

CSU

标联国际认证有限公司认证规则

编号：CSU/CSM001-2023

顾客满意度测评认证实施规则

2023年04月24日发布

2023年04月24日实施

标联国际认证有限公司 发布

目录

前 言.....	4
1 目的和范围.....	5
2 规范性文件.....	5
3 认证依据.....	5
4 术语和定义.....	5
4.1 现场审核.....	5
4.2 现场见证（验证）.....	5
4.3 现场评价.....	5
5 认证类型.....	5
6 认证委托.....	5
6.1 认证申请.....	5
6.2 认证受理及评审.....	6
7 审核活动启动.....	7
7.1 审核方案.....	7
7.2 审核组的委派.....	7
7.3 确定审核人日.....	8
7.4 编制审核计划.....	8
7.5 审核前培训.....	8
8 审核实施.....	8
8.1 文件评审.....	8
8.2 顾客满意度测评认证.....	8
8.3 现场审核.....	8
8.4 书面报告.....	12
8.5 认证决定.....	12
8.7 评定结论.....	14
8.8 获证后监督.....	15
8.9 再认证.....	15
9 证书注册及证后管理程序.....	16
9.1 认证证书编号规则.....	16
9.2 认证证书有效期.....	16
9.3 认证证书内容.....	16
9.4 认证证书的变更.....	16
9.5 扩大和缩小认证范围.....	16
9.6 证书的暂停、注销和撤销.....	16
10 认证标志.....	17
10.1 认证标志的使用.....	17
10.2 准许使用的标志样式.....	17
10.3 对误用证书、标志情况的处理.....	18
11 保密.....	18
12 申诉/投诉、争议及处理.....	18
13 认证责任.....	18
14 公告.....	18
附 录 A：评价方法.....	19

附录 B：测评要素 20

附录 C：评分指南 21

附件：顾客满意度测评认证阅卷指南

前言

本规则依据 GB/T 19039-2009《顾客满意度测评通则》，由标联国际认证有限公司编制。

1 目的和范围

本规则用于规范标联国际认证有限公司（简称 CSU）开展顾客满意度测评认证规则活动。为规范顾客满意度测评认证活动，保证认证质量、认证活动的规范有效，提高组织的服务，实现可持续发展，特制定本规则。

2 规范性文件

GB/T 19039-2009 《顾客满意度测评通则》

GB/T 19038-2009 《顾客满意测评模型和方法指南》

3 认证依据

GB/T 19039-2009 《顾客满意度测评通则》

4 术语和定义

4.1 现场审核

CSU 指派审核组到受审核方或获证组织所在办公地点进行管理体系运行的符合性进行审核；

4.2 现场见证（验证）

现场见证是针对受审核方或获证组织为满足相关方利益诉求、实现组织目标和处置组织风险所实施的关键活动而进行的，对关键活动的执行过程进行跟踪见证；现场验证是针对关键活动所采取的关键技术而进行的，以验证这些技术措施的功能能够得到实现。

4.3 现场评价

现场评价包括现场审核和现场见证（验证），这两种形式的评价可以同时进行，也可以分开进行，主要考虑受审核方现场见证（验证）所需要的条件和环境。

5 认证类型

认证类型分为初次认证，监督审核和再认证审核。

为满足认证的需要，可能实施特殊审核（提前较短时间通知的审核），为调查投诉、对变更做出回应或对被暂停的客户进行追踪，可能需要在提前较短时间通知获证组织或不通知获证组织就对其进行审核；

6 认证委托

6.1 认证申请

6.1.1 认证申请组织的基本条件

1) 申请组织应具有明确的法律地位，取得国家工商行政管理部门或有关机构注册登记的法人资格（或其组成部分）；

2) 在国家地方或行业有要求时, 申请组织应具有规定的行政许可、资质, 其申请认证范围应在法律地位文件和资质规定的范围内;

3) 申请组织应按认证标准要求建立了体系与实施所需的文件化信息, 一般情况下体系需有效运营 3 个月以上;

4) 申请组织近一年内, 未受到政府主管部门行政处罚, 且未被列入国家信用信息严重失信主体名录, 如发生提供整改证据;

5) 申请组织承诺遵守国家的法律、法规其他要求, 承诺始终遵守认证的有关规定, 承诺按合同约定和法律规定承担与认证有关的相关法律责任。

6.1.2 申请材料

客户申请认证时应提交正式书面申请, 如实填写认证申请书, 并同时提交以下材料:

1) 具有独立法人资格;

2) 具有较强的行业影响力;

3) 具有较完善的管理制度健全, 符合国家和地方的法律法规及标准规范要求, 近三年无重大质量、安全和环境污染事故;

4) 有完善的供应商管理体系, 建立健全的供应商认证、选择、审核、绩效管理和退出机制;

5) 对实施顾客满意度管理有明确的工作目标、思路、计划和措施。。

6.2 认证受理及评审

6.2.1 CSU自收到认证申请后对申请材料的完整性、有效性进行评审, 确保:

1) 认证过程所需的客户信息是充分的, 足以建立审核方案;

2) 认证机构和客户之间任何已知的理解上的分歧已经得到解决, 包括在相关标准或规范性文件方面达成一致;

3) 申请组织的行业类别和与之相对应的顾客满意度测评认证管理要求;

4) 认证范围得到确定;

5) 认证机构有能力并能够实施认证活动;

6) 确定复杂程度, 同质量管理体系复杂程度;

7) 确定所需的人日。

6.2.2 受理结论

CSU 受理认证申请: 申请获得受理后, CSU 将与客户签订具有法律效力的书面认证合同, 明确法律责任与义务。

CSU不受理认证申请：当申请方不满足申请条件的CSU将不予受理，待条件具备时再申请。应记录拒绝的原因并告知申请组织。

7 审核活动启动

7.1 审核方案

7.1.1 证书有效期为3年，认证周期自初始认证或再认证的认证决定日算起。CSU由专职人员负责针对每个客户策划整个认证周期的审核方案，以清晰的识别所需的审核活动用以证实客户的认证依据的要求。认证周期的审核方案应覆盖全部认证依据的要求。

7.1.2 审核方案包括：初始审核、每年一次的例行监督审核和证书到期前的再认证审核。审核方案的确定和任何后续调整都应考虑客户的规模、认证范围与复杂程度，以及经过证实的工作水平和以前审核的结果。

7.1.3 监督审核应至少每年进行一次且两次审核的时间间隔不得超过12个月。

7.2 审核组的委派

7.2.1 审核方案管理人员负责委派审核组，决定审核组的规模和组成时，应考虑下列因素：

- 1) 审核目的、范围、复杂程度、准则和预计的审核时间；
- 2) 实现审核目的所需的审核组的整体能力；
- 3) 认证要求（包括任何适用的法律、法规或合同要求）；
- 4) 语言和文化；
- 5) 审核组成员以前是否审核过该受审核组织。

7.2.2 认证审核人员必须取得顾客满意度测评人员注册资格，并经评价具备相应资格与能力的人员。

7.2.3 如果仅有一名审核员，该审核员应有适用于该审核的审核组长职责且具备相应认证领域的资格，能够了解该审核使用的其他标准。

7.2.4 审核组所需的知识和技能可以通过技术专家补充。技术专家应在审核员的指导下工作。技术专家可就客户业务过程中技术充分性事宜为审核员提供建议，但不能作为审核员。

7.2.5 审核委任至少应包括以下内容：

- 1) 审核目的：说明审核要完成的任务。
- 2) 审核依据：包括规范性文件的要求，如认证依据和相关的法律法规，以及由客户制定的顾客满意度测评认证的过程和文件；
- 3) 审核范围和边界；
- 4) 现场审核活动时间；
- 5) 审核组成员信息。

7.3 确定审核人日

CSU 应根据申请组织的规模、特性、复杂程度、管理体系涵盖的范围、认证要求和其承担的风险等因素核算并确定审核人日，以确保审核的充分性和有效性，申请组织场所为一个的审核人日 1.5 人日，每增加审核一个场所增加 0.5 人日现场审核时间。将确定后的人日数记录在审核方案中。

7.4 编制审核计划

审核组长接到审核委任后编制现场审核计划，审核计划应向每个审核组成员分配对特定过程、职能、场所、区域或活动实施审核的职责。所进行的分配应考虑到所需的能力、有效并高效地使用审核组以及审核员和技术专家的不同作用和职责。在审核进程中，为确保实现审核目的，可以改变工作分配。审核计划至少应包含以下内容：

- 1) 拟实施现场审核的活动、日期和场所，
- 2) 现场审核活动预期的时间和持续时间；
- 3) 分配的审核人员及审核内容。

7.5 审核前培训

审核组在实施现场审核前应由专业审核员/技术专家对其他组员进行专业培训，并确认受审核组织选用法律、法规、标准的适宜性。

8 审核实施

8.1 文件评审

在实施现场审核前，审核组应对认证申请组织的管理文件进行审核，以验证文件符合认证依据的要求，并评审文件的适宜性和充分性。

8.2 顾客满意度测评认证

审核组应按照确定审核准则，对受审核组织的顾客满意度测评进行审核，其目的是证实顾客满意度测评持续符合认证技术规范要求的能力。顾客满意度测评认证审核至少需确认以下内容：

- 1、确定测评范围；
- 2、确定测评指标；
- 3、确定测评方法；
- 4、获取测评数据；
- 5、数据处理；
- 6、编写测评报告；
- 7、测评结果的应用。

8.3 现场审核

现场审核从首次会议开始至末次会议结束，现场审核至少包括以下内容：

- 1) 召开首次会议
- 2) 收集并验证审核证据。
- 3) 就审核情况进行必要的沟通。
- 4) 确认审核发现。
- 5) 末次会议

8.3.1 首次会议

审核组应与客户的管理层（适用时，还包括拟审核职能或过程的负责人员）召开正式的首次会议。并予以记录。首次会议通常应由审核组长主持，会议目的是简要解释将如何进行审核活动。首次会议的详略程度可与客户对审核过程的熟悉程度相一致，并考虑下列方面：

- 1) 介绍参会人员，包括简要介绍其角色。
- 2) 确认申请认证等级/范围；
- 3) 确认审核计划（包括审核的类型、范围、目的和准则）及其任何变化，以及与客户的其他相关安排，例如末次会议的日期和时间，审核期间审核组与客户管理层的会议的日期和时间；
- 4) 确认审核组与客户之间的正式沟通渠道；
- 5) 确认审核组可获得所需的资源和设施；
- 6) 确认与保密有关的事宜；
- 7) 确认适用于审核组的相关的工作安全、应急和安保程序；
- 8) 确认可得到向导和观察员及其角色和身份；
- 9) 报告的方法，包括审核发现的任何分级；
- 10) 说明可能提前终止审核的条件；
- 11) 确认审核组长和审核组代表认证机构对审核负责，并应控制审核计划（包括审核活动和审核路径）的执行；
- 12) 适用时，确认以往审核的发现的状态；
- 13) 基于抽样实施审核的方法和程序；
- 14) 确认审核中使用的语言；
- 15) 确认在审核中将告知客户审核进程及任何关注点；
- 16) 让客户提问的机会。

8.3.2 现场审核，收集和验证信息

在审核中应通过适当的抽样来收集与审核目的、范围和准则相关的信息（包括与职能、活动和过程之间的接口有关的信息），并对这些信息进行验证，使之成为审核证据。

审核信息收集方法应包括：

- 1) 面谈；
- 2) 对过程和活动进行观察；
- 3) 审核文件和记录。

8.3.3 审核中的沟通

1) 审核组内部沟通：

在审核中，审核组应评估审核的进程，并沟通信息，审核组长应在需要在审核组成员之间重新分配工作。

2) 与受审核组织沟通

a) 审核组应在每天审核结束后安排与受审核组织的沟通，将审核进程及任何关注告知受审核组织。

b) 末次会议前审核组应与受审核组织的高层管理人员进行沟通，通报审核发现。

3) 与认证机构的沟通

a) 当可获得的审核证据显示审核目的无法实现，或显示存在紧急和重大的风险时，审核组长应向受审核组织和 CSU 审核部报告这一情况以确定适当的行动。该行动可以包括重新确认或修改审核计划，改变审核目的或审核范围。

b) 如果在现场审核活动的进行中发现需要改变审核范围，审核组长应与受审核组织审核该需要，并报告 CSU 审核部，审核部应及时给出是否同意改变审核范围的结论和必要的后续措施。

8.3.4 确定和记录审核发现

审核记录的作用：审核记录的作用在于为其所审核的管理体系能否满足认证标准的要求和预期结果，提供充分且适宜的审核证据。它客观地反映了审核员在审核的现场依据审核策划的安排执行审核任务、获取审核证据的全过程。

1) 审核员在记录审核发现时应简述符合性，并予以记录和报告，以便为认证决定或保持认证提供充分的信息。

2) 可以识别和记录改进机会，但是属于扣分项审核发现不应作为改进机会予以记录。

3) 关于扣分项的审核发现，审核员应对照审核准则的具体要求予以记录，包含对扣分项的清晰陈述，并详细标识扣分项所基于的客观证据。应与受审核组织讨论扣分项，以确保证据准确且扣分项得到理解。

4) 审核组长应尝试解决审核组与受审核组织之间关于审核证据或审核发现的任何分歧意见，未解决的分歧点应在书面报告中予以记录。

8.3.5 准备审核结论

在末次会议前，由审核组长负责，召集审核组准备审核结论。审核组应：

- 1) 对照审核目的审核发现和审核中收集的任何其他适用的信息；
- 2) 考虑审核过程中内在的不确定性，就审核结论达成一致；
- 3) 确定任何必要的跟踪活动；
- 4) 确认审核方案的适宜性，或识别任何所需要的修改（审核时间或日期、监督频次、能力）。

现场评审结论通常有以下三种：

- 1) 推荐/保持申请等级认证注册：审核结果达到相应申请认证等级要求；
- 2) 推荐降级认证注册：审核结果评价不满足相应星级要求，进行降级评定通过处理；
- 3) 不推荐/暂停、撤销认证注册：审核结果发现认证申请组织存在严重问题，经整改仍不能达到最低星级要求。

8.3.6 终止审核

发生以下情况时，审核组应向 CSU 报告，经同意后终止审核：

- 1) 客户对审核活动不予配合，审核活动无法进行；
- 2) 客户实际情况与申请材料有重大不一致；
- 3) 其他导致审核程序无法完成的情况。

8.3.7 末次会议

应与客户的管理层（适用时，还包括所审核的职能或过程的负责人员）召开正式的末次会议，并记录参加人员。末次会议通常由审核组长主持，会议目的是提出审核结论，包括关于认证的推荐性意见。

8.3.7.1 末次会议还应包括下列内容，详略程度应与客户对审核过程的熟悉程度一致：

- a) 向客户说明所获取的审核证据基于对信息的抽样，因而会有一定的不确定性；
- b) 进行报告的方法和时间表，包括审核发现的任何分级；
- c) 客户为审核中发现的任何扣分项；
- d) 认证机构在审核后的活动；
- e) 说明投诉和申诉处理过程。

8.3.7.2 客户应有机会提出问题。审核组与客户之间关于审核发现或结论的任何分歧意见应得到讨论并尽可能获得解决。任何未解决的分歧意见应予以记录并提交 CSU。

8.4 书面报告

8.4.1 总则

审核组应为每次审核提供书面结论。结论应包括正面及负面的描述。审核组可以识别改进机会，但不应提出具体解决办法的建议。CSU将书面审核结论提交客户，并保留签收或提交的证据。

8.4.2 编制书面报告

审核组应根据顾客满意度测评认证要求将审核的结果形成审核结论，编制结论并在规定的时间内完成并提交审核材料。编制结论应准确、简明和清晰地描述审核活动的主要内容，至少包括以下内容：

1) 申请组织的名称和地址。

2) 申请组织活动范围和场所。

3) 审核组组长、审核组成员。

4) 审核活动的实施日期和地点，包括固定现场和临时现场；对偏离审核计划情况的说明，包括对审核风险及影响审核结论的不确定性的客观陈述。

5) 叙述审核过程及各项要求的审核情况。

6) 审核组对是否通过认证的意见建议。

8.4.3 审核组长应将完整的书面报告提交CSU。审核组长对书面报告中所有内容负责，书面报告所有权属于CSU。

8.5 认证决定

8.5.1 技委会组织认证决定、复核人员对审核组提交的审核材料进行复核，审核材料符合要求后，做出认证决定。

8.5.2 认证决定的要求

认证决定人员应当及时作出认证结论，保证其客观、真实并承担相应法律责任。公司及其认证人员不得出具虚假或者严重失实的认证结论，详见《授予、拒绝、保持认证、扩大或缩小认证范围、更新、暂停、恢复或者撤销认证规定》的相关要求。

8.5.3 认证决定时机

认证决定人员在不符合项关闭并有验证结果，且审核案卷满足齐套性要求后，3个工作日内做出认证决定，生成《阅卷审议评定记录表》；

公司应在获得相关信息并调查核实后 1-5 个工作日内暂停、恢复或撤销其认证证书。

8.5.4 认证决定内容

8.5.4.1 审核任务书及审核计划：

审核任务书及审核计划应内容完整，日期逻辑关系正确；可能出现由于审核任务调整而存在多项审核任务书和计划的情况，应对最终确定的审核任务书进行审查，关注过程性记录。

1) 由审核组长编制，受审核方对计划应确认，由申请方盖章；时间逻辑正确；被见证组长的审核计划还需有见证组长进行确认；

2) 审核范围、审核人日、专业小类的划分需遵循审核任务书，否则，应有说明；

8.5.4.2 审核记录评定应关注：

1) 是否按计划完成了所有部门、区域、过程的审核，条款是否有遗漏，专业审核员是否审核了专业过程；

2) 每个条款的审核内容和记录是否为审核发现/结论提供足够的证据，审核记录是否有可追溯性；

3) 抽样是否体现了抽样对象的全信息、分层、随机、一定数量原则；

4) 检查表中不符合要求的审核发现，应有相应的处置（不合格报告、沟通等）。且记录清楚完整，对不符合事实描述在记录中可追溯，标识正确；

5) 同组审核（级别审核员）是否有各自记录；

6) 可初步判断其专业过程，与受审核方体系文件描述一致；多产品、多个分现场时，审核记录中反应的证据能支撑认证范围；

7) 审核记录的详略，不能一概而论，要依据产品/服务的特点有所侧重；

8) 监督审核必查条款涉及的过程活动；

9) 查审核组审核员（包括技术专家）本人，是否在检查表的首页签字以证实该审核组成员均按审核计划实施有效实施。

10) 监督或再认证时应有上次不合格整改的有效性、证书、标志使用的情况的记录；

11) 企业/品牌形象：企业/品牌总体形象、企业/品牌知名度、企业/品牌特征显著度；

12) 顾客预期：总体质量预期、可靠性预期、个性化预期；

13) 产品质量感知：总体产品质量感知、产品质量可靠性感知、产品功能适用性感知、产品款式感知；

14) 服务质量感知：总体服务质量感知、有形性质量感知、可靠性质量感知、保证性质量感知、响应性质量感知、关怀性质量感知；

15) 价值感知：给定质量下对价格的评价、给定价格下对质量的评价、与同层次竞争对手相比下对价格的评价；

16) 顾客满意：总体满意程度、实际感受同预期服务水平相比下的满意程度、实际感受同理想服务水平相比下的满意程度、实际感受与同层次竞争对手相比下的满意程度；

17) 顾客抱怨：顾客抱怨与否、顾客投诉与否、投诉处理满意程度；

18) 顾客忠诚：重复接受服务的可能性、向他人推荐的可能性、价格变动忍耐性。

8.5.4.4 体系覆盖范围的确定

审核任务书给出的覆盖范围是初评结果，不是最终确定的覆盖范围。覆盖范围即证书描述的认证范围，以审核组长提交的《认证证书确认表》中，与受审核方确认后填写的范围为

准。审核组长现场及末次会议确定的体系覆盖范围应与《认证证书确认表》中的范围相一致。组长确定体系覆盖范围时，应依据组织的生产状况，考虑体系覆盖范围中的产品及组织能力。

8.5.4.5 审核报告内容确定

报告内容要求审核记录相符；报告是否基于审核记录做出的结论；

审核报告由审核组长编写，应：

1) 内容完整、正确（包括签字）；

2) 有针对性，可初步判断反映本组织专业和运营情况，与行业和受审核方体系文件描述一致；注意审核组界定的认证范围是否合理准确；

3) 审核组的推荐性结论明确；

8.6 认证决定条件

8.6.1 授予认证

申请组织符合下列条件的，经案卷复核符合评定要求，认证决定人员可批准授予认证：

通过现场审核，证实申请组织已按标准要求建立的管理体系，且管理体系能够得到有效实施和保持；

认证审核过程符合认证准则和认可规范的相关要求；

产品和服务质量符合规定要求或有关法律法规要求；

申请认证组织对审核组所开具的不符合实施纠正和纠正措施并验证有效；

申请认证组织已经知晓并履行了与认证活动相关的责任和义务。

8.6.2 拒绝

符合下列条件的，认证决定人员不能批准认证：

申请组织未按标准要求建立管理体系，或管理体系未得到有效实施和保持；

有证据表明，申请组织提供的信息是不真实或涉嫌欺骗；

未按照公司规定的时间完成整改，或提交整改措施；所提交的整改措施未满足认证要求；

审核证据不完整、不充分或与实际情况不符，无法做出“批准”的认证决定；

审核组长在审核结束或不符合关闭后，审核案卷超期，导致认证决定人员无法做出认证决定；

申请组织未履行与认证活动相关的责任和义务；

其它不符合认证规则或认证要求的事项。

8.7 评定结论

对经评定合格的认证申请组织，颁发认证证书。

对经评定不合格的认证申请组织，应做出不予以认证注册的决定，并将不能注册的原因书面通知认证申请组织。

8.8 获证后监督

8.8.1 监督审核原则

1) 为确保客户提供的持续满足认证要求, 在证书有效期内, 进行2次例行的监督审核。初次认证后的第一次监督审核应在获证后12个月内进行。此后, 监督审核应至少每个日历年(应进行再认证的年份除外)进行一次。正常情况下第二次监督审核应从第一次监督审核结束日期起12个月内进行, 特殊情况可以适当延长, 但两次监督审核的时间间隔不能超过15个月。

当发生下述情况时, 可考虑增加监督频次:

- a) 客户出现重大问题、业务中断事故、媒体曝光或顾客投诉并造成较大影响, 经证实为客户责任的;
 - b) 客户发生重大变更时, 包括法人、组织机构、相关职能、服务资源等;
 - c) 认证依据发生变化时;
 - d) 发生其他特殊情况时;
- 2) 在认证证书有效期内的监督审核必须覆盖管理体系认证范围内的所有业务活动;
- 3) 标准中对顾客满意度测评认证过程有决定作用的条款每次监督审核都需要抽到。

8.8.2 监督审核至少包括以下内容:

- a) 客户的代表性区域和活动, 包括绿顾客满意度测评认证运行的主控部门;
- b) 依据关键绩效目标和指标对绩效进行的监视、测量、报告和评审;
- c) 组织的任何变更;
- d) 组织开展的持续改进活动;
- e) 顾客投诉的处理;
- f) 认证证书、标志的使用情况;
- g) 持续的运作控制

8.8.3 监督审核结论

- 1) 审核结果满足所获认证要求时, 推荐保持认证。
- 2) 在监督审核中发现问题, 客户应分析原因, 不能满足要求时暂停认证或撤销认证资格, 适用时, 做出同意恢复认证资格的决定。

8.9 再认证

在认证证书有效期满前3个月, 对于提出需要继续使用认证证书的证书持有人, 应对其实施并完成再认证活动。再认证程序与初次认证相同, 再认证的内容主要包括: 评价获证组织是否持续满足顾客满意度测评认证标准和相关的认证规范性文件的所有要求, 顾客满意度

测评认证范围内任何变更、认证证书及标志的使用、以往不符合项的验证、顾客满意度测评认证运行所取得的绩效。

在对客户的日常监督中，发现客户的出现严重影响体系运作的重大变更或中断时，或对客户的投诉分析和其他信息表明客户不再满足认证要求时，将安排特殊审核或与客户商定提前安排再认证审核。

9 证书注册及证后管理程序

9.1 认证证书编号规则

9.1.1 认证证书的注册号/证书编号的格式

- a)对同一个组织实施的同一个体系认证或产品认证，赋予一个认证证书编号；
- b)证书编号，由标准代号、年份号、证书的累计顺序号和后缀构成(如：SMS2300001R0S)。

9.2 认证证书有效期

认证证书的有效期为 3 年。有效期内，认证证书的有效性依据的获证后定期监督结果获得保持。

9.3 认证证书内容

认证证书内容至少应标明客户/经营场所名称、地址、认证依据的实施规则/标准、证书编号、发证机构名称、签名、发证日期、证书有效期，认证标志等内容。

9.4 认证证书的变更

获证后，当涉及认证证书内容或认证依据发生变化时，客户应向 CSU 提出变更申请，经 CSU 评定后通过后换发证书。换发证书应注明发证日期和换证日期。

9.5 扩大和缩小认证范围

当客户提出不再保留某个认证范围时，应提出书面申请，CSU 确认后换发新证书，并将原证书收回，并进行公告。

9.6 证书的暂停、注销和撤销

当客户发生违反本规则以及其他有关要求时，按规定暂停、注销和撤销认证证书。

9.6.1 暂停认证资格

客户有下列情况之一的，将暂停其认证资格，暂停期最长不超过 6 个月，并以适当的方式进行公布：

- a) 客户不按期接受认证监督的，或客户联系方式变更未及时通知 CSU，导致无法联系不能实施监督审核时；
- b) 监督审核发现客户能力达不到认证要求的；
- c) 认证证书和认证标志使用不当的；

- d) 顾客对客户的产品有严重投诉，经查属实的；
- e) 未按时交纳认证费用的。

CSU 对做出暂停认证资格、暂停认证标志使用的证书持有人，要求其在规定的时间内完成纠正措施并经 CSU 验证。经验证合格的，恢复其认证资格，准许使用认证标志。经验证不合格的，将撤销其认证证书、停止使用认证标志，并对外公告。

CSU 应根据上述不符合产生的原因，对客户的证书进行部分暂停或全部暂停的处置，必要时应缩小证书范围。

9.6.2 撤销认证资格

客户有下列情况之一的，将撤销其认证资格，并以适当的方式进行公布：

- a) 客户产品质量严重下降出现重大质量事故，给顾客造成损害的；
- b) 采取不正当手段骗取认证证书的；
- c) 转让认证证书、认证标志的；
- d) 拒不交纳认证费用的。

9.6.3 注销认证资格

客户有下列情况之一的，将注销其认证资格，并以适当的方式进行公布：

- a) 由于认证依据和技术条件的变更，客户达不到新要求的；
- b) 认证有效期届满，客户不再提出再次认证申请的；
- c) 客户由于经营等原因自动提出放弃认证资格的。

10 认证标志

10.1 认证标志的使用

客户通过认证并获得认证证书后，可以在认证范围内使用认证标志。并应当遵守以下规定：

- a) 建立认证标志的使用和管理制度，对认证标志的使用情况如实记录和存档；
- b) 保证使用认证标志的产品符合认证要求；
- c) 在广告、项目介绍等宣传材料中正确地使用认证标志、不得利用认证标志误导消费者；
- d) 接受国家认证认可监督管理委员会、各地质检行政部门和 CSU 对认证标志使用情况的监督审核；
- e) 当认证证书被暂停、注销或撤消认证时，应停止使用认证标志和发放带有认证标志的所有文件和宣传资料；
- f) 除了认证证书，客户还可以使用认证铜牌以示组织通过相应等级的认证。

10.2 准许使用的标志样式

根据认证结果允许客户使用的认证标志如下所示，标志的制作和使用应符合 CSU 的相关规定。

10.3 对误用证书、标志情况的处理

对认证证书、认证标志存在误导性使用行为的证书持有人，CSU 应视情况要求其采取纠正措施或做出撤消认证证书和认证标志、公布违规行为以及进一步采取法律措施的决定。误用认证证书和标志的类型及对误用认证证书和标志的处理见 CSU《认证证书管理程序》中规定。

11 保密

CSU 承诺为认证组织保密（提前告知认证组织的需公开信息除外）。对认证组织的保密信息如需公开或向第三方提供时，将拟提供的信息提前通知认证组织（法律限制除外）。

如有证据表明，CSU 因认证接触受审核方的商业、技术秘密，而泄露给第三者（法律规定除外），承担相应法律责任。

12 申诉/投诉、争议及处理

对 CSU 或审核人员违反国家认证法律、法规、认可机构有关规定、缺乏公正性及对认证的评价结果等有异议时，可以向 CSU 提出申诉、投诉。

CSU 将在 30 工作人日内将处理情况以书面的方式给予答复。

对 CSU 申诉/投诉和争议的处理有异议时可向国家认证认可监督管理委员会等有关部门进一步申诉/投诉。

具体执行《投诉、申诉和争议处理程序》

13 认证责任

13.1 CSU 及其认证决定人员应当对其做出的认证结论负责。

13.2 CSU 及所委派的审核员/审核组应对现场审核结论负责。

13.3 客户应对其所提交的申请资料的真实性、合法性负责。

14 公告

对获得认证、暂停、恢复、撤销的组织，在 CSU 认证网站上公布。

附录 A：评价方法

A 评价方法

根据评分结果评定组织顾客满意度测评水平，并以不同级别区分优质程度：对于评分达到 65 分以上（含 65 分），按照以下要求进行级别划分：

- a) 达到 65 分（含 65），五星级顾客满意度测评；
- b) 达到 70 分（含 70），六星级顾客满意度测评；
- c) 达到 75 分（含 75），七星级顾客满意度测评；
- d) 达到 80 分（含 80），八星级顾客满意度测评；
- e) 达到 85 分（含 85），九星级顾客满意度测评；
- f) 达到 90 分（含 90），十星级顾客满意度测评。

附录 B：测评要素

顾客满意度测评认证评分项与分值

一级指标	二级指标	三级指标	分值	
顾客满意度测评 (100分)	确定测评范围 (5分)	/	5分	
	确定测评指标 (5分)	/	5分	
	确定测评方法 (10分)	/	10分	
	获取测评数据 (50分)	确定抽样总体和抽样方法		10分
		确定获得数据方法		10分
		设计问卷		15分
		收集数据		15分
	数据处理 (15分)	准备数据		5分
		确定数据统计分析方法		5分
		统计与分析		5分
	编写测评报告 (5分)	/	5分	
	测评结果的应用 (10分)	/	10分	

表 C

附录 C：评分指南

顾客满意度测评评价评分指南

C.1 概述

本附录规定了顾客满意度测评认证的评分要求，见表 C.1。

顾客满意度测评评分要求

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；
	■ 在该评分项要求中没有或有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有极少的相关数据信息，或对比性信息
20%~40%	■ 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%	■ 在该评分项要求的大多数方面有改进和（或）良好水平；
	■ 在该评分项要求的大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%	■ 在该评分项要求的大多数方面有改进趋势和（或）良好水平；
	■ 在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；
	■ 在该评分项要求中获得大量相关数据，或对比性信息。
80%~100%	■ 在该评分项要求的大多数方面，当前结果/水平/绩效达到优良水平；
	■ 在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。

表 C.1

C.2 评价要点说明

C.2.1 基本原则

a) 应当评审评分项中的所有方面，特别是对组织具有重要性的方面，即：应考虑在顾客满意度测评中对关键因素因素的重要度。

b) 给一个评分项评分时，首先判定哪个分数范围总体上“最适合”企业在本评分项达到的水平。总体上“最适合”并不要求与评分范围内的每一句话完全一致，允许在个别要素上有所差距。

c) 顾客满意度测评的水平是依据对评价准则中所有要素的综合评价的结果，并不是专门针对某一个要素进行评价或对每一个要素评价后进行平均的结果。

d) 在适合的范围内，实际分数根据顾客满意度测评的水平与评分要求相接近的程度来判定。