危机，现在需要更加努力来维持经济复苏。

史坦伯格表示，“我们需要借助那些可以使得此次复苏长期可持续的要素，这当然要求中国意识到，有必要向更依赖消费和服务的经济转型。”

他指出，“需要认识到这些将是逐步发生的变化，但如果我们要使得全球经济和全球市场(相信)我们将走向正确方向，我们就需要向正确的方向前进。”



每期售后服务市场监测

2010年4月16日—5月15日

看牙要讲售后服务 323 医院举行售后服务宣誓仪式

医疗行业售后服务终于破冰!一场声势浩大的医疗售后服务宣誓仪式在 323 医院数字口腔中心就诊大厅举行,科室主任李启华带领中心所有医护人员公开向社会各界庄严承诺。据悉,这是继推出诊前预约挂号服务,诊中航空式服务之后,323 医院数字口腔中心又率先推出的医疗售后服务,至此,该口腔中心精心打造的诊前、诊中、诊后的一条龙“星级服务”终于浮出水面。

镶牙美牙迎来保证时代,普士种植牙颗颗有保证,口腔售后承诺终身维护——323 医院把一条龙“星级服务”都用售后服务来诠释,对医疗行业和其它各行业有一定的代表和示范作用。对内,售后服务使服务本身得到扩延,利润全面转向售后服务链,对外,在客户的不断“挑刺”中,既为下一次产生“销售”机会,又在与客户的互动中,设计出更好的售后服务链。(网易新闻)

跨国公司恐售后服务拉后腿 加紧增设在华售后服务中心

5月12日, LG 电子宣布,在华增设售后服务中心,将综合服务中心“LG Master Center”扩大到中国的全国范围,向用户提供更多便利。以此向中国市场提供一条龙式售后服务的中心,该中心还配备主要新产品陈列空间、上网室、休息室。

不仅是 LG 电子,索尼、三洋等外资企业相继声明在中国市场对售后服务给予新的承诺。但是,市场分析认为,这些跨国公司在中国的售后服务是被动的,央视在 3.15 晚会中曝光了跨国公司售后服务诟病。中国消费者群起抵触被曝光企业,并对其它跨国公司售后服务产生严重质疑。跨国公司被形式所逼,不得不重新审视售后服务滞后的一种不良反应。因此,尽管 LG 电子宣布增设售后服务中心,但分析认为,这种方式仍然只是形式上的举措,并不能表示其售后服务流程和操作环节能令中国消费者满意,也不表示这些跨国公司是否真正尊重中国市场的售后服务需求。(中国家电网)

两会代表提案: 家电维修服务需“市场准入”

全国政协委员、苏宁电器董事长张近东表示:家电维修服务涉及到严格的操作规范,需要经过正规培训、严格考核、严密监督,政府要重视家电维修服务,建立严格的行业准入制度,从制度层面保证家电维修服务质量。

以空调为例,全国目前有两亿多台空调,不少是安装在高楼上,等于在我国的城市上空安装了上亿个潜在的危险物。如果空调安装不规范和后期维护不及时,将会出现高空坠落事故。张近东并在两会提案中称,据不完全统计,我国家电保有量已突破 40 亿台,政府应该尽快建



立市场准入制度，规范家电维修服务秩序。家电维修服务作为一个特殊的服务业，需要建立系统的监管机制，从源头上进行规范，才能不断提高服务质量，保证居民的根本利益。

每期售后服务事故追踪 2010年4月16日—5月15日

惠普售后服务事故追踪 一半和解一半不信任

5月7日，惠普公司发布声明，称已与维权组织及其律师团达成和解，表示其在中国市场的售后服务事故暂告一段落，维权律师团代表表示，律师团会将受委托的2100名左右消费者的材料交于惠普，惠普会就消费者问题逐一解决，不会走法律诉讼程序。

5月11日，维权律师团又表示，尽管已经与惠普达成和解，但并不意味着维权律师团的工作结束。有记者调查发现，近半数惠普用户对其承诺的和解方案不信任，一位消费者称，“从惠普事件开始到现在，惠普公司已经给出了多个所谓的解决方案，我的这款笔记本始终不在其解决范围之内，我对惠普已经失去了信任感。这次，他们说惠普解决方案可能会优于国家的三包规定，我就暂且再信惠普一次，如果惠普再忽悠我，我今后绝不买惠普的产品。”另据电脑商情报道，惠普遭央视315曝光后，中关村等地，惠普笔记本一度成为商家和用户的噩梦，销售停滞，用户不满。（人民网天津）

宝洁帮宝适售后服务事故 美国消委展开调查

5月5日，美国消费产品安全委员会表示，将对宝洁公司生产的新款“帮宝适”纸尿裤展开调查。这款名为“DryMax”的婴儿纸尿裤，是宝洁公司对其帮宝适纸尿裤产品进行的近25年以来最大规模的一次升级，宝洁通过网络和其它媒体做了大量广告，但投放市场后，这款新款纸尿裤却收到很多美国消费者的抨击和投诉，一些家长投诉称，孩子使用新款纸尿裤后出现皮疹等皮肤过敏症状，公众对这一产品的批评在网络上广泛传播，宝洁公司被卷入全球范围的公共信誉危机。

宝洁中国对外事务部相关负责人表示，目前遭质疑的新款帮宝适产品目前尚未在中国市场投放，目前宝洁在中国市场上投放的产品都是安全可靠的。但中国消费者和有关部门已经对帮宝适持警惕态度。自“强生事件”后，婴幼儿产品的安全性受到消费者和中国国家相关部门的高度重视，近半年的时间里，国家工商、质监等部门对日化产品展开了多次检查，但是，即使这样也不能完全保证婴幼儿产品发生售后服务安全事故。（新浪财经）

中石化售后服务事故 “与己无关”态度激怒消费者



香港的士死火事件、河南“问题油”事件、海南再疑被爆“问题油”，将中石化拖入麻烦缠身的口诛笔伐之中，但是5月7日，中石化海南公司发表声明，表示“有关报道的问题油导致海口部分车辆损坏的问题与我公司无关。”一言激起千层浪，消费者及媒体一片哗然，纷纷指责中石化的态度本身就存在问题。

在中石油的加油站，正在加油的车主田女士和周女士说，媒体的报道确实让人担心，几个有车的朋友这两天都改道到中石油的加油站加油了。虽然不一定说中石化的汽油有问题，但换个加油站，心里感觉会好一些，在检测结果没有出来之前，我们可不想让爱车真的出现问题。（人民网海南）

每期售后服务通报

2010年4月16日—5月15日

售后服务问题限制中国汽车在秘鲁市场增长

中国汽车因质优价廉深受消费者欢迎，在秘鲁市场的销量和比重也逐年递增。但是，秘鲁市场的中国品牌汽车只有50%提供售后服务，这在一定程度上限制了销量的更快增长。秘鲁经销商认为，为争取更多消费者，中国品牌汽车必须解决售后服务问题。据悉，2007年，秘鲁中国车的销量仅有1618辆，占市场总销量的3%；2008年上升至7435辆，占市场总销量的8%；09年达到9831辆，已占市场总销量的13%。预计今年销量将增长15%，达到16725辆。（新华社）

欢迎消费者投诉

企业售后服务问题

欢迎消费者监督

已获认证企业售后服务

现在就登陆以下网站进行投诉

www.ccass.org.cn

www.bscc.org.cn

柯达、三星、松下数码相机被指售后服务闹心

数码影像技术为人们的生活带来众多乐趣，但购买数码相机以后的高故障发生率，使数码相机变成了“快速易耗品”，不少消费者只能直叹无奈。数码相机重大质量问题屡屡出现，让消费者烦恼不断，名目繁多的附加功能，让消费者迷失其中，价格不透明和售后维修的外包，让消费者承受较高的费用，而制度的缺失以及监管无力，更让消费者维权困难。



在百度中搜索“数码相机投放”，可以发现近年来数码相机业的售后服务事故规律：2006年，索尼接连发生了“电池门”和“CCD事件”；同年，柯达LS443数码相机的质量事件成为国内消费者关注的焦点，中国消费者协会为此史无前例地召开听证会。2007年，奥林巴斯的FE230的“质量门”事件。2008年，松下LS70的质量问题，其后三星L50、L60、L5、L6、蓝调i85、S500、S600等共14个型号的产品出现横纹现象……而近来影响最大的莫过于富士的“颜色门”、“固件门”事件。

为了维权，不少消费者已是筋疲力尽。目前，数码相机各品牌使用的都是企业标准。无法可依，维权成本高，维权周期长，使很多消费者谈到维权只能是“哑巴吃黄连——有苦说不出”。只有尽快制定国家标准，才能对中国数码相机市场进行有效和统一监管。（315消费电子投诉网）

港货展闭幕 售后服务谁负责

已举办过四届的中国(香港)国际服务贸易洽谈会今年首次移师香港以外的地方，福州是首站。一连五日的展览早已在5月4日落下了帷幕，这一福州市历年最具规模的香港产品展销会，吸引了20万人来捧场。不过，撤展了，港商走了，买的“港货”出了状况怎么处理？福州郑女士就大倒苦水：“5月3日在购物展上花了400元人民币买了个包包，不过，5月9日才第一次背，背带就脱落。现在我不知道该怎么办，没地方找人了。”同郑女士一样，许多打热线的市民都因这种异地售后服务而犯了难。

对此，购物展主办方香港贸发局称，消费者可以联系贸发局的办事处，促成参展商与消费者进行沟通。对于大件商品要留票据，可直接找参展商，双方可直接进行产品售后方面的交涉。对于消费者反映的状况，贸发局会如实登记在案，他们认为“消费者若能提供出状况的产品的照片就更好了，我们会帮助消费者联系参展商，不过，由于两地距离较远，时间上，可能会耗费比较长。”港货展出现的售后服务问题也提醒国内外各类展览展示业注意售后服务。

高品质的生活 来自 CAS 认证的放心保护



在中国境内购物，请检查商品外包装上是否包含有 CAS 服务认证标志，放心购买，售后无忧。

www.ccass.org.cn



售后服务认证知识

全国各行业售后服务认证问答

编者按：

为了推动全国各行业售后服务制度的规范化和有序发展，根据中华人民共和国商务部颁布的《商品售后服务评价体系》标准(SB/T10401-2006)，按照《中华人民共和国认证认可管理条例》，经国家商务部推荐(商建函[2007]28号，中国国家认证认可监督管理委员会批准(CNCA-R-2007-152)，北京五洲天宇认证中心正式成立。这是至今为止国家批准的国内、国际惟一专业从事商品售后服务评价体系认证的专业机构。

1、问：商品售后服务评价体系认证，是哪一个类别的认证？

答：《中华人民共和国认证认可条例》规定：我国的认证分“管理体系、服务、产品”三类认证。其中如“3C”、“有机食品”等，属于产品认证类别；“ISO9001质量管理体系”、“ISO14001环境管理体系”等，属于管理体系认证类别。还有一类就是服务认证，商品售后服务评价体系认证属于服务认证类别，是运用《商品售后服务评价体系》标准(SB/T 10401-2006)，对企业的服务体系进行审核，对服务水平做出评价。

2、问：商品售后服务评价体系认证，可以对什么类型的企业认证？

答：标准中有明确的分类，只要是中华人民共和国国内合法经营的生产型企业、销售型企业、服务型企业都可以申请认证。

3、问：如何获得商品售后服务评价体系认证证书？

答：企业如想要获得售后服务评价体系认证证书，首先需要按照《商品售后服务评价体系》标准(SB/T 10401-2006)建立起售后服务体系(必要时可寻求咨询机构的帮助)，在体系运行3个月之后，向北京五洲天宇认证中心提出申请认证，认证中心得到企业提供的资料后，与企业签订认证合同，按照公正、合理、规范的原则，对企业建立起的服务体系进行评审和评分，评审合格，按照最终的评分结果颁发相应的星级证书。

4、问：企业获得售后服务认证有什么好处？

答：(1)权威认证，通过认证的企业，意味着其在全国全行业范围的售后服务方面的领先性。



(2) 消费者认可，通过认证企业在产品及包装上可标识“售后服务认证”星级标志，具有说服力和证实性，供消费者放心选购。

(3) 企业售后服务达标，通过认证企业的售后服务管理达到国家商务部“SB/T 10401-2006”标准，强化售后服务管理水平及服务能力。

(4) 持续改进售后服务，完善售后服务体系，建立良好售后服务口碑，持续改进售后服务质量，增强服务利润链持续收益。

5、问：其它认证一般要求企业建立的体系文件，那么商品售后服务评价体系认证是否要求企业建立售后服务体系文件呢？

答：是的。标准附录里的“A. 1. 3. 1 企业有明确的售后服务策略，该策略能够对整个售后服务工作起到指导作用。

A. 1. 3. 2 企业的售后服务策略既能满足客户的需要，又能使企业的售后服务成本保持在合理水平。”

B. 1. 3. 1 B. 1. 3. 2 的条款，都要求企业的售后服务策略应形成文件，实际上就是指企业应建立指导售后服务工作的成套文件。

评审是一个发现证据的过程，只有先有了策略、文件，有了指导方向，才可能去实施服务工作。如果连文件都没有，那么实施是无从谈起的。

这个成套文件里面，标准要求了，需要有量化的服务目标、服务承诺、服务的各项规章制度和流程等内容。归纳在一起，一个整体的体系，就是体系文件。叫做“服务手册”，或者“售后服务体系文件”都是可以的。

6、问：管理体系认证和商品售后服务评价体系认证，都有“体系认证”四个字，那么管理体系认证和商品售后服务评价体系认证有什么区别？

答：商品售后服务评价体系认证是服务认证，与管理体系认证不是一个类别，它使用的SB/T 10401-2006 标准是一个评价性质的标准，关键词是“评价体系”，认证目的是评出优秀。认证的结果是证明企业按照标准实施了售后服务，并达到了某一个高度(星级)。

管理体系认证，关键词是在“管理体系”四个字上，意思就是对“管理体系”进行认证。比如质量管理体系 ISO9001，认证的结果是证明企业按照 ISO9001 标准的要求进行了管理。

7、问：各种类别的认证都需要通过审核来证明企业是否能通过认证。那么商品售后服务评价体系认证的审核有什么不同之处呢？

答：审核，在商品售后服务评价体系认证里称为评审。认证采用的是评审员制度，由评审员到企业现场，按照标准要求进行检查记录，作出评价和评分。



商品售后服务评价体系认证在评审时最大的特点是分企业层和下属执行层进行。一般情况下评审组除了在企业总部现场，还会分散到企业在各地的服务网点去检查。所以企业在提交商品售后服务评价体系认证申请表时，需要提交服务网点的明细和清单，评审时会对网点进行抽样检查。

商品售后服务评价体系认证不仅要求企业要按照标准进行管理，还要求企业按照标准实施，评审员要检查这个实施的过程是否能够实现，要到现场去发现证据，证明企业的服务是否能够达到某个水平。

8、问：企业的售后服务认证工作由哪个部门牵头为好？

答：一般国外企业的情况，是分生产、销售、售后三架马车并驾齐驱，售后服务部门是极为重要的部门，掌握大量资源，甚至成立独立的售后服务公司。

售后服务体系的建立、执行以及改进，并不是售后服务部门一个部门的事，而是牵扯到企业全局，与质量、品牌、生产各环节密不可分。

有些企业在实施 iso9001 认证时，会设立权限极高的质控部(体系部)。

在进行售后服务认证时，应由由企业最高管理人或授权人任命一名专职负责人(可以是体系部或质控部的负责人)为售后服务体系的最高管理者(管理者代表)，有极高的权限来建设、整合、修订企业的服务体系，并由售后服务部门牵头，其他部门(如人力资源、生产、产品改进等部门)协助完成认证工作。

9、问：商品售后服务评价体系认证的费用如何计算?每年都有一次监督评审，那么每次监督评审的费用是多少?三年后证书到期时，如果企业需要继续保持认证资格，费用是多少?

答：认证的收费是按人/日数来执行的，人/日数按照企业总人数计算，具体的可以参考附件3《商品售后服务评价体系认证收费标准及人数对照表》。

评审的费用分为初评、监督、复评三类。监督评审的费用一般是初评的 1/3，复评的费用一般是初评的 2/3。

举例：

(1) 1200 人规模的企业，在 1176-1550 这一档范围。

初评时，评审人/日数是 16，乘以每人/日收费 3000 元人民币，评审费共 48000 元，再加 1000 元申请费和 2000 元审定与注册费，共计 51000 元。

监督评审时，通常按初评的 1/3，即 5.5 个评审人/日数计算，即 16500 元，加 2000 元年金和标志使用费，共计 18500 元。



三年后证书到期，如需保持认证资格，可进行复评。评审人/日数通常按初评的 2/3 执行，即 10 个评审人/日，费用 30000 元。加 2000 元年金和标志使用费，共计 32000 元。

(2) 10500 人的企业，在 8501-10700 一档。

初评时，评审人/日数是 25，乘以每人/日收费 3000 元人民币，评审费共 75000 元，再加 1000 元申请费和 2000 元审定与注册费，共计 78000 元。

总的来看，企业人数越多，相对的评审人/日数就越少，相对的费用也越低。

10、问：商品售后服务评价体系认证，是按企业获得的分数来判定最后获得的星级，评分是非常严格的。那么在评分的时候，有没有加分项？

答：根据《商品售后服务评价体系评审评分细则》，共有两类加分项。

第一：企业中有售后服务管理师(高级管理师)，可加 2-5 分(获得售后服务管理师证书人数占企业在编售后服务人员的 4%-10%)；

第二：企业曾获得售后服务全国十佳单位荣誉的加 3 分，连续获得两届的加 4 分，连续三届以上加 5 分。企业曾获得售后服务行业十佳单位荣誉的加 1 分，连续两届加 2 分，连续三届加 3 分。

11、问：售后服务全国十佳单位、行业十佳单位荣誉如何获得？

答：由中国商业联合会等单位主办的全国售后服务评价活动，目前已举行到第四届。该评价活动以《商品售后服务评价体系》为评价依据，评价对象为在中华人民共和国境内注册的生产、销售及服务型企

业。评价程序：(一)地方商会推荐或企业、个人申报(申报表详见附件 2、3)；(二)评委会组织专家评审，确定候选名单；(三)候选名单网上公示，确定入围名单；(四)入围名单网上公示，确定终审名单。

活动评价出“全国售后服务十佳单位”(分生产、销售及服务型企

业)、“全国售后服务行业十佳单位”、“全国售后服务达标合格单位”等。

企业需要进行申报参加，通过网上投票、公示、专家审核评判等环节，获得奖项。

活动通知和公告可上中国商品售后服务网 www.ccass.org.cn 查询。

12、问：如何获得售后服务管理师证书？

答：中国商业联合会在全国范围内开展的“售后服务管理师职业资质认证”培训工作，目前已进行到第二十二期。售后服务管理师的资质培训将对学员进行系统专业的岗位培训，从法律和实践的角度剖析点评典型案例，采用专家教学、专业理论和实物操作相结合的教学



手段，为学员提供一整套便于理解、易于掌握、操作性强的售后服务方法与技巧，培训结束后参加全国统一试卷考试，由权威专家进行评价审核及成绩认定，考培合格者，由中国商业联合会颁发资质证书，国家人力资源和社会保障部颁发结业证书。报名通知和公告可上中国商品售后服务网 www.ccass.org.cn 查询。

13、问：《商品售后服务评价体系认证申请表》上，“申报认证产品/服务范围”一项应该如何填写？

答：“产品/服务范围”的意思是产品和(或)服务范围。

填写的典型格式如：“电视机、电冰箱的配送安装、维修服务、投诉处理及其相应体系”。

(北京五洲天宇认证中心供稿)

全国售后服务管理师“双证书”培训班

纳入国家653知识更新工程 中国商业联合会主办

双证书：中国商业联合会职业资质证书 国家人力资源和社会保障部培训证书

进展：自2007年下半年我国开展售后服务管理师培训以来，已有一汽集团、东风汽车集团、美的集团、茅台、五粮液、上海百联、北京燕莎、北京翠微、城乡贸易、长虹集团等近千多家全国大中型企业参加培训，近两千人获得了中、高级售后服务管理师职业资质。

培训对象：各类企事业单位高层管理者，售后服务、销售、质量、标准化、法务等相关部门负责人。

联系电话：010-66094340、66094412、66094341 联系人：杨欣、谭伟

www.ccass.org.cn www.bscc.org.cn

中国售后服务通报 第二期

地址：北京复兴门内大街45号(100801)

电话：(010)66094340、4412、4341 传真：(010)66094300