

中元国际认证（深圳）有限公司 Zhongyuan International Certification (Shenzhen) Co.,Ltd.	文件编号：ZY-ESBC-R-001
	文件版本：B/0
品牌服务认证实施规则	生效日期：2025.06.16
	页数：1

版本 / 版次	修订内容	修订日期	修订人
B/0	根据认监委 2025 年第 9 号公告修订完善	2025. 05. 20	***

文件批准发布

批准		日期	
审查		日期	
编制	***	日期	2025. 05. 20

中元国际认证（深圳）有限公司 Zhongyuan International Certification (Shenzhen) Co.,Ltd.	文件编号：ZY-ESBC-R- 001
	文件版本：B/0
品牌服务认证实施规则	生效日期：2025.06.16
	页数：2

目录

1 适用范围	3
2 对认证机构的基本要求	5
3 对认证人员基本要求	5
4 认证依据	6
5 认证领域划分及认证模式	6
5.1 认证领域的划分	6
5.2 认证模式	6
6 初次认证程序	7
6.1 认证申请	7
6.2 受理认证申请	7
6.3 审查策划	9
6.4 实施审查	11
6.5 审查报告	15
6.6 不符合项（整改项）的纠正和纠正措施及其结果的验证	15
6.7 结合审查	16
6.8 补充审查	16
6.9 认证复核及认证决定	16
7 监督审查程序	17
8 再认证程序	19
9. 证后变更程序	20
10 认证证书状态管理要求	21
11 认证证书及认证标志要求	23
12 受理转换认证证书	24
13 申投诉的处理	24
14 认证记录的管理	24
15 其他	24
附件：《品牌服务评分细则》	23

中元国际认证（深圳）有限公司 Zhongyuan International Certification (Shenzhen) Co.,Ltd.	文件编号：ZY-ESBC-R-001
	文件版本：B/0
品牌服务认证实施规则	生效日期：2025.06.16
	页数：3

本认证实施规则的具体内容与认证认可业务信息统一上报平台保持同步更新，鉴于知识产权保护相关规定，若需查阅详细内容，需向本机构提出权限申请，经审核通过后方可获取查看权限。

中元国际认证（深圳）有限公司 Zhongyuan International Certification (Shenzhen) Co.,Ltd.	文件编号：ZY-ESBC-R-001
	文件版本：B/0
品牌服务认证实施规则	生效日期：2025.06.16
	页数：4

1 适用范围

1.1 本规则是中元依据认证认可相关法律法规、结合相关技术标准，对品牌服务认证（简称 ECBE）项目的实施过程作出的规定，明确对认证过程的管理责任，保证品牌服务认证项目的认证活动的规范有效。

中元国际认证（深圳）有限公司 Zhongyuan International Certification (Shenzhen) Co.,Ltd.	文件编号：ZY-ESBC-R-001
	文件版本：B/0
品牌服务认证实施规则	生效日期：2025.06.16
	页数：5

1.2 本规则适用于中元国际认证（深圳）有限公司（以下简称“中元”或“本机构”）开展品牌服务认证项目的认证活动，中元应当遵守本规则。

1.3 本规则替代原品牌服务认证活动所依据的规则：CTS ZYSCR001-2024《无形资产和土地服务认证技术规范》+ZY-ESBC-RC-001《品牌服务评价认证要求》，自本规则正式生效之日起，品牌服务认证所依据的原规则不再适用。

1.4 本规则是中元根据认监委【2025年第9号】公告及认秘函【2025】12号文件要求，基于原规则的管理要求而制订，认证评价依据及认证审核过程核心管理要求没有实质性变化，不影响原获证组织服务系统运行的有效性、不影响原证书认证审核过程和结果的有效性，本规则发布实施后按照原规则颁发的证书继续有效，无须因此对原证书做变更性处理，只须在监审或再认证时按本规则要求实施即可。

2 对认证机构的基本要求

2.1 获得国家认监委批准，取得无形资产和土地服务认证领域资质。

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

2.3 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）、审查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。

2.4 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查的审查员及其他人员的薪酬挂钩。

3 对认证人员基本要求

参与 ECBE 服务认证人员应符合以下条件：

（1）审查人员条件

- a) 取得中国认证认可协会（CCAA）的一般服务认证注册审查员资格；
- b) 服务审查人员通用能力评价合格；
- c) 经过 ECBE 认证专业能力培训并考核合格。

（2）认证管理（规则制定、申请评审、方案管理、认证复核、认证决定、能力评价等）

人员条件

- a) 服务认证人员通用能力评价合格；

中元国际认证（深圳）有限公司 Zhongyuan International Certification (Shenzhen) Co.,Ltd.	文件编号：ZY-ESBC-R- 001
	文件版本：B/0
品牌服务认证实施规则	生效日期：2025.06.16
	页数：6

b) 经过 ECBE 认证专业能力培训并考核合格。

4 认证依据

4.1 依据标准：GB/T 27925-20111《商业企业品牌评价与企业文化建设指南》。

5 认证领域划分及认证模式

5.1 认证领域的划分

依据GB/T 27925-20111《商业企业品牌评价与企业文化建设指南》开展的品牌服务认证主要是围绕无形资产服务的品牌服务的管理和服务特性的审查，基于国家认监委对服务认证类别的划分准则GB/T 7635.2，品牌服务认证划分到SC01无形资产和土地服务认证领域。

5.2 认证模式

5.2.1 认证模式

参照 GB/T 27027《合格评定 服务认证模式选择与应用指导》中服务认证模式选择与应用的指导原则，考虑到品牌服务所处的业态、接触方式和服务特性结构风险，以及服务认证审查测评人员的能力及可行性，品牌服务认证模式主要包括如下方式：

- (1) 公开的服务特性检验，简称模式 A；
- (2) 神秘顾客（暗访）的服务特性检验，简称模式 B；
- (3) 公开的服务特性检测，简称模式 C；
- (4) 神秘顾客（暗访）的服务特性检测，简称模式 D；
- (5) 顾客调查，简称模式 E；
- (6) 服务足迹测评，简称模式 F；
- (7) 服务能力确认或验证，简称模式 G；
- (8) 服务设计审核，简称模式 H；
- (9) 服务管理审核，简称模式 I。

5.2.2 认证制度

初次认证、再认证、保持认证的认证模式，应视认证申请组织的服务要求和服务管理要求的特点，选择A、B、C、D、E、F、G、H、I等方式的一种或多种方式进行。

中元国际认证（深圳）有限公司 Zhongyuan International Certification (Shenzhen) Co.,Ltd.	文件编号：ZY-ESBC-R- 001
	文件版本：B/0
品牌服务认证实施规则	生效日期：2025.06.16
	页数：7

6 初次认证程序

6.1 认证申请

6.1.1 认证申请组织应具备以下条件：

- 1) 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) 已取得相关法规规定的行政许可（有许可要求适用）；
- 3) 建立和实施了品牌服务系统，且有有效运行；
- 4) 在一年内，未发生重大质量事故、服务失信事故，未违反国家产品品质、售后服务的相关法规，或未因负面情况而被其他相关认证机构撤销服务认证证书。
- 5) 没有被执法监管部门责令停业整顿，未列入国家信用信息严重失信主体相关名录。

6.1.2 认证申请组织应提交的文件和资料：

- 1) 服务认证申请表；
- 2) 营业执照、组织机构代码证书复印件）；
- 3) 行政许可文件证明文件；
- 4) 品牌管理体系文件；
- 5) 多场所清单（适用时）；
- 6) 其他需要的文件。

6.2 受理认证申请

6.2.1 申请评审

应对申请组织提交的申请资料进行评审，根据申请认证的活动范围及场所、员工人数、认证覆盖人数、体系运行状况、组织基本情况、完成审查所需时间和其他影响认证活动的因素，综合确定是否可以受理认证申请。

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，本机构不应受理其认证申请。

注1：员工人数是仅指在认证覆盖的物理边界及业务管理边界直接相关人员的数量，不一定是组织的所有员工数量，不在认证覆盖的边界范围内的人员，不记入员工人数。

注2：认证覆盖人数仅指在认证覆盖的物事边界及业务管理边界范围内与对应认证项目管

中元国际认证（深圳）有限公司 Zhongyuan International Certification (Shenzhen) Co.,Ltd.	文件编号：ZY-ESBC-R- 001
	文件版本：B/0
品牌服务认证实施规则	生效日期：2025.06.16
	页数：8

理活动直接相关的人员数量，不一定是组织的员工人数。例如：***公司在***场所的***销售服务组织拟做品牌服务认证时，与品牌服务无关的清洁人员，不记入认证覆盖人数。

6.2.2 评审结果处理

申请材料齐全并符合有关要求的，予以受理认证申请。未通过申请评审的，本机构书面通知申请组织在规定时间内补充和完善，或不受理认证申请并明示理由。

6.2.3 签订认证合同

在实施认证审查前，中元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相应品牌服务的承诺。
- 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，应及时向中元通报：
 - ① 客户及相关方有重大投诉；
 - ② 生产、销售的产品或提供的服务被相应的监管部门认定不合格或有其他异常；
 - ③ 产品和服务发生与认证项目相关的事故；
 - ④ 相关情况发生变更，包括：法律地位、生产经营状况、组织状态或所有权变更；取得的行政许可资格、强制性认证或其他资质证书变更；法定代表人、最高管理者变更；生产经营或服务的工作场所变更；相应品牌服务覆盖的活动范围变更；相应品牌服务和重要过程的重大变更等。
 - ⑤ 出现影响相应品牌服务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，不利用相应品牌服务认证证书和相关文字、符号误导公众认为其产品或服务通过认证。
- 5) 拟认证的相应品牌服务覆盖的生产或服务的活动范围。
- 6) 在认证审查实施过程及认证证书有效期内，本机构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。

中元国际认证（深圳）有限公司 Zhongyuan International Certification (Shenzhen) Co.,Ltd.	文件编号：ZY-ESBC-R- 001
	文件版本：B/0
品牌服务认证实施规则	生效日期：2025.06.16
	页数：9

6.3 审查策划

应基于GB/T 27065标准要求对申请评审通过的项目进行审查策划，审查策划内容应包括认证周期内的初审、监督、再认证审核等不同阶段的审查要求。审查方案的确定和任何后续调整应考虑客户的规模，其服务体系、服务和过程的范围与复杂程度；品牌服务认证的周期通常为三年，三年中每年一次监督审核，一个认证周期完成后可进行再认证审核。第一个认证周期内分为初次认证审核，初次认证分为文审+现场审查，然后每个日历年进行1次监督审核，2次监督审核后进入下一个认证周期（再认证）。初次认证后的第1次监督审核应在认证决定日起12个月内进行，两次监督审核时间间隔不能超过15个月。

6.3.1 审查目的、范围和准则

6.3.1.1 审查目的

审核目的应根据认证周期不同阶段而确定，应在审核方案策划中明确，审核目的应说明审核要完成什么，并应包括下列内容：

- 1) 服务系统或其部分与审核准则的符合性趋势程度；
- 2) 确定服务系统满足适用的法律、法规及合同要求的能力；

注：服务认证审查不是合规性审查。

6.3.1.2 审查范围

1) 审查范围应根据客户组织申请提交及申请评审结果确定认证审查覆盖的物理边界范围、服务产品类别边界范围、服务活动边界范围。

2) 审查覆盖的物理边界范围应为申请评审后确定的品牌服务活动相关的生产经营场所、固定多场所（如有）、临时多场所（如有）。

3) 审查覆盖的业务类别边界范围应为申请评审后确定的物理边界范围内经营业务类型边界，物理边界范围内的业务类型应具有代表性。

4) 审查覆盖的服务活动边界范围应为品牌服务相关活动。

6.3.1.3 审查准则

审查准则作为判定审查证据符合性及符合趋势程度的依据，应包括：

- 1) GB/T 27925-20111《商业企业品牌评价与企业文化建设指南》；
- 2) 所确定的由客户制定的品牌服务系统的过程和文件；

中元国际认证（深圳）有限公司 Zhongyuan International Certification (Shenzhen) Co.,Ltd.	文件编号：ZY-ESBC-R- 001
	文件版本：B/0
品牌服务认证实施规则	生效日期：2025.06.16
	页数：10

6.3.2 审查时间

6.3.2.1 为确保认证审查的完整有效，品牌服务认证审查人日数应根据体系范围内覆盖的人数、组织管理复杂程度、技术和法规环境、服务系统范围内活动的分包情况、以前审查的结果、场所的数量和对多场所的考虑、与组织的产品以及过程和服务相关联的风险、是否结合审查等因素核算并拟定完成审查工作需要的时间。

6.3.2.2 初次认证审查时间

初次认证审查时间应基于“6.2.2”所述因素确定，具体审核时间详见 ZY-T-WI-004《服务和特殊管理体系认证审核时间管理规定》中关于品牌服务认证审核时间的规定。

6.3.2.3 监督审查时间

监督审查时间约等于初次认证审查的 1/3，但至少1人.日。

6.3.2.4 再认证审查数

再认证审查时间约等于初次认证审查的2/3，但至少为1人.日。

6.3.3 审查组

6.3.3.1 中元应当根据实现审查目标所需的能力，以及与受审查方是否存在利益冲突来选择和任命审查组（包括审查组长）。如果仅有一名审查员，该审查员应有能力履行适用于该审查的审查组长职责，对申请方（受审查方）相应的服务系统实施可信任的审查，必要时可以选择技术专家参加审查组。审查组中的审查员承担审查任务和责任。

决定审查组的规模和组成时，应考虑下列因素：

- a) 审查目的、范围、准则和预计的审查时间；
- b) 是否是结合、一体化或联合审查；
- c) 实现审查目的所需的审查组整体能力；
- d) 认证要求（包括任何适用的法律法规或合同要求）；
- e) 语言和文化；
- f) 审查组成员以前是否审查过该客户的服务系统。

6.3.3.2 技术专家主要负责提供认证审查的技术支持，不作为审查员实施审查，不计入审查时间，其在审查过程中的活动由审查组中的审查员承担责任。

6.3.3.3 下列情况必须充分考虑审查组专业能力：

中元国际认证（深圳）有限公司 Zhongyuan International Certification (Shenzhen) Co.,Ltd.	文件编号：ZY-ESBC-R- 001
	文件版本：B/0
品牌服务认证实施规则	生效日期：2025.06.16
	页数：11

a) 审查电子化认证项目的审查员能力和信息安全管理能力；

b) 考虑配置必要的资源，如计算机及计算机辅助的审查技术，可能包括诸如电视电话会议，网络会议，网络交流，远程电子方式获得对应服务体系文档和/或服务活动过程等，并注意审查有效性和效率审查过程的完整性。

6.3.4 多场所审查策划

6.3.4.1 总体原则

多场所组织是指组织有一个确定的中心职能机构（以下称为中心办公室，但不一定是组织的总部）来策划、控制或管理某些活动，并且有一个由地方办公室或分支（即场所）组成的网络来实现（或部分实施）这些活动，应被纳入审查方案。一个多场所组织可以包括一个以上的法律实体，但该组织的所有场所应与该组织的中心办公室具有法律或合同联系，并有共同的服务体系。该服务体系应由中心办公室建立，并由中心办公室对其进行持续的监督和内部审查，中心办公室有权要求各场所在必要时采取纠正措。

单一服务体系下具有多个场所的组织满足如下条件可以按照抽样的方式审查认证：

1) 组织的服务体系应处于一个受到集中控制和管理的计划之下，并接受集中统一的服务自评。组织的自评方案应包括所有相关的场所（包括中心管理职能），并应在外部审查开始前按照自评方案对所有相关场所进行了自评；

2) 组织的中心职能已按照审查所依据的相关服务体系标准建立了服务体系，且整个组织满足该标准的要求；该证实应考虑相关法律法规的要求；

过程实质上属于同一类活动，复杂程度和风险程度相似，过程方法和运作程序相似的声场所才可按比例抽样，不相似场所应全数抽样。

注 1：单一服务体系并不是指组织建立或运行的管理体系仅针对某一个服务体系标准，单一服务体系可能同时满足多个服务体系标准的要求，“单一”是指组织的运行服从于统一的一个服务体系。

6.3.4.2 临时场所审查策划

6.3.4.2.1 如果认证申请方或获证客户在临时场所提供其产品（包括服务），该临时场所应被纳入审查方案。

6.3.4.2.2 临时场所可以是较大的项目管理现场，也可以是较小的服务/安装现场。公司

中元国际认证（深圳）有限公司 Zhongyuan International Certification (Shenzhen) Co.,Ltd.	文件编号：ZY-ESBC-R- 001
	文件版本：B/0
品牌服务认证实施规则	生效日期：2025.06.16
	页数：12

宜对临时场所进行抽样审查，但是，可以考虑用下列方法来代替一部分现场审查：

- 1) 通过面对面或电视电话会议的方式，与客户及（或）其顾客进行访谈，或者参与他们的进度会议；
- 2) 对临时场所的活动实施文件审查；
- 3) 远程访问包含同服务系统与临时场所的评审有关的记录或其他信息电子化场所；
- 4) 使用电视电话会议及其他技术实施有效的远程审查。

在每种情况下，宜完整地记录审查方法，并充分证明审查方法的有效性。

6.3.4.2.3 临时多场所抽样比例及抽样场所审核时间具体详见 ZY-T-WI-004《服务和特殊管理体系认证审核时间管理规定》中品牌服务临时多场所抽样规则及抽样场所审核时间的规定要求。

6.3.4.3 固定多场所审查策划

6.3.4.3.1 如果认证申请方或获证客户固定多场所提供其产品（包括服务），该固定多场所应被纳入审查方案。

6.3.4.3.2 固定多场所可以是较大的管理现场，也可以是较小的管理现场。公司宜对固定多场所进行抽样审查，固定多场所应在现场进行，可以考虑用下列方法来代替一部分现场审查：

- 1) 通过面对面或电视电话会议的方式，与客户及（或）其顾客进行访谈，或者参与他们的进度会议；
- 2) 对临时场所的活动实施文件审查；
- 3) 远程访问包含同管理体系与临时场所的评审有关的记录或其他信息电子化场所；
- 4) 使用电视电话会议及其他技术实施有效的远程审查。

在每种情况下，宜完整地记录审查方法，并充分证明审查方法的有效性。

6.3.4.3.3 固定多场所抽样比例及抽样场所审核时间具体详见 ZY-T-WI-004《服务和特殊管理体系认证审核时间管理规定》中品牌服务固定多场所抽样规则及抽样场所审核时间的规定要求。

6.3.5 审查计划

6.3.5.1 中元应为每次审查制定书面的审查计划。审查计划至少包括以下内容：审查目的，审查准则，审查范围，现场审查的日期和场所，现场审查持续时间，审查组成员。

中元国际认证（深圳）有限公司 Zhongyuan International Certification (Shenzhen) Co.,Ltd.	文件编号：ZY-ESBC-R- 001
	文件版本：B/0
品牌服务认证实施规则	生效日期：2025.06.16
	页数：13

6.3.5.2 如果相应品牌服务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，中元可以在审查中对这些场所进行抽样，但应根据相关要求实施抽样以确保对所抽样本进行的审查对相应品牌服务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相应管理有显著影响的区域性因素，则不能采用抽样审查的方法，应当逐一到各现场进行审查。

6.3.5.3 为使现场审查活动能够观察到产品生产或服务活动情况，现场审查应安排在认证范围覆盖的产品生产或服务活动正常运行时进行。

6.3.5.4 在审查活动开始前，审查组应将审查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。

6.3.6 评分评级方法

6.3.6.1 评分方法

应依据 GB/T27925-2011 标准的 6.1 要求及本规则评分细则，对各项服务指标进行打分，评分细则详见附件：品牌服务评分细则。

6.3.6.3 评级方法与结论判定

认证评价应依据GB/T27922-2011标准的6.2要求，根据评分值评定企业品牌服务水平，并以不同级别区分优质程度。对评分达到700分以上的（含700分）为本标准的最低要求，700分以下，或特别扣分项达到5个以上（含5个），为评价不合格。对评分达到700分以上（含700分），且特别扣分项低于5个的企业，按照以下要求进行级别划分：

- a) 达到 700 分以上（含 700 分），二星品牌；
- b) 达到 800 分以上（含 800 分），三星品牌；
- c) 达到 900 分以上（含 900 分），四星品牌；
- d) 达到 950 分以上（含 950 分），五星品牌。

6.4 实施审查

6.4.1 审查组应当按照审查计划的安排完成审查工作。除不可预见的特殊情况外，审查过程中不得更换审查计划确定的审查员。现场审查，除了访问有形场所（如工厂）外，“现场”

中元国际认证（深圳）有限公司 Zhongyuan International Certification (Shenzhen) Co.,Ltd.	文件编号：ZY-ESBC-R- 001
	文件版本：B/0
品牌服务认证实施规则	生效日期：2025.06.16
	页数：14

还可以包括远程访问包含服务系统审查相关信息的电子化场所。

6.4.2 审查组应当会同申请组织按照程序顺序召开首、末次会议，远程审查时应以视频会议的方式实施，申请组织的最高管理者及与相应品牌服务相关的职能部门负责人员应该参加会议。参会人员应签到，审查组应当保留首、末次会议签到表，远程视频会议应保留相应视频会议照片。申请组织要求时，审查组成员应向申请组织出示身份证明文件。

6.4.3 审查过程包括服务管理审查及服务特性检验和（或检测）评价两个方面，初次认证或再认证服务特性检验和（或检测）应在服务管理审查的6个月内进行（保持认证应在3个月内进行）。

6.4.3 审核环节及内容

6.4.3.1 初次认证审查应包括文件审查及现场审查。

6.4.3.2 现场审查应当在申请组织现场进行。重点是审查相应品牌服务认证要求的符合性和/或符合程度，应至少覆盖以下内容：

- 1) 组织的内部评价，及其规范性和有效性；
- 2) 对上次认证评价改进建议中采取的改进措施及其有效性；
- 3) 服务目标的实现和调整情况，及服务系统的有效性及绩效；
- 4) 为持续改进而策划的活动的进展；
- 5) 有效的运作控制；
- 6) 组织服务覆盖的活动所涉及法律法规的符合性；
- 7) 服务特性的体验；
- 8) 对服务管理或服务特性进行打分评级。

6.4.4 多场所审查

多服务/经营场所审查内容通常应包括与特定服务活动相关的关键人力资源、设施、过程、结果等内容的审查测评。

6.4.5 审查终止

发生以下情况时，审查组应向中元报告，经中元同意后终止审查。

- 1) 受审查方对审查活动不予配合，审查活动无法进行。
- 2) 受审查方实际情况与申请材料有重大不一致。

中元国际认证（深圳）有限公司 Zhongyuan International Certification (Shenzhen) Co.,Ltd.	文件编号：ZY-ESBC-R- 001
	文件版本：B/0
品牌服务认证实施规则	生效日期：2025.06.16
	页数：15

3) 其他导致审查程序无法完成的情况。

6.4.6 远程审查要求

远程审查应基于 ICT 工具进行交流，应留下支持审查结果的必要的交流证据，如图片、文件、视频或在线聊天记录等。

6.5 审查报告

6.5.1 审查组应对审查活动形成书面审查报告，由审查组组长签字。审查报告应准确、简明和清晰地描述审查活动的主要内容，至少包括以下内容：

- 1) 受审查方的名称和地址；
- 2) 受审查方的活动范围和场所；
- 3) 审查的类型、准则和目的；
- 4) 审查组组长、认证评价组成员；
- 5) 审查活动的实施日期和地点；
- 6) 审查结果总体评价；
- 7) 审查结果统计分析；
- 8) 认证评价组对是否通过或保持认证及认证等级的意见。

6.5.2 应保留用于证实审查报告中相关信息的证据。

6.5.3 应至少在作出认证决定后 30 个工作日内将审查报告提交申请组织，并保留签收或提交的证据。

6.6 不符合项（整改项）的纠正和纠正措施及其结果的验证

6.6.1 当有发生不符合国家法律法规的要求，不符合企业有关服务制度的要求，不符合行业专业性的特殊要求，对服务系统运行有明显不良影响情况的特别扣分项给予“整改项”的判定，并要求受审查方限期实施原因分析，提出并实施具体的改进和改进措施，本机构将对所采取的改进措施及其结果的有效性进行验证。

对于严重不符合项（整改项），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。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，则应重新实施现场审查。

中元国际认证（深圳）有限公司 Zhongyuan International Certification (Shenzhen) Co.,Ltd.	文件编号：ZY-ESBC-R- 001
	文件版本：B/0
品牌服务认证实施规则	生效日期：2025.06.16
	页数：16

6.6.2 特殊情况（如疫情期间）不符合整改期限及证据验证，应结合特殊情况（如疫情期间）国家主管部门的相关法规或文件（例如市监认证〔2020〕9号）实施。

6.7 结合审查

当品牌服务系统与其他服务系统适宜的接口可以清晰地界定，品牌服务文件亦能详细描述该系统，并清晰界定与组织内运行的其他相关服务系统的关系，或其他服务系统对拟认证的品牌服务的影响，就可以将特定的服务系统文件与其他服务系统文件（如商品经营服务）合在一起审查。

结合审查应给审查员安排足够时间的完成与审查相关的所有活动，可视情况取 0.8~1.0 的结合系数, ZY 应有能力证实和判断任何初评，监督和复评所需的人日合适的。

结合审查应满足品牌服务的所有要求，且不能受到结合审查的负面影响。

结合审查或依次进行时，对于共有要素，在确定审查员能力时，主要原则是保持每个服务系统审查的完整性，所以应配备适当的能力。

6.8 补充审查

因审查不充分、证后变更等原因如果需要进行全面或部分的补充审查，或需要形成文件的证据（在将来的监督审查中予以确认），以验证纠正和纠正措施的有效性，则审查组应告知受审查的组织。补充审查时间应视补充审查的项目内容、涉及的人数、组织的产品/服务类别、过程的复杂程度等因素决定。

6.9 认证复核及认证决定

6.9.1 应该在对审查报告、不符合项（整改项）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。

6.9.2 认证决定人员应为中元管理控制下的人员，审查组成员不得参与对审查项目的认证决定。

6.9.3 在作出认证决定前应确认如下情形：

1) 审查报告符合本规则第 6.4 条要求，审查组提供的审查报告及其他信息能够满足作出认证决定所需要的信息。

中元国际认证（深圳）有限公司 Zhongyuan International Certification (Shenzhen) Co.,Ltd.	文件编号：ZY-ESBC-R- 001
	文件版本：B/0
品牌服务认证实施规则	生效日期：2025.06.16
	页数：17

2) 反映以下问题的不符合项（整改项），本机构已评审、接受并验证了纠正和纠正措施有效性：

- a) 在持续改进服务管理和服务特性的有效性方面存在缺陷，实现服务目标、达到相应的服务等级方面有重大疑问；
- b) 制定的服务目标不可测量、或测量方法不明确；
- c) 对实现服务目标具有重要影响的关键点的监视和测量未有效运行，或者对这些关键点的报告或评审记录不完整或无效；
- d) 违反相关的服务法规要求；
- e) 其他严重不符合项。

3) 中元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。

6.9.4 在满足 6.9.3 条要求的基础上，中元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，向其颁发相应等级的认证证书。

- 1) 申请组织的相应品牌服务符合标准要求且运行有效。
- 2) 申请组织的相应品牌服务符合标准要求的等级。
- 3) 认证范围覆盖的特定服务活动符合相关法律法规要求。
- 4) 申请组织按照认证合同规定履行了相关义务。

6.9.5 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) 受审查方的相应品牌服务系统有重大缺陷，不符合特定的服务规范及评级的要求。
- 2) 发现受审查方存在认证项目相关的特定服务活动存在重大问题或严重违法违规行为。

6.9.6 中元在颁发认证证书后，应当在次月 10 日前按照规定的要求将认证结果相关信息报送国家认监委。

7 监督审查程序

7.1 中元应对持有其颁发的相应品牌服务认证证书的组织（以下称获证组织）进行有效跟踪，监督获证组织持续运行相应品牌服务并符合认证要求。

7.2 为确保达到 7.1 条要求，中元应根据获证组织的认证项目对应的特定服务活动的风险程度或其他特性，确定对获证组织的监督审查的频次。

中元国际认证（深圳）有限公司 Zhongyuan International Certification (Shenzhen) Co.,Ltd.	文件编号：ZY-ESBC-R- 001
	文件版本：B/0
品牌服务认证实施规则	生效日期：2025.06.16
	页数：18

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

7.2.1.1 特殊情况（如新冠疫情），对于需监督审查以保证认证注册的认证项目，但因特定原因不具备施现场审查的，可按照特殊情况下国家和地方主管部门要求实施延期监督审查或颁发特殊情况下的证书，待特殊情况消失后采取补充监督审查或其他措施以保持证书有效性。特殊情况具体措施按照特定的工作文件要求执行。

7.2.2 超过期限而未能实施监督审查的，应按 9.3 或 9.4 条处理。

7.2.3 获证企业的认证项目相关的特定服务活动在国家监管抽查中被查出不合格或不合规时时，自国家监管部门发出通报起 30 日内，中元应对该企业实施监督审查。

7.3 监督审查的时间，应约等于初次审查时间人日数的 1/3，但至少不低于 1 人.天。

7.4 监督审查的审查组，应符合 6.3.3 条的要求。

7.5 监督审查应在获证组织现场进行。由于市场、季节性等原因，在每次监督审查时难以覆盖所有相应的服务活动的，在认证证书有效期内的监督审查需覆盖认证范围内所有相应的服务活动。特殊情况（如新冠疫情期间），经风险评估确定可实施远程审查的认证项目，经风险评估确认具备远程审查条件的，通过实施远程审查完成认证的监督。待特殊情况过后，必要时可补充现场审查。

7.6 监督审查时至少应审查以下内容：

- 1) 组织的内部评价，及其规范性和有效性；
- 2) 对上次认证评价改进建议中采取的改进措施及其有效性；
- 3) 顾客关系的处理
- 4) 投诉的接受和及时处理；
- 5) 服务目标的实现和调整情况，以及服务系统的有效性及其绩效；
- 6) 为持续改进而策划的活动的进展；
- 7) 持续的运作控制；
- 8) 任何变更；
- 9) 认证证书和标志的使用以及对认证资格的引用；

中元国际认证（深圳）有限公司 Zhongyuan International Certification (Shenzhen) Co.,Ltd.	文件编号：ZY-ESBC-R- 001
	文件版本：B/0
品牌服务认证实施规则	生效日期：2025.06.16
	页数：19

10) 组织服务覆盖的活动所涉及法律法规的持续符合性；

11) 服务特性的体验。

7.7 在监督审查中发现的不符合项，中元应要求获证组织分析原因，规定时限要求获证组织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。

中元应采用适宜的方式及时验证获证组织对不符合项进行处置的效果。

特殊情况（如新冠疫情防控期间）因资质问题引起的不符合处理以及因特殊情况（如新冠疫情防控期间）不能限期整改关闭的不符合应对措施，见 6.5.2 相关内容。

7.8 监督审查的审查报告，应按 7.6 条列明的审查要求逐项描述或引用审查证据、审查发现和审查结论。

7.9 中元应根据监督审查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。

8 再认证程序

8.1 认证证书期满前，若获证组织申请继续持有认证证书，中元应当实施再认证审查，并决定是否延续认证证书。

8.1.1 特殊情况（如新冠疫情），对于需要再认证审查以保持证书持续有效性的认证，但因特定原因不具备施现场审查的，可按照特殊情况下国家和地方主管部门要求实施延期再认证审查，并延长证书有效性，待特殊情况消失后补充再认审查。特殊情况具体措施按照特定的工作文件要求执行。

8.2 中元应按 6.3.3 条要求组成审查组。按照 6.3.5 条要求并结合历次监督审查情况，制定再认证审查计划交审查组实施。

再认证审查时间约等于初次审查时间的 2/3，但至少不低于 1 人. 天。

8.3 对再认证审查中发现的严重不符合项，中元应规定时限要求获证组织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。特殊情况（如新冠疫情防控期间）因资质问题引起的不符合处理以及因特殊情况（如新冠疫情防控期间）不能限期整改关闭的不符合应对措施，见 6.5.2 相关内容。

8.4 中元按照 6.8 条要求作出再认证决定。获证组织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。

中元国际认证（深圳）有限公司 Zhongyuan International Certification (Shenzhen) Co.,Ltd.	文件编号：ZY-ESBC-R- 001
	文件版本：B/0
品牌服务认证实施规则	生效日期：2025.06.16
	页数：20

8.5 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，中元未能完成再认证审查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，如果中元能够在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审查才能恢复认证。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。

9. 证后变更程序

9.1 获证组织文件的变更

9.1.1 对获证组织服务手册的重大修改，必须加以记录，并交给中元审查并备案。

9.1.2 中元在收到重大修改的通知后应及时地将其手册进行更新。

9.1.3 审查组长收到文件更改的通知时将对有关的重大更改加以审查。对确已影响到品牌服务的修改，应进行一次全面的“文件审查”，必要时加以现场审查，有时二者兼有。（持证企业须承担所有这些额外的文件审查和现场审查的费用）。

9.2 认证范围的变更

9.2.1 认证范围的变更包括注册组织名称、地址变更，产品/服务（地域边界）范围的扩大/缩小，生产工艺、产品类型/规格发生变化等。

9.2.2 认证范围的变更方法具体详见《证后审查及管理程序》要求。

9.3 认证依据的变更

9.3.1 认证依据的变更包括认证依据的标准发生变更或重大修改。

9.3.2 在考虑各相关方的意见后，中元应确定一个过渡时期的转换要求，通常转换过渡期限为新标准正式生效后三年内完成，特殊情况（如客户不要求新标准）可视情况而定。

9.3.3 中元须预先通知获证组织，与其协商确定变更的方式和验证时机（在监督审查时应组织要求安排的独立审查）。

9.3.4 在规定的认证转换时期内，中元应按照新标准的要求组织进行审查。

9.3.5 标准转版升级的认证审查时间可结合 CNAS、CNCA 等认证认可监管指导部门要求，

中元国际认证（深圳）有限公司 Zhongyuan International Certification (Shenzhen) Co.,Ltd.	文件编号：ZY-ESBC-R- 001
	文件版本：B/0
品牌服务认证实施规则	生效日期：2025.06.16
	页数：21

确定转版升级的审查时间。转版审查可与监督审查或再认证审查同时进行，必要增加相应的审查时间。

10 认证证书状态管理要求

10.1 中元应当制定认证证书的批准、保持、更新、暂停、撤销（注销）、恢复认证证书，扩大或缩小认证范围等有关认证证书状态管理文件化制度，制度要求具体详见 ZY-TP-025《批准、保持、更新、扩大、缩小、暂停、撤销和恢复认证程序》、及 ZY-TP-026《认证证书及注册状态管理程序》。中元对认证证书的状态管理应符合其管理制度，不得随意批准、保持、暂停、撤销（注销）或恢复认证证书。

10.2 降级

10.2.1 获证组织有下列情形之一的，本机构应根据评价结果，调低原证书等级，调级期限一般为自决定调级之日起6个月内：

- 1) 服务管理或服务特性持续或严重不满足原认证评价等级要求；
- 2) 发生质量事故或重大服务投诉，但尚未达到立即暂停认证证书的程度；
- 3) 主动申请降级认证证书。

10.2.2 降级证书应在 6 个月内申请重新审查恢复原等级，否应做暂停处理。

10.3 暂停证书

10.3.1 获证组织有以下情形之一，应在调查核实后的 5 个工作日内暂停其认证证书：

- 1) 服务管理或服务特性持续或严重不满足认证要求的；
- 2) 不承担、履行认证合同约定的责任和义务的；
- 3) 被有关执法监管部门责令停业整顿的；
- 4) 持有的与品牌服务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。
- 5) 发生服务事故或投诉，但尚不需立即撤销认证证书；
- 6) 主动请求暂停的；
- 7) 降级证书 6 个月内仍没有恢复原等级的；
- 8) 其他应当暂停认证证书的。

10.3.2 认证证书暂停期不得超过 6 个月。但属于 10.3.1 第（4）项情形的暂停期可至相

中元国际认证（深圳）有限公司 Zhongyuan International Certification (Shenzhen) Co.,Ltd.	文件编号：ZY-ESBC-R- 001
	文件版本：B/0
品牌服务认证实施规则	生效日期：2025.06.16
	页数：22

关单位作出许可决定之日。

10.3.3 中元应以适当方式公开暂停认证证书的信息，明确暂停的起始日期和暂停期限，并声明在暂停期间获证组织不得以任何方式使用认证证书、认证标识或引用认证信息。

10.4 撤销证书

10.4.1 获证组织有以下情形之一的，中元应在获得相关信息并调查核实后 5 个工作日内撤销其认证证书：

- 1) 被注销或撤销法律地位证明文件或行政许可和资质证书；
- 2) 被国家监管部门列入相应管理信用严重失信企业名单；
- 3) 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；
- 4) 拒绝接受国家监管部门监督抽查的；
- 5) 出现认证项目相关的重大服务事故，经执法监管部门确认是获证组织违规造成的；
- 6) 有其他严重违法违反法律法规行为的；
- 7) 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；
- 8) 没有运行相应品牌服务或者已不具备运行条件的；
- 9) 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，或者中元已要求其纠正但超过 2 个月仍未纠正的；
- 10) 其他应当撤销认证证书的。

10.4.2 撤销认证证书后，本机构应及时收回撤销的认证证书或远程监控销毁处理。若无法收回或远程监控销毁处理的，应及时在相关媒体和网站上公布或声明撤销决定。

10.5 恢复证书

暂停或降级状态的认证证书，在暂停或降级原因消除后经认证决定人员审查通过才可恢复。具体恢复方法见 ZY-TP-025《批准、保持、更新、扩大、缩小、暂停、撤销和恢复认证程序》中关于证书恢复的相关规定。

10.6 中元暂停或撤销认证证书应当在其网站上公布相关信息，同时按规定程序和要求报国家认监委。

10.7 中元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。

中元国际认证（深圳）有限公司 Zhongyuan International Certification (Shenzhen) Co.,Ltd.	文件编号：ZY-ESBC-R- 001
	文件版本：B/0
品牌服务认证实施规则	生效日期：2025.06.16
	页数：23

11 认证证书及认证标志要求

11.1 证书名称

品牌服务认证证书名可以为“品牌服务认证认证”或“品牌管理服务认证证书”或其它适宜的证书名称。

11.2 认证证书应至少包含以下信息：

- 1) 获证组织名称、地址和统一社会信用代码（或组织机构代码）；
- 2) 相应品牌服务覆盖的生产经营或服务的地址和业务范围；
- 3) 对获证组织的审查所用的标准和（或）其他规范性文件；
- 4) 相应品牌服务符合认证依据标准及必要的评级结果的表述；
- 5) 证书编号；
- 6) 认证机构名称、地址和认证标志，签发人签名；
- 7) 授予、扩大或更新认证的日期；
- 8) 有效期的起止年月日；

证书应注明：证书有效性应通监督保持的相关信息。

- 9) 相关的认可标识、国际互认联合标识（认可后才实施）；
- 10) 其他认证机构认为有必要的标志（适用时）；
- 11) 证书查询方式。

11.2 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 3 年。

11.3 中元应当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。

11.4 获得品牌服务认证的组织应当在广告等有关宣传中正确使用服务系统认证标准只能使用与所持有的认证证书完全相同的认证标志，不得使用所持认证证书上没有的其他认证标志，不得在产品或包装上标注服务认证标志。服务认证证书和认证标志不准以任何方式转让、出售或借用、冒用，使用时必须与获证方单位名称和产品名称放在一起；公司至少在监审、再认证时监督认证证书和认证标志使用状况。

中元国际认证（深圳）有限公司 Zhongyuan International Certification (Shenzhen) Co.,Ltd.	文件编号：ZY-ESBC-R- 001
	文件版本：B/0
品牌服务认证实施规则	生效日期：2025.06.16
	页数：24

12 受理转换认证证书

12.1 中元应当履行社会责任，严禁以牟利为目的受理不符合认证依据标准、不能有效执行相应品牌服务的组织申请认证证书的转换。

12.2 中元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，必要时进行现场审查。

12.3 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。

13 申投诉的处理

申请组织或获证组织对认证审核过程和结果有异议或不满有申投诉时，中元应接受申投诉并且及时进行处理，在 60 日内将处理结果形成书面通知送交申投诉人。

书面通知应当告知申投诉人，若认为中元未遵守认证相关法律法规或本规则并导致自身合法权益受到严重侵害的，可以直接向所在地认证监管部门或国家认监委投诉，也可以向相关认可机构投诉。

14 认证记录的管理

14.1 中元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。

14.2 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。

14.3 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。

14.4 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。

15 其他

15.1 认证活动所依据的标准应采用当时有效版本的完整标准号，特殊情况（如客户不要求新标准）可视情况而定。认证依据标准有升级换代时按照应认证依据的变更处理。

15.2 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。

15.3 中元可开展相应品牌服务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相应品牌服务标准。

附件：品牌服务评分细则

中元国际认证（深圳）有限公司 Zhongyuan International Certification (Shenzhen) Co.,Ltd.	文件编号：ZY-ESBC-R- 001
	文件版本：B/0
品牌服务认证实施规则	生效日期：2025.06.16
	页数：25

附件：品牌服务评分细则

一级指标	二级指标/分值	三级指标/分值	四级指标和说明	评分比例和说明	备注											
5.1 能力 (150分)	5.1.1 品牌规划 30	5.1.1.1 战略层面上重视品牌建设问题，将其作为企业整体经营发展战略的一部分。10	企业整体发展战略规划文件中包括了品牌发展规划的内容	本条为符合性分值，无则为0												
		5.1.1.2 规划企业品牌发展时，应考虑与企业经营发展的整体战略目标保持一致，符合企业生产经营活动中有关产品、市场、服务等特征要素的要求、以及社会、经济、科技、政治等方面的发展，及其对行业和企业的影响。20	品牌发展规划中识别了企业生产经营活动中的有关要素	<table border="1"> <tr> <td>0%~20%</td> <td>20%~40%</td> <td>40%~60%</td> <td>60%~80%</td> <td>80%~100%</td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </table>	0%~20%	20%~40%	40%~60%	60%~80%	80%~100%							
	0%~20%	20%~40%	40%~60%	60%~80%	80%~100%											
	5.1.2 品牌管理 60	5.1.2.1 对企业品牌进行有效管理，包括品牌管理的组织与执行、品牌状态的监视、品牌策略的调整，以及品牌保护等内容。40	品牌管理文件包括了组织与执行的内容（企业设有专人或专门的机构负责有关品牌管理的事务，包括组织架构和职责，管理方面的制度设计、资源调配、监督执行等）10		<table border="1"> <tr> <td>0%~20%</td> <td>20%~40%</td> <td>40%~60%</td> <td>60%~80%</td> <td>80%~100%</td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </table>	0%~20%	20%~40%	40%~60%	60%~80%	80%~100%						
			0%~20%	20%~40%	40%~60%	60%~80%	80%~100%									
品牌管理文件包括了对品牌状态的监视制度和预警机制。10				<table border="1"> <tr> <td>0%~20%</td> <td>20%~40%</td> <td>40%~60%</td> <td>60%~80%</td> <td>80%~100%</td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </table>	0%~20%	20%~40%	40%~60%	60%~80%	80%~100%							
0%~20%	20%~40%	40%~60%	60%~80%	80%~100%												
品牌管理文件包括了品牌状态和策略的调整制度，包括应对产品、市场、行业、服务、社会、经济、科技、政治等方面的变化而采取的措施。10		<table border="1"> <tr> <td>0%~20%</td> <td>20%~40%</td> <td>40%~60%</td> <td>60%~80%</td> <td>80%~100%</td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </table>	0%~20%	20%~40%	40%~60%	60%~80%	80%~100%									
0%~20%	20%~40%	40%~60%	60%~80%	80%~100%												
	品牌管理文件包括了对企业品牌的保护和化解不利因素，修复损害的措施。10		<table border="1"> <tr> <td>0%~20%</td> <td>20%~40%</td> <td>40%~60%</td> <td>60%~80%</td> <td>80%~100%</td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </table>	0%~20%	20%~40%	40%~60%	60%~80%	80%~100%								
0%~20%	20%~40%	40%~60%	60%~80%	80%~100%												

中元国际认证（深圳）有限公司 Zhongyuan International Certification (Shenzhen) Co.,Ltd.	文件编号：ZY-ESBC-R- 001
	文件版本：B/0
品牌服务认证实施规则	生效日期：2025.06.16
	页数：26

一级指标	二级指标/分值	三级指标/分值	四级指标和说明	评分比例和说明					备注
		5.1.2.2 建立品牌管理制度，并以企业文件形式体现。20	企业应建立一本统一的，包括相关品牌管理制度的品牌管理手册，该手册是企业级的受控文件，有较高权限调动相应资源。20	本条为符合性分值，无则为 0					
	5.1.3 保障机制 60	5.1.3.1 有专门负责品牌管理的职能部门，岗位设置明确，人员结构合理、数量充足。20	注：如无相应职能部门则本条为 0 分，岗位设置明确，人员结构合理充足的评价按比例评分。	0%~20%	20%~40%	40%~60%	60%~80%	80%~100%	
		5.1.3.2 提供必要的财力支持，保障品牌管理和经营活动的有效实施。20	提供财力支持的保障有效性。 注：没有财力支持则为 0，可能有财力不足效果不佳的情况，按比例评分。	0%~20%	20%~40%	40%~60%	60%~80%	80%~100%	
		5.1.3.3 提供必要的物质资源和良好的生产办公环境，以及开展各类活动所必需的基础设施。20	注：为品牌的有关管理活动提供物质资源、办公环境、基础设施等。	0%~20%	20%~40%	40%~60%	60%~80%	80%~100%	
5.2 品质 (300分)	5.2.1 企业品质 60		企业领导者有较强的个人能力和领导力等，带领企业创造了业绩。10	0%~20%	20%~40%	40%~60%	60%~80%	80%~100%	
		5.2.1.1 企业领导者具有企业家风范，建立企业文化，保障企业产品和服务质量。40	企业领导者的能力、个人品质等获得了其他相关方的认同，并获得相关殊荣，奖励等。10	0%~20%	20%~40%	40%~60%	60%~80%	80%~100%	
		注：企业领导者指企业的第一控制人，如董事长、总经理等。	企业领导者是企业文化建设的第一负责人。10	本条为符合性分值，无则为 0					
			在企业领导者的要求下，企业内部的文化建设中包括对产品和服务质量保障要求的信息（可能包括在生产车间、办公区域张贴的信息，企业领导者的讲话，发表在内部刊物的文章等方面）10	0%~20%	20%~40%	40%~60%	60%~80%	80%~100%	

中元国际认证（深圳）有限公司 Zhongyuan International Certification (Shenzhen) Co.,Ltd.	文件编号：ZY-ESBC-R-001
	文件版本：B/0
品牌服务认证实施规则	生效日期：2025.06.16
	页数：27

一级指标	二级指标/分值	三级指标/分值	四级指标和说明	评分比例和说明					备注	
		5.2.1.2 培养员工的学习意识，通过不断学习形成积极向上的风貌。20	企业通过内外培训、分发书籍资料、建立图书室等形式给员工创造不断学习的机会，形成学习风气或制度。	0%~20%	20%~40%	40%~60%	60%~80%	80%~100%		
	5.2.2 商品质量 120	5.2.2.1 所供商品的质量，应符合国家的商品安全和质量标准，且外观形态（含包装）有其美观度和实用性。60 注：当遇到无形商品或服务型企业而不适用时，本条的内容可删减。	商品的安全性和质量标准符合国家相关规定。30	本条为符合性分值，如企业产品在1年内被国家相关部门抽查有质量不合格事件则为0分。任一项安全和质量标准不符合国家规定的为0分。						
			商品的外观和包装应有一定的美观度。15	0%~20%	20%~40%	40%~60%	60%~80%	80%~100%		
			商品的外观和包装有一定的实用性（如便于携带、防水防漏、便于运输等）。15	0%~20%	20%~40%	40%~60%	60%~80%	80%~100%		
			5.2.2.2 企业具有创新能力，所供商品性能优良，在同行业中技术领先。60 注：该商品可能是无形商品。	企业有创新能力，在商品的研发和创造上有特定优势。（如有形商品包括外观款式、类型、功能等的发明创新；无形商品包括对服务技术、功能、流程等的发明创新）20	0%~20%	20%~40%	40%~60%	60%~80%	80%~100%	
				商品的性能优良，与同行相比存在如维修率更低、使用寿命更长、故障更少等情况。20 注：对于无形商品和服务，本条可删减。	0%~20%	20%~40%	40%~60%	60%~80%	80%~100%	
			其他方面的技术创新能力（资源、设备、人员等）领先。20	0%~20%	20%~40%	40%~60%	60%~80%	80%~100%		
	5.2.3 服务质	5.2.3.1 制定系统有序的服务规范化要求。40	按国家相应服务标准（如GB/T 27922《商品售后服务评价体系》）建立了服务规范化手册。20	本条为符合性分值，无则为0分。						

中元国际认证（深圳）有限公司 Zhongyuan International Certification (Shenzhen) Co.,Ltd.	文件编号：ZY-ESBC-R- 001
	文件版本：B/0
品牌服务认证实施规则	生效日期：2025.06.16
	页数：28

一级指标	二级指标/分值	三级指标/分值	四级指标和说明	评分比例和说明					备注
	量 120		服务手册系统有序，能清楚相关的服务职能、岗位划分、服务特性等，包括了有关的服务制度等。 20	0%~20%	20%~40%	40%~60%	60%~80%	80%~100%	
		5.2.3.2 服务人员有良好的服务态度和服务技能。30	*通过抽样综合判断	0%~20%	20%~40%	40%~60%	60%~80%	80%~100%	
		5.2.3.3 对顾客承诺的服务应及时有效兑现。20	*通过抽样综合判断	0%~20%	20%~40%	40%~60%	60%~80%	80%~100%	
		5.2.3.4 顾客满意度在同行业中处于领先水平。30	*通过抽样和第三方的统计信息等综合判断	0%~20%	20%~40%	40%~60%	60%~80%	80%~100%	
		注：本条服务质量的内容，可采信 GB/T 27922《商品售后服务评价体系》认证的结果，对已通过商品售后服务评价体系认证，证书在有效期内的组织，宜按其服务星级直接在 120 分内给予比例分。五星级为 95%，四星级 90%，三星级 80%，达标级 70%。未通过商品售后服务评价体系认证的则按上述细则评价。 组织已通过的有效商品售后服务认证星级为： <u>星级</u> 。			0%~20%	20%~40%	40%~60%	60%~80%	80%~100%
5.3 声誉 (250 分)	5.3.1 品牌知名度 30	5.3.1.1 企业标识的设计应能体现其经营宗旨和理念，符合品牌、产品、服务等方面的形象要求，并具有显著性，容易被识别。15	品牌标识中含有关于企业宗旨、理念、代表企业精神的深刻涵义。5	0%~20%	20%~40%	40%~60%	60%~80%	80%~100%	
			品牌标识的涵义与其提供的产品的类别特性有一致性 5	0%~20%	20%~40%	40%~60%	60%~80%	80%~100%	
			品牌标识显著且容易识别（辨识度高，如有独特性，颜色和寓意令人印象深刻） 5	0%~20%	20%~40%	40%~60%	60%~80%	80%~100%	
		5.3.1.2 公众能通过企业行为	*公众知晓企业或商品所属的行业和大致商品范	0%~20%	20%~40%	40%~60%	60%~80%	80%~100%	

中元国际认证（深圳）有限公司 Zhongyuan International Certification (Shenzhen) Co.,Ltd.	文件编号：ZY-ESBC-R- 001
	文件版本：B/0
品牌服务认证实施规则	生效日期：2025.06.16
	页数：29

一级指标	二级指标/分值	三级指标/分值	四级指标和说明	评分比例和说明					备注										
		或企业标识形成认知。15	围等（主要通过企业的商业活动对其进行识别） 10																
			*公众对企业或商品的标识的认知，如有印象，知晓该标识 5	0%~20%	20%~40%	40%~60%	60%~80%	80%~100%											
	5.3.2 品牌美誉度 30	5.3.2.1 公众对企业通过品牌推广、文化活动、经营活动等行为传递出的信息产生认同，有良好心理感知。15	*通过抽样综合判断 计算方式：结果为良好的样本数/有效样本数=有效程度	0%~20%	20%~40%	40%~60%	60%~80%	80%~100%											
		5.3.2.2 企业的品牌和文化赢得了认可和赞誉，公众愿意优先选择其产品和服务。15	*通过抽样综合判断 计算方式：结果为是的样本数/有效样本数=有效程度	0%~20%	20%~40%	40%~60%	60%~80%	80%~100%											
	5.3.3 品牌忠诚度 30	5.3.3.1 重复购买的频率与数量反映了顾客的忠诚度。10	注：本条根据商品或服务特性的不同可采取以下评价方式。 (1)*通过抽样综合判断（如某些缺少顾客档案的快速消费品和服务型企业等） 计算方式：愿意重复购买的样本数/有效样本数=有效程度 (2)通过企业统计的顾客信息档案判断比例（如机械装备等长期耐用的商品，及办理会员制的服务型企业等） 计算方式：当年重复购买（消费）的顾客数/当年有效顾客数=有效程度	<table border="1"> <tr> <td>0%~20%</td> <td>20%~40%</td> <td>40%~60%</td> <td>60%~80%</td> <td>80%~100%</td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </table> 评分时选用的是□（1）□（2）的方式。					0%~20%	20%~40%	40%~60%	60%~80%	80%~100%						
0%~20%			20%~40%	40%~60%	60%~80%	80%~100%													
		5.3.3.2 顾客向其他消费者推荐该品牌和企业。10	*通过抽样综合判断 计算方式：结果为是的样本数/有效样本数=有效程度	0%~20%	20%~40%	40%~60%	60%~80%	80%~100%											

中元国际认证（深圳）有限公司 Zhongyuan International Certification (Shenzhen) Co.,Ltd.	文件编号：ZY-ESBC-R- 001
	文件版本：B/0
品牌服务认证实施规则	生效日期：2025.06.16
	页数：30

一级指标	二级指标/分值	三级指标/分值	四级指标和说明	评分比例和说明					备注
			程度						
		5.3.3.3 顾客主动地关心与该品牌相关的信息，访问品牌网站并积极参与相关活动。10	*通过抽样综合判断 计算方式：结果为是的样本数/有效样本数=有效程度	0%~20%	20%~40%	40%~60%	60%~80%	80%~100%	
	5.3.4 社会责任 100	5.3.4.1 从财务、产品与服务、管理结构等方面为社会创造利润、实现经济价值。20	企业在纳税、解决就业、对国民经济发展等方面为社会做出贡献的程度 15	0%~20%	20%~40%	40%~60%	60%~80%	80%~100%	
			企业的管理结构先进，为行业代表 5	0%~20%	20%~40%	40%~60%	60%~80%	80%~100%	
		5.3.4.2 担持续发展责任，主要体现在质量、节能、低碳、环保和创新等方面。20	企业在提高行业产品或服务质量、创新方面的工作（包括技术研究、参与国家或行业标准制定、高于国家法律法规的要求等）10	0%~20%	20%~40%	40%~60%	60%~80%	80%~100%	
			在产品和服务上为节能环保、降低碳排放所做的工作。10	0%~20%	20%~40%	40%~60%	60%~80%	80%~100%	
		5.3.4.3 履行法律法规规定的各项义务和责任，注重以人为本，合法雇佣员工，合理安排工作时间，尊重员工及其权益。30	以人为本的员工关怀政策 7	0%~20%	20%~40%	40%~60%	60%~80%	80%~100%	
			雇佣员工遵守《劳动法》等法律法规 7	0%~20%	20%~40%	40%~60%	60%~80%	80%~100%	
			*工作时间合理（在8小时之外的工作应提供加班补偿、补休、夜班费等）8	0%~20%	20%~40%	40%~60%	60%~80%	80%~100%	
			*员工的福利权益及其他维权要求得到保障 8	0%~20%	20%~40%	40%~60%	60%~80%	80%~100%	

中元国际认证（深圳）有限公司 Zhongyuan International Certification (Shenzhen) Co.,Ltd.	文件编号：ZY-ESBC-R- 001
	文件版本：B/0
品牌服务认证实施规则	生效日期：2025.06.16
	页数：31

一级指标	二级指标/分值	三级指标/分值	四级指标和说明	评分比例和说明					备注
		5.3.4.4 开展社会责任活动，包括消费者权益保护、相关利益方权益维护、自然环境保护、促进社区发展和公益事业等。 30	开展对消费者权益的保护活动（如打假、帮助消费者维权等）6	0%~20%	20%~40%	40%~60%	60%~80%	80%~100%	
			对投资人的权益维护（如资金信息公开、业绩披露等）6	0%~20%	20%~40%	40%~60%	60%~80%	80%~100%	
			为保护自然环境方面所做的工作 6	0%~20%	20%~40%	40%~60%	60%~80%	80%~100%	
			为企业所在社区的发展所做的活动（如为社区建设基础设施等）6	0%~20%	20%~40%	40%~60%	60%~80%	80%~100%	
			其他公益事业和贡献（如资助教育等）6	0%~20%	20%~40%	40%~60%	60%~80%	80%~100%	
	5.3.5 诚信 60	5.3.5.1 把诚信作为核心价值观，纳入企业发展战略。10	企业战略规划文件中有将“诚信”作为核心价值观，诚信与品牌建设相关联的内容。	0%~20%	20%~40%	40%~60%	60%~80%	80%~100%	
		5.3.5.2 为企业设定诚信建设目标，为员工制定诚信行为准则。10	制定诚信行为准则（制度规范），设立包括合同完结率、承诺完成率等相关的量化目标，对员工的日常言行、办事风格等提出该方面的要求。	0%~20%	20%~40%	40%~60%	60%~80%	80%~100%	
		5.3.5.3 对员工的诚信要求，主要通过教育、培训、激励、监察和约束等方式得以落实。20	*通过多种方式和活动有效执行诚信规范并得以有效实施。 注：评价时需要注意企业或员工违反诚信的行为。	0%~20%	20%~40%	40%~60%	60%~80%	80%~100%	
		5.3.5.4 采取诚信承诺管理、诚信评价管理等措施，提升企	实施了内部的诚信管理评价措施，如每年进行一次内部评价，部门互评，上级评价等。10	0%~20%	20%~40%	40%~60%	60%~80%	80%~100%	

中元国际认证（深圳）有限公司 Zhongyuan International Certification (Shenzhen) Co.,Ltd.	文件编号：ZY-ESBC-R-001
	文件版本：B/0
品牌服务认证实施规则	生效日期：2025.06.16
	页数：32

一级指标	二级指标/分值	三级指标/分值	四级指标和说明	评分比例和说明					备注	
		业的诚信水平。20	外部第三方诚信标准评价获得良好结果（如中国商业联合会举办的零售商供应商公平交易（诚信）评价活动）10	0%~20%	20%~40%	40%~60%	60%~80%	80%~100%		
5.4 企业文化 (150分)	5.4.1 精神信念 20	塑造积极创新、公平竞争、承担社会责任的企业精神和正确的价值观念。	企业战略发展规划文件中包括塑造企业精神和传播正确的价值观念的相关内容和计划。10	0%~20%	20%~40%	40%~60%	60%~80%	80%~100%		
			对企业文化的宣贯中包括了积极创新、公平竞争、承担社会责任的有关内容 10	0%~20%	20%~40%	40%~60%	60%~80%	80%~100%		
	5.4.2 宣传推广 50	5.4.2.1 通过发行报纸刊物、开通内部广播、建立网络平台等各种方式，宣传和推广企业文化。10	有报纸刊物、内部广播、网络平台等多种形式在企业内部进行企业文化宣传和推广的途径。 注：本条评价企业文化宣传的途径而非效果。	0%~20%	20%~40%	40%~60%	60%~80%	80%~100%		
			5.4.2.2 通过建筑、仪式等多种方式向员工传达企业的价值观，阐释品牌和文化的内涵与意义，培养员工对企业文化的认同感、归属感。15	通过建筑、仪式等方式进行内部企业文化传达 5	0%~20%	20%~40%	40%~60%	60%~80%	80%~100%	
			通过建筑等阐述企业（及其商品）品牌和有关文化的内涵意义 5	0%~20%	20%~40%	40%~60%	60%~80%	80%~100%		
			*员工认同企业文化和相关的宣传活动 5	0%~20%	20%~40%	40%~60%	60%~80%	80%~100%		
			5.4.2.3 对社会公众进行必要的文化传播，使公众了解其文化和品牌形象，树立良好的社会形象。10	本条评价企业对外的企业文化传播活动的方式而非效果，如宣传片、音乐、音像、广告、公开发行的书籍等。	0%~20%	20%~40%	40%~60%	60%~80%	80%~100%	
5.4.2.4 开展和参与内部及外部的评价表彰活动，激发员工的工作积极性和责任心，奖励	开展内部的评价表彰活动（如表彰先进工作者、模范、在符合企业价值观方面做出贡献者；在积极创新、公平竞争、承担社会责任、诚信、环保、	0%~20%	20%~40%	40%~60%	60%~80%	80%~100%				

中元国际认证（深圳）有限公司 Zhongyuan International Certification (Shenzhen) Co.,Ltd.	文件编号：ZY-ESBC-R- 001
	文件版本：B/0
品牌服务认证实施规则	生效日期：2025.06.16
	页数：33

一级指标	二级指标/分值	三级指标/分值	四级指标和说明	评分比例和说明					备注	
		符合企业价值观的行为。15	公益方面的贡献者，在企业文化发展和传播方面有贡献者等) 8	0%~20%	20%~40%	40%~60%	60%~80%	80%~100%		
			参与外部第三方的评价表彰活动获得荣誉激励员工（如根据 GB/T 27925 的品牌评价或企业文化评价）7							
	5.4.3 顾客感知 30	5.4.3.1 使顾客感知和体验企业文化，促进顾客对企业文化氛围的融合，树立顾客信心。 5.4.3.2 组织开展顾客活动，联络顾客感情，培养顾客忠诚度。	企业长期开展联络感情、培养顾客忠诚的相关活动 10	0%~20%	20%~40%	40%~60%	60%~80%	80%~100%		
			顾客活动中包括企业文化的传播和体验等相关内容 10	0%~20%	20%~40%	40%~60%	60%~80%	80%~100%		
			顾客感知和体验了企业文化所传达的信息，对企业产品或服务建立了良好印象或信赖。10	0%~20%	20%~40%	40%~60%	60%~80%	80%~100%		
	5.4.4 业界交流 50	5.4.4.1 与行业内外的相关企业开展交流与合作活动，宣传企业文化。15	注：本条的评价首先关注是否有开展相关活动，其次则为活动的形式和效果。	0%~20%	20%~40%	40%~60%	60%~80%	80%~100%		
			5.4.4.2 邀请国内外知名学者、专家开展品牌与企业文化建设的讲座。15	注：本条的评价首先关注是否有开展相关活动，其次则为活动的形式和效果。	0%~20%	20%~40%	40%~60%	60%~80%	80%~100%	
			5.4.4.3 参加行业论坛或展会等，对先进的企业文化经验进行学习和研究。20	注：本条的评价首先关注是否有开展相关活动，其次则为活动的形式和效果。如行业协会组织的品牌或企业文化论坛等。	0%~20%	20%~40%	40%~60%	60%~80%	80%~100%	
	5.5 影响 (150)	5.5.1 行业影响 80	企业规模在行业内的排名 15	根据行业统计数据（参考企业统计数据）判断，如创新、产值、利税、出口额等相关数据 注：企业应提供真实数据	0%~20%	20%~40%	40%~60%	60%~80%	80%~100%	

中元国际认证（深圳）有限公司 Zhongyuan International Certification (Shenzhen) Co.,Ltd.	文件编号：ZY-ESBC-R- 001
	文件版本：B/0
品牌服务认证实施规则	生效日期：2025.06.16
	页数：34

一级指标	二级指标/分值	三级指标/分值	四级指标和说明	评分比例和说明					备注
分)		产品的市场份额 10	可根据行业或权威机构发布的市场数据（也可参考企业统计数据）进行判断 注：企业应提供真实数据	0%~20%	20%~40%	40%~60%	60%~80%	80%~100%	
		价格变动对市场的影响 10	可根据本企业产品价格变动与其他企业产品价格变动的相关性进行判断 注：企业应提供真实数据	0%~20%	20%~40%	40%~60%	60%~80%	80%~100%	
		业内标准或规章的参与度 10	制定业内标准或规章的活动，可通过企业参与这些活动的程度或比例来判断其业内影响力	0%~20%	20%~40%	40%~60%	60%~80%	80%~100%	
		技术应用在业内的领先程度 10	技术水平，可根据企业专利情况、科研和尖端技术能力等进行分析和判断	0%~20%	20%~40%	40%~60%	60%~80%	80%~100%	
		管理变革在业内的影响程度 10	可根据其带来的舆论规模和舆论倾向等情况进行判断（如在业内产生了模范作用，被国家级媒体报道）	0%~20%	20%~40%	40%~60%	60%~80%	80%~100%	
		受政府、行业的支持情况等 15	有来自政府或行业的政策、项目或资金等方面的支持，也反映了其在行业中的地位	0%~20%	20%~40%	40%~60%	60%~80%	80%~100%	
	5.5.2 社会影响 70	品牌形象被接受的程度 10	*可以通过抽样的方式分析消费者的态度（在主要销售区域），也可以通过销售数据进行判断，如持续的增长和顾客忠诚的重复购买等	0%~20%	20%~40%	40%~60%	60%~80%	80%~100%	
		产品覆盖区域增长速度 10	可以从行业的有关市场统计数据中获得，并进行分析判断。 注：本条评价的是增长速度，在较短时期内增长较多则速度较快。宜以单年为单位统计。	0%~20%	20%~40%	40%~60%	60%~80%	80%~100%	
		品牌形象国际化程度 10	可以从企业品牌商品的国外市场占有率进行判断。	0%~20%	20%~40%	40%~60%	60%~80%	80%~100%	

中元国际认证（深圳）有限公司 Zhongyuan International Certification (Shenzhen) Co.,Ltd.	文件编号：ZY-ESBC-R- 001
	文件版本：B/0
品牌服务认证实施规则	生效日期：2025.06.16
	页数：35

一级指标	二级指标/分值	三级指标/分值	四级指标和说明	评分比例和说明					备注	
			注：是品牌形象，而非代工贴牌的商品。							
		品牌具有记载历史文化、激发进取精神、传递亲情和家庭伦理、传播道德情操和审美趣味、传播良好社会风气，带给公众正确价值观念等功能 10	*品牌的内在文化价值，可以从社会公众的舆论和口碑中进行判断，如抽样调查	0%~20%	20%~40%	40%~60%	60%~80%	80%~100%		
		在保护环境、支持公益等方面发挥的榜样作用 30	保护环境，可根据企业所属行业环保达标状况和持续改进、环保方面的研究创新来判断15	0%~20%	20%~40%	40%~60%	60%~80%	80%~100%		
			对企业的社会责任方面，可从其参加公益活动的榜样和示范作用（如规模较大，企业牵头，影响力广等）情况加以分析判断 15	0%~20%	20%~40%	40%~60%	60%~80%	80%~100%		

注：表中带*的评价内容宜通过调查取样、分析后进行综合判断。

说明：评分比例及依据如下

评分比例	评价标准
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%	■在该评分项要求的多数方面有改进和（或）良好水平
	■在该评分项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
	■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

中元国际认证（深圳）有限公司 Zhongyuan International Certification (Shenzhen) Co.,Ltd.	文件编号：ZY-ESBC-R- 001
	文件版本：B/0
品牌服务认证实施规则	生效日期：2025.06.16
	页数：36

80%-100%	■ 与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
	■ 在该评分项要求中处于获得大量相关数据，或对比性信息。
	■ 在该评分项要求重要的大多数方面，当前结果/水平/绩效达到优良水平
	■ 与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