



中华人民共和国国家标准

GB/T 27400—2020

合格评定 服务认证技术通则

Conformity assessment—General rules for service certification techniques

2020-03-06 发布

2020-10-01 实施

国家市场监督管理总局
国家标准化管理委员会 发布

目 次

前言	I
引言	II
1 范围	1
2 规范性引用文件	1
3 术语和定义	1
4 服务认证技术原则	3
5 服务认证技术	3
5.1 总则	3
5.2 认证范围界定	3
5.3 认证准则选用	3
5.4 认证模式选择与应用	3
5.5 认证评价安排	4
5.6 体验方案策划	4
5.7 认证文件使用和标注的方法	5
5.8 认证方案建立的方法与原理	5
5.9 认证暂停、注销和撤销的方法	5
参考文献.....	7

前 言

本标准按照 GB/T 1.1—2009 给出的规则起草。

本标准由全国认证认可标准化技术委员会(SAC/TC 261)提出并归口。

本标准起草单位:中国认证认可协会、上海贝恒检测技术有限公司、中国合格评定国家认可中心、上海质量管理科学研究院、中国标准化研究院、中环联合(北京)认证中心有限公司、深圳市标准技术研究院、中国计量大学、中国电子技术标准化研究院、上海质量体系审核中心、广州赛宝认证中心服务有限公司、中国国际贸易促进委员会商业行业委员会、中标合信(北京)认证有限公司。

本标准主要起草人:李喜俊、陈华、生飞、傅斌友、王勤志、周戟、郭洪涛、曹俐莉、张胜春、张小丹、温利峰、乐为、梁乔玲、张博崙、董涛、谭平、刘小茵、姚歆、李可伟。

引 言

随着服务经济的崛起和全球化,人们对服务是否满足需求和期望的判断的迫切性日益增强。通常,服务行业提供并实施基于服务组织的资源、过程和能力为主的评价活动;社会组织提供并实施基于顾客主观感受为主的满意度评价活动。这些评价活动一定程度上缓解了顾客对所接受服务的担忧。

然而,服务是服务提供者与顾客体验互动的结果。服务提供者为满足顾客需求和期望,通过服务设计建立服务特性,在顾客体验中提供并交付服务,使顾客体验了服务特性,其实质表明了顾客需求和期望满足与否取决于服务特性实现的程度。由此,服务认证应运而生,基于服务特性测评与服务管理审核,既客观评价顾客体验结果,又客观评价服务提供者具有持续满足顾客的能力的程度。

GB/T 27065《合格评定 产品、过程和服务认证机构要求》给出了认证通用要求,但服务认证与产品认证存在着典型的差异,这些差异来自诸如:

- a) 服务通常是无形的,产品通常是有形的;
- b) 服务需要在服务提供者和顾客之间产生接触;
- c) 服务的形成和交付往往同时发生,产品生产和交付通常处在可区分的不同阶段;
- d) 服务的成功与否与顾客互动有关,服务的结果受制于服务提供者与顾客的交互作用,即相同的服务,因顾客不同而影响到服务的成功与否。

本标准以服务特性为核心,基于合格评定功能法,聚焦顾客需求与期望,以顾客体验结果或绩效为目标,给出了服务认证所需的相关技术,旨在缓解服务提供者与顾客感受及其利益相关的信息对称性问题,树立与提升服务提供者良好的信誉和品牌形象,提升服务能力,增强服务的易用性和社会对服务业的信任度,促进规范服务业正常有序发展。

本标准服务认证制度、规范和标准的建立提供技术支撑,为顾客、监管机构、服务提供者和用户及其他利益相关方建立特定服务符合规定要求的信心,为顾客、服务提供者和社会提供同类服务水平可比的认证结果,有助于突破国际贸易技术壁垒,确保服务认证能在国家、区域和全球范围内促进服务贸易、市场准入、公平竞争和消费者认可。

合格评定 服务认证技术通则

1 范围

本标准规定了服务认证通用技术,包括服务认证技术原则和服务认证技术等要求。
本标准适用于第三方对特定服务的合格评定活动,第一方和第二方合格评定活动可参考使用。

2 规范性引用文件

下列文件对于本文件的应用是必不可少的。凡是注日期的引用文件,仅注日期的版本适用于本文件。凡是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 24421.2—2009 服务业组织标准化工作指南 第2部分:标准体系
 GB/T 27000—2006 合格评定 词汇和通用原则(ISO/IEC 17000:2004, IDT)
 GB/T 27065—2015 合格评定 产品、过程和服务认证机构要求(ISO/IEC 17065:2012, IDT)
 GB/T 27067—2017 合格评定 产品认证基础和产品认证方案指南(ISO/IEC 17067:2013, IDT)
 GB/T 27205—2019 合格评定 服务认证方案指南和示例

3 术语和定义

GB/T 27000—2006 界定的以及下列术语和定义适用于本文件。

3.1

服务 service

至少有一项活动必需在服务提供者和顾客之间进行的服务提供者的输出。

注1:通常,服务的主体要素是无形的。

注2:通常,服务包含与顾客在接触面的活动,除了确定顾客的要求以提供服务外,可能还包括与顾客建立持续的关系,如:银行、会计师事务所或公共组织(如:学校或医院)等提供的服务。

注3:服务的提供可能涉及,例如:

- 在顾客提供的有形产品(如需要维修的汽车)上所完成的活动。
- 在顾客提供的无形产品(如为准备纳税申报单所需的损益表)上所完成的活动。
- 无形产品的交付(如知识传授方面的信息提供)。
- 为顾客创造氛围(如在宾馆和饭店)。

注4:通常,服务由顾客体验。

注5:改写 GB/T 19000—2016,定义 3.7.7。

3.2

服务提供者 service provider

提供服务活动的实体。

注:实体可以是组织或个人。

[GB/T 24620—2009,定义 3.3]

3.3

顾客服务 customer service

在整个服务提供阶段,服务提供者与顾客之间的互动。