

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

第三期 2010年7月6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：

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：售后服务认证知识专题

本期目录

国情研究：唐元 提高商贸诚信是我国的当务之急
政策动向：全国服务业标准化工作座谈会召开
四部委联合印发《家电下乡售后维修服务体系建设工作方案》
本期焦点：服务业
每期售后服务市场监测 2010年5月16日—6月30日
每期售后服务通报 2010年5月16日—6月30日
售后服务认证知识：商品售后服务评价体系认证有关问答

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）

国情 研究

唐元：提高商贸诚信 是我国的当务之急

由中国商业联合会主办，中国商业联合会零售供货商专业委员会、全国顾客满意度测评活动办公室承办的“第二届全国生产商供应商顾客满意度测评”活动于2010年6月19日在北京揭晓最终结果。新浪财经全程报道本次活动。



图为国务院研究室工交贸易司司长唐元做“提高商贸诚信是我国的当务之急”主题演讲。

唐元：各位代表，同志们，大家好，我今天想跟大家介绍一下我前段时间对我国商贸诚信的调研结果，我这个题目就是“提高商贸诚信是我国的当务之急。”

诚信是行为诚实和交易信用的合称。诚信是中华民族的传统美德，古人云：诚信是立人之本，齐家之道，为政之基，经商之魂。

商贸诚信是指商业贸易中“诚实守信”的规范，是商贸交往的基本准则，是发展市场经济所依赖的高度信任环境。近年来，我国商贸诚信缺失的状况非常严重，不仅严重影响了我国商贸流通的规范发展，也严重制约我国经济国际竞争力的提高，与我国日益增长的综合国力和国际影响力很不适应。尽快提高商贸诚信，扭转商贸诚信危机状况，是我国面临的一项紧迫任务，应当予高度重视。

一、我国商贸诚信状况令人堪忧

我国目前商贸诚信危机集中表现在合同不诚信、质量不诚信、价格不诚信和售后服务不诚信四个方面。



一是合同不诚信。表现在我国企业间资金拖欠现象普遍、合同诚信纠纷频发，合同纠纷案件呈现大幅上升趋势。1979年至1999年20年间全国法院年均审结经济纠纷案件77.41万件，2002年至2008年年均237.07万件，2009年审结合同类案件315.4万件，同比上升8.6%，上升趋势非常明显。据我国工商部门不完全统计，目前我国每年订立的合同约40亿份，但履约率只有50%多一点。我国目前整体诉讼案件90%是民事案件，占比最大的就是合同案件，说明我国市场交易中合同不诚信的问题非常突出。

二是价格不诚信。表现在交易市场中，漫天要价、以次充好、缺斤短两、哄抬价格等欺诈行为十分普遍，以炒买炒卖、囤积居奇、套购转卖等手段谋取暴利现象已见惯不怪，高房价、普洱茶、年份酒、兰花热、大蒜价格暴涨等事件层出不穷。其中尤以房地产价格不诚信问题最为突出，高房价已成民生之痛，广大民众深恶痛绝，这种蓄意操纵价格行为，拉大了贫富差距、制造了消费黑洞，必须引起高度警惕。

三是质量不诚信。表现为产品普遍粗制滥造、假冒名牌层出不穷，不仅严重损害消费者利益，更为严重的是引发了大量质量事故，给人民财产和生命安全带来了重大损失，如近年来疫苗事件、毒奶粉、苏丹红、地沟油等事件接连出现。在国际市场上，由于质量不高，“中国造”产品成为低劣产品同义词，声誉较差，在国际市场不得不走廉价低端路线，严重制约我国经济国际竞争力的提高。

四是售后服务不诚信。表现在许多企业没有建立售后服务体系，无售后服务制度，售后服务承诺不兑现、打折扣，零售商供应商对售后服务中的责任互相推诿，屡屡给消费者制造经济损失和心理负担。据中国消费者协会反映，近年来，质量和服务投诉大幅度暴升，受理1000万件投诉，件件都跟售后服务差有关，尤其是家电下乡政策执行以来，平均每8件家电下乡产品就有一件出现过返修。

我国商贸不诚信已经发展到人与人之间，企业与企业之间相互不信任的程度，导致行业集体道德沦陷，加深世界对中国商品的不信任度，已经成为严重的风险，如果任其下去，必将影响经济发展，拖慢现代化进程，甚至破坏社会和谐，成为真正的社会危机，必须引起高度重视。

二、提高我国商贸诚信的思路建议

提高商贸诚信是一个复杂的系统工程。应该按照长短结合、标本兼治的原则，采取综合系统措施，全国加强商贸诚信建设，争取尽快扭转全国商贸诚信危机状况。具体建议如下：

(一) 高度重视加强商贸诚信建设。将加强诚信建设纳入各级政府重要议事日程，作为一项提高全民族道德水平、增强经济社会发展软实力的重要工作来抓。建立协调机制，国务院整顿市场秩序领导小组及其办公室是全国最高协调机构，负责领导和统筹协调商贸诚信建设的相关工作，当前要抓紧制定和实施推进商贸诚信建设的工作方案。省级以下政府也应成立相应机构，负责本辖区商贸诚信建设的相关工作。

(二)、大力促进合同诚信建设。建议开展“合同诚信建设年”活动，发挥工商行政单位监管作用，引导企业解决好合同中的不合理、不公平、不完善等问题，突出重点领域，严查



各类合同不诚信行为，对合同欺诈要进行严肃处理，对企业开展合同管理培训和岗位资格培训。加大对“重合同、守信用”先进企业和个人的表彰力度，树立合同诚信标杆，发掘并推荐示范性合同。

(三)、大力促进价格诚信建设。物价是关系百姓民生的重大问题，不可轻视。有关部门应以“倡导价格诚信、规范价格行为、推行明码实价”为主题，大力加强价格监管，营造“放而不死、活而不乱”的诚信价格环境，重点监测价格快速暴涨的商品领域，下大力气化解涉及民生的教育、医疗、住房等价费矛盾，对哄抬物价、紧缺物资价格暴涨、牟取暴利的行为要严肃处理，加快建立住房等重点商品指导价格机制。

(四)、大力促进质量诚信建设。各级质量技术监督局要转变观念，除了抓好质量源头管理，严格市场准入，抓好全程监管，确保质量安全的同时，要重点以“售后质量发现、服务过程质量监管”作为新的工作方向，加强与消费者互动，狠抓售出以后商品质量、服务质量的投诉和举报，强化质量监测，对消费者已经发现的批量质量隐患隐瞒不报、推卸责任、消极应付的要严肃处理，确保中国消费者的人身、财产安全。

(五)、大力促进售后服务诚信建设。各级发改委、商务部门、工业和信息部门要强化售后服务市场发展，让消费者得以购买“放心商品”，享受“放心服务”。要加快“中国服务”品牌培育，大力推行商品售后服务认证工作，加快推动我国生产型、贸易型、服务型企业实施第三方售后服务认证。在政府采购、家电下乡、汽车下乡、摩托车下乡、电动车下乡、建材下乡、名品进名店、大型建设和安防等项目招标过程中，要明确规定企业必须通过“管理体系、售后服务和产品”认证，对获得证书的企业要加分，优先考虑，无证书不得入围。

对每年通过认证和全国评出的售后服务先进企业，要给予一定的支持，在他们的产品上，我认为可以加注标识，相当于节能降耗产品有绿色标识，有黄色标识一样。售后服务比较好的企业，我们应当理直气壮地在他的产品上加盖售后服务星级标识。让老百姓优先选择售后服务好的企业产品，为他们创造一个市场环境，这是最好的发展商贸诚信的一项工作。

(六)、加快商贸诚信法规和标准制订。商贸诚信法规和标准体系不健全、执行不力，是我国商贸诚信缺失的重要原因。建议采取积极有效措施，尽快建立健全商贸诚信法规和标准体系，并加大执法力度。当前，应尽快研究起草《中华人民共和国诚信法》和配套法规，将国家诚信体系建设纳入法制化轨道。同时，加快完善商贸诚信标准体系建设，将与商贸诚信相关的部颁《商品售后服务体系评价体系》、《零售商供应商公平交易行为规范》、《商业服务业顾客满意度测评规范》、《品牌与企业文化建设评价》、《商务策划评价规范》等标准上升为国家标准。

(七)、营造良好的全民诚信环境。增强全民诚信意识，营造良好的诚信环境，是提高商贸诚信的治本之策，应当切实加大工作力度。一是建立健全诚信等级评价制度和机制。鼓励具备资质的中介组织进行诚信评估，对先进诚信企业加以表彰，对不诚信企业列入黑名单。二是加强商贸诚信宣传力度。利用各种传媒，广泛宣传优秀诚信企业，曝光不诚信行为，形成有利于诚信建设的社会氛围。三是开展有利于商贸诚信发展的重大活动。建议设立“中国诚信日”，发布中国诚信宣言，向全世界展示中国诚信新形象。同时，定期举办中国诚信论坛，围绕诚信问题组织研讨活动，探讨诚信建设面临的新问题。



政策动向

全国服务业标准化工作座谈会召开

6月10日-11日，全国服务业标准化工作座谈会在山东省济南市召开。国家质检总局党组成员、国家标准化管理委员会主任纪正昆出席会议并讲话，山东省政府副省长才利民到会致辞。会议由国家标准化管理委员会副主任方向主持。国家发改委产业协调司副司长夏农、中国标准化研究院院长王忠敏、山东省政府办公厅副主任李世瑛、山东省质监局局长丛大鸣出席会议。

纪正昆主任在讲话中充分肯定了服务业标准化工作取得的成绩。一是积极探索服务业标准化协调配合工作机制，有效推动工作开展；二是研究制定服务业标准化发展规划，明确标准化工作发展方向；三是批准发布了一批重要标准，不断完善服务业标准体系；四是开展服务业标准化试点建设，加大标准实施力度；五是加快技术委员会建设，为服务业标准化工作构建组织保障。

纪正昆主任在讲话中指出，推行服务业标准化工作是提升服务业管理水平，提高服务业整体服务质量的有效手段，是繁荣和发展服务业的一项重要基础性工作。在谈到下一步工作时，他强调，当前和今后一个时期服务业标准化工作要抓好三个关键，突出五个重点。三个关键：一是强化组织领导；二是创新合作共赢的服务业标准化工作机制；三是做好“四个结合”。五个工作重点：一是编制一个发展规划，突出做好服务业标准化规划的编制和实施工作；二是完善一个标准体系，要建立和不断完善结构合理、重点突出、内容完整的服务业标准体系；三是建设一批服务业标准化试点，选好一个项目、树立一个品牌、带动一个产业，讲求试点建设工作的有效性。四是要不断加强服务标准化研究工作力度，尽快形成一批标准化研究成果。五是要加大服务业标准化专业人才的培养力度，打造一支专业的服务标准化人才队伍。纪主任在讲话中还通报了今后一个时期国家标准化工作的重点和任务。

会上，国家发改委产业协调司副司长夏农介绍了我国服务业发展情况和“十二五”期间促进服务业加快发展的几点考虑。中国标准化研究院院长王忠敏介绍了国内外服务业标准化工作现状及发展趋势。山东省质监局、江苏省质监局、北京市质监局、陕西省社会保障局、黄山市人民政府、新泰市人民政府、杭州经济技术开发区管委会等单位作了典型发言，介绍了服务标准化工作经验和体会，并对下一步工作的深入推进提出了新思路。

会议期间，与会代表考察了济南阳光大姐服务有限公司和曲阜“三孔”旅游景区的服务标准化工作，讨论了“十二五”全国服务业标准化发展规划，并对今后一个时期的服务业标准化工作进行了安排部署。

来自全国46个省(自治区、直辖市)和计划单列市、副省级市质监局代表同志参加了会议。
(国家标准化管理委员会网站)



工业和信息化部、财政部、商务部、国家质检总局联合印发 《家电下乡售后维修服务体系建设工作方案》

工业和信息化部、财政部、商务部、国家质检总局日前联合印发了《家电下乡售后维修服务体系建设工作方案》(下称《方案》)的通知,通知指出将重点培育和建设针对农村地区的专业型售后维修服务企业,并从2011年开始,争取用2到3年的时间,制定出家电下乡售后维修服务管理办法。

据了解,在2009年全国大规模家电下乡中,包括电视、空调、冰箱以及洗衣机等家电产品在农村市场的销售呈现井喷盛况,但由于众多企业售后服务网点并未能够有效覆盖广大乡镇尤其是农村,导致售后服务严重不足,并开始影响家电下乡的实际效果。《方案》的出台,就是针对家电下乡中存在的售后服务难题。

根据《方案》,国家提升家电下乡产品售后维修服务质量的计划共分三个阶段。其中,第三阶段的工作从2011年开始,争取用两到三年的时间,不断探索售后维修服务新模式,完善家电下乡产品三包服务规定,组织开展家电下乡产品售后维修服务技能培训,制定家电下乡售后维修服务管理办法,促进家电售后维修服务规范有序发展。

以下为部分重要内容摘要:

必要性

实施家电下乡政策,对激发农村居民消费潜力,改善农村居民生活条件,拉动消费需求增长,促进行业发展与应对国际金融危机发挥了重要作用。随着家电下乡产品销售的品种、数量和销售范围的不断扩大,对农村家电售后维修服务工作也提出了更高的要求。为更好地贯彻落实家电下乡政策,巩固、加强政策的实施效果,推进家电下乡产品售后维修服务体系建设十分必要。

基本原则

深入贯彻落实科学发展观,坚持以政府为主导,统筹规划推进家电下乡产品售后维修服务体系建设,完善家电下乡售后维修服务监管机制,规范售后维修服务体系;以企业为主体,引导督促家电下乡中标生产企业,加强售后维修服务网点建设,提升售后维修服务能力;以市场为导向,鼓励和支持多方参与,积极发展第三方服务公司,促进家电售后维修服务专业化;充分发挥相关机构和协会的协调、服务、自律作用,保证家电下乡售后维修服务体系建设规范、科学、有序,保护农村消费者利益。

研究制定售后维修服务体系建设专项规划

组织地方工业和信息化主管部门会同相关部门遵照属地管理的原则,对本地家电售后维



维修服务网点布点和服务能力现状、售后维修服务实际需求进行调研;组织部属高校大学生对家电下乡中标生产企业的售后维修服务网点开展调研,梳理家电下乡售后维修服务网点存在的问题;依托协会等相关机构开展对家电下乡售后维修服务现状进行调研、汇总、分析,形成调研报告。在调研的基础上,形成售后维修服务体系建设专项规划,重点解决网点布局、服务能力、服务保障、人才培养等问题。

开展对生产企业售后维修服务能力的监督检查

对检查中发现存在售后维修服务能力薄弱的生产企业,要督促其提升售后维修服务能力;对边远地区售后维修服务没有覆盖的地区,要引导生产企业通过多种途径提供售后维修服务;对发现售后维修服务网点覆盖率、售后维修服务能力与投标承诺不一致的生产企业,要按照有关规定责令限期整改,整改后仍不能满足相关要求的企业,取消其家电下乡中标资格。

不断探索售后维修服务新模式

各地工业和信息化主管部门,要会同有关主管部门,因地制宜,探索建立家电下乡产品售后维修服务的经营、管理、营销模式,提升本地服务质量。鼓励企业针对地区特点,探索建立低成本、符合地区实际需要的售后维修服务体系。根据家电下乡产品的销量、维修服务范围、覆盖区域等情况,采取相应的售后维修服务模式,通过预约、上门、巡回、远程诊断等多种方式实现售后维修服务。

本期焦点：服务业

服务业在各国国内生产总值的比重上,美国达到80%,印度达到50%,中国比重不到40%。

国家统计局4月组建了服务业统计司,定位于牵头与兜底。据该司司长孟庆欣介绍,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。

服务业的概念:一般认为服务业即指生产和销售服务产品的生产部门和企业的集合。服务产品与其他产业产品相比,具有非实物性、不可储存性和生产与消费同时性等特征。在我国国民经济核算实际工作中,将服务业视同为第三产业,即将服务业定义为除农业、工业、建筑业之外的其它所有产业部门。

服务业的分类:服务业视同为第三产业。在国民经济行业分类中包括除了农业、工业、建筑业之外的所有其它十五个产业部门。即,1、交通运输、仓储和邮政业;2、信息传输、计算机服务和软件业;3、批发和零售业;4、住宿和餐饮业;5、金融业;6、房地产业;7、租赁和商务服务业;8、科学研究、技术服务和地质勘查业;9、水利、环境和公共设施管理业;10、居民服务和其他服务业;11、教育;12、卫生、社会保障和社会福利业;13、文化、体育和娱乐业;14、公共管理和社会组织;15、国际组织。



服务业的产生和发展:

服务业是随着商品生产和商品交换的发展,继商业之后产生的一个行业。商品的生产和交换扩大了人们的经济交往。为解决由此而产生的人的食宿、货物的运输和存放等问题,出现了饮食、旅店等服务业。服务业最早主要是为商品流通服务的。随着城市的繁荣,居民的日益增多,不仅在经济活动中离不开服务业,而且服务业也逐渐转向以为人们的生活服务为主。社会化大生产创造的较高的生产率和发达的社会分工,促使生产企业中的某些为生产服务的劳动从生产过程中逐渐分离出来(如工厂的维修车间逐渐变成修理企业),加入服务业的行列,成为为生产服务的独立行业。

服务业从为流通服务到为生活服务,进一步扩展到为生产服务,经历了一个很长的历史过程。服务业的社会性质也随着历史的发展而变化。在前资本主义社会,主要是为奴隶主和封建主服务,大多由小生产者经营,因而具有小商品经济性质。资本主义服务业以盈利为目的,资本家和服务劳动者之间的关系是雇佣关系。社会主义服务业是以生产资料公有制为基础,以提高人民群众物质文化生活为目的,是真正为全社会的生产、流通和消费服务的行业。

服务业在国民经济中的作用

其作用表现在:1、服务业的发展,服务产品的增多,其结果必然会为社会增加物质财富,从而提高人民的物质文化生活水平。2、由于服务业有较高的劳动生产率,无论在宏观上还是在微观上,都实际地为社会节约了劳动时间。3、服务业既能加强生产与消费的联系,使产品顺利地经过流通到达消费领域;又能帮助消费者更好地利用产品,指导和扩大消费,加速社会的再生产过程;还能传递信息,促进生产者和消费者相互了解,因此,服务业在国民经济各个部门之间起连结作用和协调作用。4、服务业经营范围广,业务门路多,能容纳大量劳动力。发展服务业是解决和扩大劳动就业的重要途径。

服务业的经营特点

服务业经济活动最基本的特点是服务产品的生产、交换和消费紧密结合。由此而形成了其经营上的特点:1、范围广泛。由于服务业对社会生产、流通、消费所需要的服务产品都应当

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



经营。因此，在经营品种上没有限制。服务业可以在任何地方开展业务，因而也没有地域上的限制。在社会分工中，是经营路子最宽、活动范围最广的行业。2、综合服务。消费者的需要具有连带性。如旅店除住宿外，还需要有通讯、交通、饮食、洗衣、理发、购物、医疗等多种服务配合。大型服务企业一般采用综合经营的方式；小型服务企业多采取专业经营的形式，而同一个地区的各专业服务企业必然要相互联系以形成综合服务能力。3、业务技术性强。4、分散性和地方性较大。服务业多数直接为消费者服务，而消费是分散进行的。因此服务业一般实行分散经营。各地的自然条件和社会条件的不同，经济、文化发展的一定差别，特别使一些为生活服务的行业，地方色彩浓厚，因而服务业又具有较强的地方性。

现代服务业：发达国家和地区的发达产业

20世纪科技发展推动了产业革命，使发达国家的职业结构发生了巨大的变化。这种变化中最重要和最显著的是服务业。据世界银行世界发展指标数据库的数据，在主要发达国家的非农业就业人口中，服务业从业人员的比例：2001年美国63.9%，英国73.4%，法国是74.1%，德国64.7%，日本63.9%。

美国是世界上最具有竞争力的服务业出口国，2003年服务业出口总额达到了3070亿美元，与1990年相比，增加了一倍多，加上2001年美国的海外投资公司服务销售额，服务出口总额达到了7370亿美元，超过了整个加拿大的经济总量。

美国在1982年成立了服务行业联盟，目的是将服务业作为全球贸易规划的一部分，成立一个专门制定服务业自由贸易规则的组织。1994年达成了《服务业贸易总协议》。目前，美国服务业联盟的成员公司在全球的销售总额达到了8000亿美元，在全世界雇佣了230万职员。

香港的多个服务行业居于全球领先地位，而且各个服务业之间紧密配合，为不同行业提供完善的一条龙服务，在全球拥有举足轻重的服务型经济体系。截止2005年，香港现在的服务业，占GDP89%左右，在世界任何城市或国家，其服务业所占GDP的百分比是很高的。香港的服务业优势体现在金融、房地产、物流，还有其它专业的服务，比如像会计、法律、市场推广等等。

以汽车产业为例，当汽车工业进入发展时期，单纯的汽车制造业的投资回报率大约为3%-5%，而围绕汽车的服务业的投资回报率高达7%-15%。虽然还没有实例证明，一个国家特别是一个大国可以在没有强大的制造业扩张情况下保持增长，但几乎没有人否认：在未来，以信息技术产业为主导的服务业将是推动经济增长的主要源泉。

每期售后服务市场监测 2010年5月16日—6月30日

红豆首获“售后服务五星级认证”

红豆成为继2006年中国第一部售后服务标准《商品售后服务评价体系》颁布以来首个获



得五星认证的服装企业。5月18日在服装行业首家“售后服务五星级认证”授牌仪式新闻发布会上，红豆服装荣获“售后服务五星认证证书”，成为中国服装行业首家获得此项荣誉的企业。以红豆服装知名的江苏红豆实业股份有限公司，于2001年1月8日在上海证券交易所上市，“红豆”商标1997年被国家工商局认定为“中国驰名商标”。随着金融危机的洗礼，我国服装行业进入了洗牌阶段，在这种转型阵痛之下，红豆率先谋定，做好售后服务模式，以“一切只为顾客满意”的服务理念，对顾客的反馈进行及时有效地回应与处理，并在一些保修领域高出国家新的“三包”要求，使得顾客总体的满意度高于98.5%，员工的满意度更是达到了100%。（中国新闻网）

“售后服务”概念引入上海公共医疗领域

服务业最普遍的“售后服务”意识正逐步引入公共医疗领域，并为诸多公立医院所重视。作为提高和改善服务质量的重要内容，全国各地都已有医院开始尝试“售后服务”，业内称医疗售后服务是针对患者在就医行为结束后进行的后期维护和保养服务，需要成立专门的组织，配备专业的售后维护和保养人员，制定科学合理的售后制度、定期医疗保健知识的宣讲等。同时在服务流程上需要做到专人接诊、专人检测、专人维护和保养、专人负责档案入柜，专人回访。例如上海市第一妇婴保健院推出一项的名为VIP Package的服务，其针对了在浦东分院美式服务就诊者从孕妇建卡产检开始的个性化服务，分娩之后的新妈妈月子餐调理、新生儿洗护、喂养以及产后三个月宝宝的免费健康体检、智力测评等全方位检查。（《东方网》）

汽车召回是一种正常售后服务

继去年年底丰田大规模召回缺陷汽车产品后，全球汽车召回成风。本田、通用、日产、铃木、大发、标致雪铁龙等汽车厂家在全球范围内纷纷宣布召回。召回的汽车数量少则数千辆，多则数百万辆。对于汽车厂家来说，出现问题并不可怕，可怕的是对消费者漠不关心。丰田汽车之所以陷入信任危机，就是在发现质量问题后，在汽车召回上迟疑不决，慢了一拍，严重影响了其品牌形象。中国从2004年开始实施汽车召回，截至去年底共召回汽车321万余辆，其中2009年汽车召回次数和数量均创历史新高。汽车召回实际上是一种正常的售后服务，从某种意义上说，汽车召回也为汽车企业提供了树立负责任、值得信赖形象的机会，企业实施汽车召回并不是一件丢人的事。（《经济参考报》）

汽车厂商密集推出售后服务品牌

今年以来，东风日产在广州高调发布了“感心服务”售后服务品牌，雪佛兰的售后服务品牌——“金领结服务”正式启动，广汽丰田高调发布“心悦服务”售后服务品牌……汽车企业接连发布售后服务品牌，厂商已经普遍认为：售后服务直接关系到产品销售。目前，汽车企业开始从简单的产品竞争过渡到售后服务的竞争，服务价格、服务效率、服务质量以及顾客对售后服务的体验和满意度，正在成为衡量国内各大汽车厂商综合实力的新标准。全国汽服委副主任兼秘书长陈东升认为，在当前新车型不断涌现、质量和价格差距缩小的情况下，售后服务的优劣直接关系到产品的销售。因此要想驾驭未来汽车市场，建立品牌性的售



每期售后服务事故通报

2010年5月16日—6月30日

美赞臣被指拿孩生命开玩笑 公司售后玩“太极”

有消费者反映：美赞臣奶粉结块，公司售后却玩起“太极”。消费者许小姐反映：所购买的美赞臣的奶粉，回去打开要给孩子食用时，发现奶粉都结块了，像是受潮的样子，于是便去超市要求换货，超市让其联系美赞臣的负责人，但售后方面一天拖一天始终不见人影。美赞臣公司第一种解释是：奶粉受潮是由于牛吃的草不一样，水分也不一样造成的，不是质量问题；第二种解释是：奶粉作为乳制品由于湿度等各方面不同或者是批次出来的效果不同都有可能会出现结块的现象，而至于许小姐的奶粉结块具体是什么原因造成的要做具体了解。

许小姐表示：“他们确实给我更换了奶粉，可是更换的奶粉仍然还是结块的，当我再次要求更换时，

泉州方面却不肯给我换，说是更换过了一次了，这是什么道理啊，他们奶粉出问题了，怎么能以更换过一次就不给我处理，更可笑的是他们还说奶粉受潮是由于牛吃的草不一样，水分不一样造成的，不是质量问题，让我放心给孩子食用，如果孩子食用真出问题了，他们会全权负责的。怎么有这么荒谬的解释啊，这样的奶粉我们怎么敢给孩子食用啊，拿孩子当他们奶粉的试用品啊，真出问题了他们怎么负责啊……”（中华网）

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

电动车售后服务待规范

电动自行车以省力、轻便、快捷受到广大消费者喜爱。但电动自行车质量却良莠不齐，因质量问题造成摔伤的情况屡有发生，又因售后服务不到位，缺乏监管，近来成为投诉热点。南开区消费者陈先生在网选中一款名为“小霸王”的电动车，电动车组装完毕后，陈先生发现图片上电动车有脚踏板而眼前的电动车则没有，引发争议，消协指出实际商品与宣传图片不相符，厂家未尽到经营者应尽义务，后厂家为消费者陈先生退回了车款2600元。河北消费者代先生反映，在行驶途中，车架主体突然断裂，造成骑车人膝关节软组织受损，电动车严重受损，代先生要求，厂家为其更换一辆新车，因受伤所产生的费用暂不追索，消协指出，车架主体断裂是严重的质量问题，会造成人身伤害，正进一步调解。（《天津日报》）



儿童玩具缺失售后服务成“一次性”商品

花数百元买的玩具车，没玩几天就坏了，维修无门只好放着“喷灰”；花上千元买的遥控直升机，螺旋桨掉下来却没地方可修理，只能沦为“废品”……在许多玩具市场发现，由于售后服务缺失，儿童玩具成了“一次性”用品。记者走访玩具市场发现，几百元甚至上千元的儿童玩具屡见不鲜。这些玩具产品的包装和说明上都写着警告事项、充电注意事项，一些还标着安全标识。但是，没有一种产品写有关于玩具的三包等售后服务事项。在一些小玩具店，多数经营者都是直接表示“只管卖不管修”，有店主表示，这些玩具质量没问题，但是批发价很低，厂家不管维修我们也管不了。另一名商家介绍，玩具厂家一般在销售地都只有代理商，而没有维修部门。“如果产品出了质量问题，只能寄回厂家修理。”但是由于市场上卖的玩具不少是广东、浙江生产的，消费者如果要维修，不但要承担邮费，还至少要等上半个月，许多人嫌麻烦而选择放弃。（《株洲晚报》）

家电企业争打售后服务牌 保修包修有陷阱

厂家失信用户埋单的情况正在家电市场上场，竞相延长保修期意图打服务牌的家电企业们，正迎来“这只是一个忽悠”的质疑。国家“三包法”规定，家用冰箱、空调、洗衣机等整机售后包修1年，主要零配件包修3年，在竞争日益激烈的家电行业，这一数字被厂家不断拉长，变成了10年、12年。不过，在承诺的数字前，大多数厂家将包修换成了保修，一字之差，导致在真正维修时消费者和厂家就“是否免费”纠纷不断。而承诺主要部件免费包修的厂家，又被指避重就轻——最关键、故障率高的部件未被列入免费包修的范围。以冰箱为例，记者统计，多个品牌号称10个，甚至13个核心关键部件免费包修12年，主要包括压缩机、继电器、过热保护器、温控器、主控板、电源板、显示板、变频板、磁敏温度开关等部件，“全是些不容易坏的部件。”有着多年冰箱维修经验的王师傅指出，厂家免费包修的部件基本上都是控制系统部件，维修难度和成本都很低，而冰箱最重要、也最容易损坏的两个部件——冷凝器和蒸发器，都不在免费包修里头。（《南方农村报》）

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

商品售后服务评价体系认证有关问答

1、这是什么认证？

答：国务院颁布，温家宝总理签字颁布的《认证认可条例》中明确分类的国家级服务认证。是针对全行业、不同类型企业的服务认证。

由商务部颁布的售后服务评价标准，并由商务部推荐的机构来认证。北京五洲天宇认证中心是唯一机构。

2、认证有什么作用(好处)？

答：(1)权威认证，通过认证的企业，意味着在全国全行业范围的售后服务领先。

(2)扩大市场，打造品牌。让消费者认可。通过认证的企业可在产品及包装上可标识“售后服务认证”星级标志，具有权威的说说服力。

(3)政府采购的必要条件。

(4)达到国家标准，强化企业售后服务水平。

3、认证的流程是什么样的？

答：(1)企业向北京五洲天宇认证中心提出申请，提交申请表和相应资料。

(2)中心市场信息部审查材料，通过申请，与企业签订认证合同。

(3)评审部审查企业的售后服务体系文件。

(4)派遣评审员到企业现场评审。

(5)经评审委员会最后审查通过，颁发售后服务星级认证证书。

4、从申请认证到获证的时间大概需要多久？

答：视企业准备的情况和评审情况，一般来说1-3个月。

5、商品售后服务评价体系认证的费用如何计算？



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《商品售后服务评价体系认证收费标准及人数对照表》。

举例：

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。

6、证书有效期是多久？

3 年。3 年内要进行三次年审（监督评审）。

监督评审的周期是？

答：平均 9 个月一周期。可有 1-2 月的提前、推后。

如果不进行监督评审，或监督评审不通过会怎么样？

暂停或取消证书。

7、年审的费用如何计算？三年后证书到期，还要继续拿证时，费用如何计算？

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：

1200 人规模的企业，在 1176-1550 这一档范围。

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。

不同人数的企业，费用都在表上有明细。

8、问：企业想获得更高的星级，在评分的时候，有没有加分项？

答：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。

9、认证前期需要准备什么?(建议)

(1) 培训5名以上的售后服务管理师(了解标准有关知识);

(2) 提交认证申请表(表上写有需要提交的申请材料);

(3) 与认证中心签订合同，初步约定评审时间;

(4) 对企业目前的售后服务相关体系、制度文件进行梳理，编制成册(可寻求咨询);

(5) 准备好现场评审安排(人员、交通、办公场地等)，与评审组获得充分沟通，确定评审时间。

常见问题：

1、售后服务认证标志谁认同?

答：权威认证标志。国家商务部批准。国家认监委备案。国家商标局注册。国家法规《认证证书和认证标志管理办法》第二十条明确规定允许面向全社会公开使用的服务认证标志。

2、谁认同这个认证?

国务院颁布，温家宝总理签字的《中华人民共和国认证认可条例》明确的国家级服务认证。

国家商务部推荐，面向全社会进行。

3、谁颁布的评价标准?

商务部颁布的售后服务评价标准。

中国售后服务通报 第三期

地址：北京复兴门内大街45号(100801)

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