中国国检测试控股集团股份有限组织

实施规则

商品售后服务认证

实施规则

CTC-TVf-OP04

文件版本号：1.1

编制：朱洁、赵春芝

审核：罗时杰

批准：刘翼

发布日期：2026 年 07 月 21 日

实施日期：2026 年 07 月 21 日

文件修订情况

修订次数	修订日期	修订内容	修订人	审核人	批准人
1	2026.11.21	针对专家提出的“认证结果分级不符合《国家认监委关于规范服务认证的指导意见》（国认监发〔2026〕3 号）”，将“5.2.3 审查结论”中“商品售后服务认证的级别分为四级，由低到高依次为达标级、三星级、四星级、五星级”修改为“商品售后服务认证的级别分为三级，由低到高依次为三星级、四星级、五星级。”并调整表 2 中认证结果评定的分级要求。	朱洁	罗时杰	刘翼

目　录

1. 适用范围 4
2. 认证模式及领域划分 4
3. 认证流程及认证时限 4
3.1 认证流程 4
3.2 认证时限 4
4. 认证依据标准 5
5. 认证实施基本要求 5
5.1 认证申请 5
5.1.1 认证单元 5
5.1.2 委托文件 5
5.2 初始组织审查 6
5.2.1 审查内容 6
5.2.1.1 服务特性测评 6
5.2.1.2 服务管理成熟度审查 6
5.2.1.3 服务能力评价要求审查 7
5.2.2 初始审查时间 7
5.2.3 审查结论 7
5.3 认证复核与认证决定 7
5.4 获证后监督 8
5.4.1 监督时间 8
5.4.2 监督的内容 8
5.4.3 监督审查人日 9
5.4.4 监督审查结果的评价 9
6. 认证范围变更 9
7. 认证证书 9
7.1 认证证书的保持 9
7.2 认证证书覆盖内容 9
7.3 证书的变更 10
7.4 认证的暂停、注销和撤销 10
8. 认证标识的使用 10
9．再认证 11
10.收费 11
附件 1 12
附录 A 17

1. 适用范围

本规则适用于组织开展商品售后服务的认证活动。

2. 认证模式及领域划分

商品售后服务的认证模式由两部分组成：服务特性测评+服务管理审查。

初次认证、再认证、获证后监督选用以下服务认证模式：

表 1 商品售后服务认证模式及应用

可选的认证模式	认证周期	服务认证模式
(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) 服务能力确认或验证，简称模式 G； (4) 服务管理审核，简称模式 I。	初次认证	服务特性测评适用模式 A+模式 B+模式 G； 服务管理成熟度审查适用模式 I； 服务能力审查适用模式 I+模式 G。
	再认证	同初次认证
	获证后监督	同初次认证

服务管理审查内容包括服务能力审查和服务管理成熟度审查。

依据国家认监委分类，商品售后服务认证领域为 SC03 批发业和零售业服务。按照 GB/T 7635.2-2002《全国主要产品分类与代码第 2 部分：不可运输产品》和不同类型商品售后服务认证的特性要求，按照产品类别对于商品售后服务认证进行领域详细划分，见附录 A。

3. 认证流程及认证时限

3.1 认证流程

认证的基本流程包括：

(1) 认证委托

(2) 初始组织审查，包括服务管理成熟度审查、服务特性测评。

(3) 认证结果评价与决定

(4) 获证后监督

3.2 认证时限

自正式受理认证委托之日起至颁发认证证书之日止，一般不超过 90 天，其中包括认证申请及受理、认证审查、认证复核、认证决定以及证书制作时间。

因委托人未及时提交资料、不能按计划接受现场审查、未按规定时间递交不符合整改、未及时缴纳费用等原因导致认证时间的延长时，不计算在内。

4. 认证依据标准

认证依据标准为 GB/T 27922-2011《商品售后服务评价体系》和 CTS F0004-2026《商品售后服务技术要求》。

5. 认证实施基本要求

5.1 认证申请

5.1.1 认证单元

原则上，同一服务运营场所为一个认证单元。

5.1.2 委托文件

认证委托人向认证机构提交认证申请，同时随附以下文件并对其真实性负责：

(1) 《认证申请书》；

(2) 营业执照；

(3) 建立并实施的相关文件（如服务蓝图、服务管理手册、程序文件等）

(4) 认证委托人与服务提供者为不同组织时，需提供认证委托人、服务提供者所在组织、服务提供者三方之间关系说明（包含服务提供者所在组织与服务提供者的法律地位证明文件的复印件）；

(5) 法人授权文件原件及复印件（如有）；

(6) 涉及国家法规强制要求的许可文件，如：安全/卫生/经营许可证等（首次申请时）；

(7) 近三年无严重违法失信记录承诺书；

(8) 近三年无重大不良投诉承诺书；

(9) 质量管理体系证书复印件；

(10) 组织机构图；

(11) 服务能力自评报告；

(12) 其他支撑性证明材料（必要时）。

5.1.3 申请评审

本机构收到认证委托人的委托文件后，依据相关评审要求对委托文件进行符合性审查，符合性评审通过后发出受理通知。

本机构负责审查、管理、保存、保密有关资料，并将资料评审结果告知认证委托人。有下列情形之一的不予受理：

（1）服务提供者的证明材料中，经营范围未覆盖认证服务；法律证明材料缺失；

（2）不满足国家产业政策要求；

（3）列入国家信用信息严重失信主体相关名录；

（4）其他法律法规规定不得受理的情形。

5.2 初始组织审查

本机构应为其组织现场审查制定计划，计划应基于实施规则或认证依据标准的相关要求，并与检查的目的和范围相适应。对具有高度同质化的售后服务提供者场所，可按照 CNAS-TRC-018:2023《多场所组织服务认证实施指南》中 5.2.5.3 条款要求对这些场所进行抽样，初次审查时的抽样基数 n=1.8。

5.2.1 审查内容

初始审查包含服务特性测评、服务管理成熟度审查和服务能力评价。

5.2.1.1 服务特性测评

5.2.1.1.1 测评方式

服务特性测评旨在证实顾客服务“真实瞬间”的符合性，CTS F0004-2026《商品售后服务技术要求》附录 A 中表 A.1 的 1.接待服务采用“公开的服务特性检验（模式 A）+神秘顾客（暗访）的服务特性检验（模式 B）”的认证模式，其他条款采用“公开的服务特性检验（模式 A）+服务能力确认或验证（模式 G）”的认证模式。

5.2.1.1.2 测评内容及方法

服务特性测评内容包括：

(1) 服务特性的内容和测评方法符合 CTS F0004-2026 要求，服务特性测评依据 CTS F0004-2026 附录 A 给出的测评工具实施；

(2) 通过可行、有效的审查方式，测评受审查方是否满足要求，完成服务特性测评记录，并对每个条款结合李克特 5 点式量表进行打分。

5.2.1.1.3 提出持续改进建议

审查组应对评价系数α≤0.6 的条款提出持续改进建议，建议企业持续改进。

5.2.1.2 服务管理成熟度审查

服务管理成熟度采用“服务管理成熟度审查(模式 I)”。服务管理成熟度审查依据 CTS F0004-2026《商品售后服务技术要求》，采用 CTS F0004-2026 附录 B 给出的三级定性成熟度的评价方法。服务管理成熟度级别分为三级，由低到高依次为一级、二级、三级。服务管理成熟度单项条款审查达不到“一级”的条款，审查组应开具不符合项。

5.2.1.3 服务能力评价要求审查

服务能力是评价组织具有从事 GB/T 27922-2011 中的相关服务能力。本实施规则附件 1 中表 1.1 的“1.售后服务体系”采用“服务管理审核（模式 I）”认证模式，“2.商品服务”和“3.顾客服务”采用“服务能力确认或验证（模式 G）+服务管理审核（模式 I）”。服务能力评价内容及方法符合本实施规则附件 1 的要求。

5.2.2 初始审查时间

自提交全部申请资料起，现场审查一般在 30 个工作人日内完成，因提交资料评估不合格，企业进行整改和重新提交资料的时间不计算在内。商品售后服务认证初始现场审查人·日数一般不低于 6 人·日，每增加一个服务场所的审查，现场审查人·日数不得低于 4 人·日。其中服务特性要求测评的人日数不低于服务管理要求审查的人日数，且应当与其工作量相匹配。

5.2.3 审查结论

商品售后服务认证结果分为通过、不通过。其中：

a.通过是指服务管理成熟度一级（含）以上，服务特性测评不低于 70 分，服务能力评价不低于 70 分。根据表 2 综合评价其服务管理成熟度、服务特性测评、服务能力评价的结果，授予认证级别。商品售后服务认证的级别分为三级，由低到高依次为三星级、四星级、五星级。

表 2 认证结果评定

序号	管理成熟度要求审核	服务特性测评	服务能力评价	认证级别
1	三级	90 分（含）以上	90 分（含）以上	五星级
2	二级（含）以上	80 分（含）～90 分	80 分（含）～90 分	四星级
3	一级（含）以上	70 分（含）～80 分	70 分（含）～80 分	三星级

b.不通过是指服务管理成熟度低于一级或服务特性测评低于70分或服务能力评价低于70分。

5.3 认证复核与认证决定

复核后，认证机构根据复核结论做出是否批准认证的决定。

对于符合认证要求的批准认证，准予出具证书、许可使用认证标志；不符合认证要求的，终止认证，并告知委托人；终止认证后如继续认证，需重新申请认证。

复核人员如发现有更新、扩大认证范围的情况，认证机构应当审核审查组上报资料是否完整准确，上报资料中填写的认证委托人、服务提供者所在组织名称、服务提供者名称及地址是否与认证委托资料、营业执照一致，服务内容是否与认证机构确认的服务范围一致，组织审查内容是否符合认证要求，审查组提供补充附加说明是否表述明确。如发现不符合，及时退回审查组并写明问题原因，待整改完成后进行再评价。

5.4 获证后监督

5.4.1 监督时间

原则上认证委托人获证 6 个月后即可安排监督，两次现场检查时间间隔不超过 12 个月。若发生下述情况之一，可提前时间或增加监督频次，且监督时机可为不预先通知：

(1) 获证方出现严重的质量、安全、卫生、环保等事故或有严重顾客投诉或媒体曝光事件发生时；

(2) 认证机构有理由对获证服务与依据标准的符合性提出质疑时；

(3) 有足够信息表明持证人由于变更组织机构、服务资源、质量管理体系等而可能影响服务符合性时；

(4) 政府监管或投诉调查时发现不合格。

5.4.2 监督的内容

监督的服务认证模式同初次认证。如果组织不同的场所以相似的方式进行认证覆盖的活动，且这些活动都处于该申请组织授权和控制下，可以基于以往服务认证的结果，在监督活动中按 CNAS-TRC-018:2023《多场所组织服务认证实施指南》中 5.2.5.3 条款要求对多场所进行抽样，监督时的抽样基数 n=1.1。

监督审查至少包括以下内容：

(1) 在监督周期内获证组织发生的重大变化，包括组织机构、服务资源、服务场所范围、内外部环境等的变化情况；

(2) 服务管理成熟度审查，必查条款为 CTS F0004-2026 附录 B 的表 B.1 中的 1.4、1.5、1.6、1.7，其他为选查条款，一个认证周期内覆盖所有条款；

当审查内容有未评价的条款，则实际得分按照下式计算：服务管理成熟度得分=[评价总分/（100-未评价条款分值）]×100

(3) 服务特性测评；

(4) 服务能力评价；

(5) 以往不合格项的跟踪验证；

(6) 认证证书、标志的使用情况。

5.4.3 监督审查人日

通常，监督现场审查人日数至少为 4 人•日。特殊情况下，可以酌情增加审查人•日数。其中服务特性要求测评的人日数不低于服务管理要求审查的人日数，且应当与其工作量相匹配。

5.4.4 监督审查结果的评价

监督审查结论为通过，认证证书持续有效。

监督审查结论为不通过，视其不满足程度对其做出暂停、或撤消认证资格、认证标志使用的决定。认证机构对于做出暂停认证资格、暂停认证标志的证书持有人，要求其在规定的时间内完成纠正措施并经认证机构验证。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。

认证决定的更新、扩大认证范围的情况需符合 6.认证范围变更要求。

6. 认证范围变更

在认证证书有效期内，认证委托人需扩大认证范围的，扩大单元部分应按初次认证程序进行，本机构至少从服务管理成熟度审查监督必查条款、服务特性测评、服务能力评价方面进行补充现场审查。每增加一个服务场所的审查，现场审查人·日数不得低于 4 人·日。

在认证单元内扩展认证服务时，认证委托人提供的材料应符合认证要求，并在下次监督审查时给予验证。

认证委托人要求缩小证书范围的，本认证机构经确认后注销或变更认证证书。

7. 认证证书

7.1 认证证书的保持

本规则覆盖的认证证书有效期 3 年。有效期内证书的有效性通过获证后的定期监督审查来保持。获证组织对于认证证书和认证标志的使用应符合认证机构对认证标志使用的要求。

7.2 认证证书覆盖内容

认证证书应包括以下基本内容：

(1) 认证委托人名称及地址；

(2) 服务提供者所在组织名称、地址和统一社会信用代码；

(3) 服务提供者名称及地址；

(4) 认证依据；

(5) 发证日期和有效期；

(6) 认证机构名称和地址；

(7) 证书编号；

(8) 服务认证标志；

(9) 认证范围；

(10) 其他依法需要标注的内容。

7.3 证书的变更

获证后，如果证书上信息、服务关键要素发生变更，或依据标准/规范性文件变化时，证书持有者应向认证机构提出变更申请。认证机构根据变更内容和认证委托人提供的资料进行评审，确定是否可以变更。对符合要求的，批准变更。证书内容发生变化的，换发认证证书。

注：服务关键要素是对服务结果产生巨大影响的人员、设备、场地、方法等。

7.4 认证的暂停、注销和撤销

当证书持有者违反认证有关规定或达不到相关要求时，认证机构按有关规定对认证证书做出相应的暂停、撤消和注销的处理。证书持有者可以向认证机构申请暂停、注销其持有的认证证书。

证书暂停期间，证书持有者如果需要恢复认证证书，应在规定的暂停期限内向认证机构提出恢复申请，认证机构按有关规定进行恢复处理。否则，认证机构将撤消或注销被暂停的认证证书。暂停期最长不超过 180 天，暂停期间不得使用证书和标志。

8. 认证标识的使用

认证委托人可在获得认证的服务所覆盖的业务范围使用或展示认证标识，样式见图1。标志使用者可以按照比例放大或缩小标志图形，须保持字母清晰，不得更改图形的长宽比例关系、图案、文字和颜色配比。获证企业在使用认证标识时，应符合《中国国检测试控股集团股份有限公司服务认证标志使用指南》及其他管理要求。



图 1 商品售后服务认证标识

9．再认证

持证人如需继续持证，应在证书有效期满前 6 个月提交复审申请。

复审的服务管理成熟度审查、服务特性测评、服务能力评价按 5.初始审查的要求执行。再认证活动中按 CNAS-TRC-018:2023《多场所组织服务认证实施指南》中 5.2.5.3 条款要求对多场所进行抽样，再认证时的抽样基数 n=1.5。

证书到期前应完成再认证换证工作，否则按新申请处理。

10.收费

认证收费由 CTC 按国家有关规定统一收取。

附件 1

（规范性附录）

商品售后服务能力评价

表 1.1　商品售后服务能力评价基本要求

序号	评价项目（分值）	评价子项目（分值）	评价内容	评价得分
1	1.售后服务体系（40分）	1.1组织架构（4分）	1.1.1设立或指定专门从事售后服务工作的部门，并有合理的职能划分和岗位设置。	
2			1.1.2根据需要，服务网点覆盖商品销售区域，能够对服务网点进行有效管理。	
3			1.1.3可通过自建或委托设立服务网点。	
4		1.2人员配置（6分）	1.2.1根据行业特性，配置符合岗位要求并有相应资质水平的售后服务技术或业务人员。	
5			1.2.2 按服务管理人员总数的10%配置售后服务管理师，负责对售后服务工作的管理和对售后服务活动的指导。	
9		1.3资源配置（6分）	1.3.1应提供充足的经费保障，并能提前准备应对特定向题的专项经费。注：当商品涉及安全问题或批次质量问题时，需要提供专项经费，例如赔偿准备金、保险等。	
10			1.3.2售后服务组织应提供内部保证，具体包括： a）长期保持服务专业技术培训和业务人员的业务技能培训，使具有良好的素质和能力； b）定期或不定期的服务文化的培训； c）有效的评优、奖励、普升和员工关怀机制。	
11			1.3.3售后服务组织应提供基础设施，具体包括： a）办公场所和服务场所； b）售后服务设施，例如顾客信息系统、安全保障措施等： c）售后服务活动中涉及的工具、备品备件等。	

12		1.4规范要求（6分）	1.4.1 针对售后服务中的各项活动和流程，制定相应的制度和规范，明确产品/服务范围、职能设计、组织分工、运转机制，并以企业文件形式体现，形成完整的售后服务手册。	
13			1.4.2制定售后服务规范要求时应识别国家有关法律法规的要求，并使员工了解。	
14				
15		1.5监督（7分）	1.5.1设立服务监督机构，由专职人员负责，监督企业售后服务系统的运转情况。	
			1.5.2以监督有效奖惩，持续修正各项服务目标，并通过内部和外部的监督评价活动促进服务品质提升。	
16		1.6改进（5分）	1.6.1生产、销售、服务等部门之间有良好的信息反馈机制，并在商品质量或服务质量方面不点改进。	
17			1.6.2对售后服务中发现的难以解决的向题，设立有关的服务研究部门或委托专业机构进行研究和咨询。	
			1.6.3通过国家认可的相关品牌、安全或管理认证。	
			1.6.4重视服务标准化工作，鼓励参与国家、行业有关标准的制定工作。	
18		1.7服务文化（6分）	1.7.1有明确的服务理念，作为售后服务工作的指导思想，并保证员工理解。	
19			1.7.2对售后服务的目标或水平做出承诺，服务承诺在厂告、宣传品、保修卡、销售合同等各种文档材料中的表述准确一致，并有效地传递给顾客。	
			1.7.3以多种方式向社会公众做服务文化和活动的宣传，形成有效的顾客认知和口碑。	
25	2 商品服务（35分）	2.1商品信息（6分）	2.1.1商品包装有完整、准确的企业和商品有关信息、便于顾客识别和了解。	
26			2.1.2商品附属文档中应明确技术数据、操作使用及保养要求等。文档应便于顾客理解，各条款符合国家有关规定要求。	
27			2.1.3向顾客明示商品的保修期限、维修收费、主要部件和易损配件等信息。	

28			2.1.4涉及顾客使用安全的商品，应在商品上做安全提示，并明示安全使用年限。	
29			2.1.5建立商品系统性缺陷信息公升机制，及时告知顾客。注：系统性缺陷指商品出现的结构性的、批次性的质量缺陷。	
30				
31		2.2技术支持（6分）	2.2.1根据商品的特点，在售出后提供及时、必要的安装和调试服务。	
32			2.2.2提供商品使用所必需的使用指导或顾客培训，解答并解决顾客的疑问。	
			2.2.3在商品有效期内为顾客提供持续的各类技术支持服务。对于有保养要求的商品，应按法律法规要求和服务承诺提供相应的保养服务。	
			2.2.4相关服务活动涉及收费的，应按国家有关规定合理收取，并事先明示。	
33		2.3配送（4分）	2.3.1所售商品的包装应完整、安全，便于运输或携带。	
			2.3.2对顾客所承诺的送货范围、送货时间及时兑现。	
34		2.4维修（10分）	2.4.1售后服务网点和服务部门应安排专人负责资报修登记和接待服务。	
35			2.4.2按国家法律法规有关要求提供包修和保修服务。	
			2.4.3服务人员应注意个人卫生和形象，有效执行报修、送修或上门维修的服务程序和服务规范，及时进行维修，并向顾客如实提供维修记录。	
			2.4.4定期对维修设施、设备和器材进行检查，保证维修服务的正常进行。	
			2.4.5保证商品维修所必须的材料和配件的质量以及及时供应。	
			2.4.6对于维修期限较长，或因维修方原因延误维修时间的，可为顾客提供相应的代用品。	
36		2.5质量保	2.5.1所售商品质量应符合国家相关法规要求和质量标准。	

37		证（7分）	2.5.2对顾客明示的质保期和保修期应符合国家相关规定的要求。	
38			2.5.3对于有质量向题的商品，应按国家有关规定办理退换。如退换（非企业商品质量或服务问题造成的）涉及到收费的，应事先向顾客明示。	
39			2.5.4当商品存在缺陷或出现难以解决的问题（例如：配件停产无法维修、服务场所歇业或地址迁移造成服务中断等）时，应实施商品召回或其他补救赔偿措施。	
40			2.5.5对于贸易型企业，应配合生产厂家，及时完成报修、登记、维修、收费、退换、召回等服务，并按国家有关规定，执行先行赔付制度。	
41		2.6废弃商品回收（2分）	2.6.1向顾客明示废弃商品回收的有关注意事项，其内容应符合安全和环保的要求。	
42			2.6.2按国家有关安全和环保的规定，对废弃商品进行回收和处置。	
43	3顾客服务（25分）	3.1顾客关系（15分）	3.1.1设立有预约、咨询、报修、投诉、防伪查询功能的顾客反馈渠道，建立顾客服务热线或呼叫中心，并明示受理时间。	
44			3.1.2设立网站，包含售后服务的页面和内容，能够提供在线服务功能。	
45			3.1.3建立顾客信息档案和计算机化的服务管理系统，能够有效进行顾客使用情况跟踪和回访，并有对顾客信息和隐私的保密措施。	
46			3.1.4定期进行顾客满意度调查（包括售后服务满意度调查），及时掌握顾客意见，顾客满意度调查可按照SB/T 10409执行。	
47			3.1.5定期为顾客提供有针对性的主动服务或回馈活动。	
48		3.2投诉处理	3.2.1专职部门记录顾客投诉，建立完整的投诉档案。	
49			3.2.2及时反馈和处理顾客投诉，有效解决顾客投	

		（10	诉。	
50		分）	3.2.3配备服务调解人员，并有对突发事件进行及时处理、对服务失误进行补救的措施。	

◆评价服务内容不涉及评价表中部分内容时，可提前说明，且仅限于 2.商品服务中根据实际商品性质和服务性质而不涉及的项目。计算评价总分的符合度，即服务能力评价分=评价总分/（100-不适用条款分值）×100。

附录 A

表 A 商品售后服务认证分类

领域类别	领域名称	包含的类别
03.01	农业原料和活体动物的售后服务	比如：谷物、种子、动物饲料、植物、活体动物、毛皮等
03.02	食品、饮料和烟草的售后服务	水果、蔬菜、乳制品、肉、鱼、茶、调味等
03.03	纺织品、衣服和鞋帽的售后服务	纱、织物、幕帘、网帘、服装、毛皮制品等
03.04	家用器械和设备的售后服务	家庭用家具、电视设备、乐器、照明材料、家用电器、家用器皿等
03.05	杂项日用消费品的售后服务	图书、报纸、手表、时钟、体育用品等
03.06	建筑材料和五金的售后服务	建筑材料、配件、装置和陶瓷卫生设备等
03.07	化工产品和药品的售后服务	化肥、农用化学品、清洁材料等
03.08	机械设备和消耗品的售后服务	机动车、摩托车、办公机械、农业和园林用机械设备、采矿、建筑和土木工程设备、其他专用设备等。
03.09	其他产品的售后服务	金属矿物质、原木、纸和纸板、未另归类的其他产品类

注：我机构仅开展上述服务认证领域活动

中国国检测试控股集团股份有限公司服务认证标志使用指南

中国国检测试控股集团股份有限公司（CTC）服务认证标志是 CTC 认证服务的重要部分，CTC 拥有标志制作的指导、修改、解释权。本指南适用于 CTC 所有服务认证标志的使用和管理。

获得 CTC 服务认证的组织在认证有效期内，可使用服务认证标志，标志的使用方式须符合本指南的要求，未经 CTC 书面允许不得随意改变标志的任何信息。

一、服务认证标志的样式要求

1.不得与强制性认证标志、国家统一的自愿性认证标志或者已经国家认监委备案的认证机构自行制定的认证标志相同或者近似；

2.不得妨碍社会管理秩序；

3.不得将公众熟知的社会公共资源或者具有特定含义的认证名称的文字、符号、图案作为认证标志的组成部分（如使用表明安全、健康、环保、绿色、无污染等的文字、符号、图案）；

4.不得将容易误导公众或者造成社会歧视、有损社会道德风尚以及其他不良影响的文字、符号、图案作为认证标志的组成部分；

5 其他法律、行政法规，或者国家制定的相关技术规范、标准的规定。

二、服务认证证书和认证标志的使用

1、使用条件

认证证书的持有者在使用认证证书、认证标志应同时满足以下条件：

a) 只有证书明确的范围才能使用认证标志；

b) 只有在认证证书有效期内才能使用认证标志，当证书被暂停、撤消、注销时，证书持有人不能继续使用认证标志、认证证书；

c) 认证标志不得以任何方式转让、出售或借用。

2、使用场所

证书持有人可以在宣传、广告、投标洽谈业务时使用认证证书、认证标志，但应在宣传材料上同时清楚地标明获证的范围，不得蓄意或用暗示的方法误导消费者，如果企业只获得服务认证时，不能暗示企业的管理体系也获得本公司认证。

3、使用方式

凡获得本公司服务认证的组织，在认证有效期内，可根据需要在宣传材料、场所中使用认证标志，认证标志应清晰、可明显识别并符合规定。

三、 认证证书、认证标志使用的管理

1、文件要求

公司要求获证组织需对认证标志的使用进行相关管理：

a) 不得利用服务认证证书和相关文字、符号误导公众认为其产品、管理体系通过认证；

b）发现未经授权使用认证标志(如超范围使用)，应及时除去违规使用的认证标志；

c）当证书被暂停使用时，获证组织应及时向其客户说明证书被暂停的原因和期限，并对使用认证标志的宣传材料、场所等采取有效的措施，以防止误用。

2、现场监督

公司将在每年的监督审核中，对证书持有人的认证标志、认证证书使用情况进行监督，一旦发现证书持有人存在误用或冒用认证标志的行为，将及时进行处置，视情况做出暂停、撤消认证证书的处理，并按合同的约定保留依法追究其相应民事责任的权利。

中国国检测试控股集团股份有限公司

二〇二五年九月

标志使用规范

服务认证标识系列

本标识系列目前共5款，后续仅以其中一款作为应用示意，系列中所有标识均按此示意标准执行。

标志整体为圆形。

标志必须使用电子文件模版，不得做任何修改，包括任何变形和重新绘制。标志要置于适合和清晰有序的背景上，当使用有色背景时，请确保标志清晰可辨。











标志使用规范

标志的标准色彩规定

本标识系列标准色彩请直接复制使用第一页彩色图稿，不得更改其CMYK色值。

标准色是标志的重要因素，透过视觉传达产生强烈印象，达到色彩在视觉识别中的作用。

施工安装服务认证标志的标准色结合了 CTC 企业辅助标准色。为保证标志颜色的统一性，每次使用时必须遵循标准的色值。

RGB(色光三原色)
标志色(深蓝)：R5　G69　B134
中文色(黑)：R0　G0　B0
西文色(灰)：R51　G51　B51

CMYK印刷色 (色料三原色混色)
标志色(深蓝)：C100　M70　Y0　K30
中文色(黑)：C0　M0　Y0　K100
西文色(灰)：C0　M0　Y0　K80



CMYK四色版本

多用于纸介常规传播物料，包括印刷品、宣传品、附带品等

C100 M70 Y0 K30　　C50 M35 Y0 K15



多媒体版本

多用于电子媒体，如PC端、移动媒体端等载体

R5 G69 B134
HEX:#054586

R129 G143 B188
HEX:#818FBC

标志使用规范

标志的标准网格图、限制区域和最小尺寸使用规范

施工安装服务认证标志作为一个平衡的整体，使用中不得改变其形状、结构和比例。一致连贯性地使用标志有助于保持标志的统一性，并使标志更易识别。

标志标准网格图

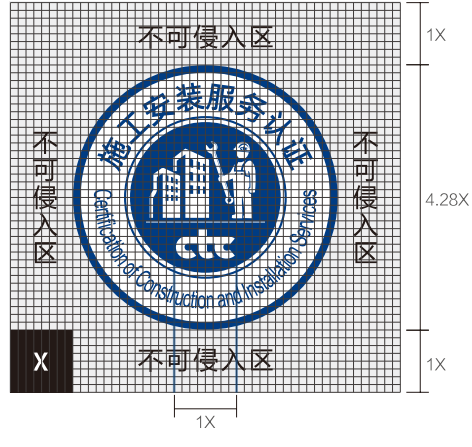
右图为标志用网格图形式展示地正确比例。应用中请直接使用标志的矢量文件。

标志限制区域

为更加清晰有效地传播标志，标志周围必须保持一个最小尺寸的空白空间，即标志的不可侵入区域，此区域内不得出现文字、图像和其它元素。图例中“X”单位对应“CTC”字母的宽度。当标志尺寸改变时，限制区域大小随之改变。

标志最小应用尺寸

为保持标志在不同应用环境中使用的可识别性、适用性和规范性，规定标志的最小使用范围为宽度（也是高度）不小于20mm，在使用中不得小于此最小范围，否则将难以辨识。



注：
X为标志中“CTC”字母的宽度单位
标志整体外缘X范围内为标志保护区，此区域内不得出现任何信息

标志最小应用尺寸
（1:1实际比例）



≥20mm

标志使用规范

标志墨稿及反白

黑白墨稿

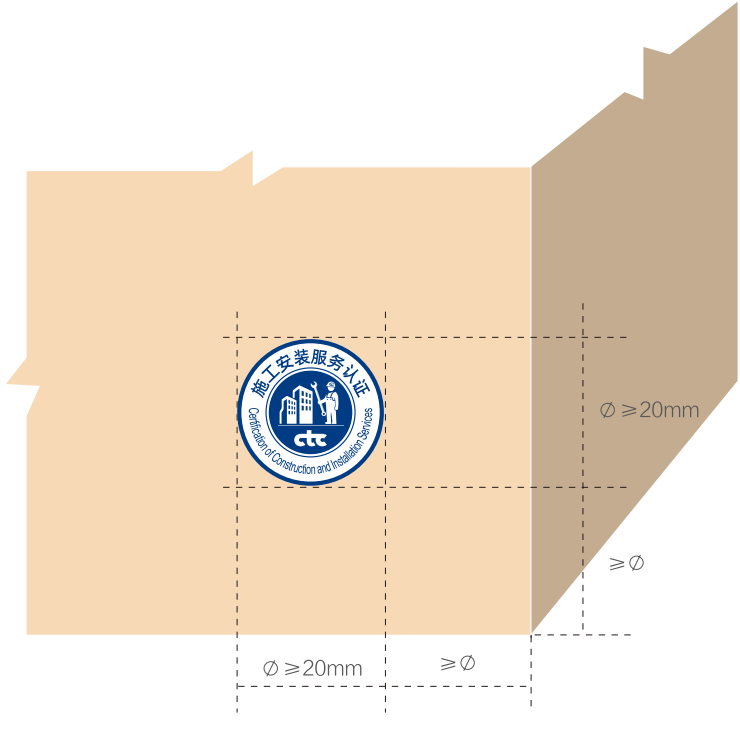


标志反白



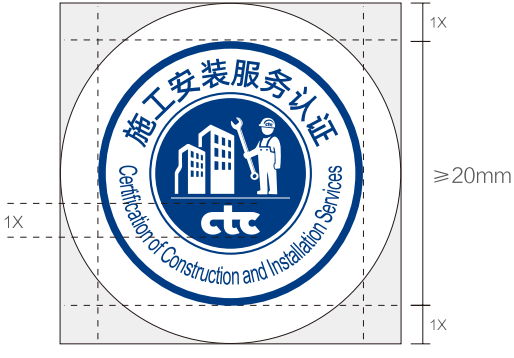
标志使用规范

包装应用方案



标志使用规范

用于外包装应用方案



应用效果图

