

“山西精品”认证实施规则

汽车 4S 店售后服务

2026-08-21 发布

2026-08-21 实施

“山西精品”认证联盟 发布

目 录

前 言 II

1 目的 3

2 范围 3

3 引用文件 3

4 术语和定义 3

5 认证依据 4

6 认证模式 4

7 认证实施 4

 7.1 认证流程及认证周期 4

 7.2 认证申请与受理 4

 7.3 初次认证 5

 7.4 获证后的监督 7

 7.5 再认证 8

 7.6 影响认证的变更 8

 7.7 认证的暂停、恢复、注销和撤销 9

8 审查时间 9

9 认证证书和标志 9

10 认证收费 9

附录A（规范性资料） 汽车 4S 店售后服务要求测评工具

附录B（规范性资料） 服务管理审核内容及评分要素

附录C（规范性质量） 认证证书和标志

前 言

本文件根据“山西精品”认证联盟文件《“山西精品”认证实施管理办法》、《“山西精品”认证技术文件管理要求》，《文化旅游景区服务规范》要求编制，联盟外的任何组织及个人未经“山西精品”认证联盟的许可，不得以任何形式全部或部分使用。

本文件由山西精品认证联盟提出并归口。

本文件主要起草单位：中国船级社质量认证有限公司山西分公司。

本文件主要起草人：李洋、裴书星、黄明燕、郭志斌、翟志源、张耀虎、周萍。

本文件为首次发布，使用过程中由于法律法规或相关产品标准、技术、产业政策等因素发生变化所引起的适用范围调整，将进行及时修订。

1 目的

本文件规定了旅游景区服务认证的认证依据、认证模式、认证实施、认证证书和标志及认证收费等内容。

2 范围

本文件适用于游景区的“山西精品”服务认证。

本文件与《汽车售后服务规范》、《“山西精品”服务管理评价规则》等标准配套使用，与认证机构公正性、保密、认证变更管理等公开文件共同实施。

3 引用文件

凡是注明日期的引用文件，其随后的所有修改单（不包括勘误的内容）或修订版均不适用于本文件；凡是不注明日期的引用文件，其最新版本适用于本文件。

GB/T36686-2018 汽车售后服务规范

T/SXJP 035-2023 “山西精品”服务管理评价规则

“山西精品”认证收费指导意见

“山西精品”认证证书管理要求

4 术语和定义

《汽车售后服务规范》及《“山西精品”服务管理评价规则》中术语和定义适用于本文件。

5 认证依据

GB/T36686-2018 汽车售后服务规范

T/SXJP 035-2023 “山西精品”服务管理评价规则

6 认证模式

服务管理审核+服务特性测评+获证后监督。

7 认证实施

7.1 认证流程及认证周期

7.1.1 认证流程

- 1) 认证申请与受理。
- 2) 初次认证。
- 3) 认证结果评价与认证决定。
- 4) 获证后监督。

7.1.2 认证周期

一个完整的服务认证周期为 3 年，包括初次认证/再认证和两次监督审查。

7.2 认证申请与受理

7.2.1 申请认证提交资料

申请组织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) 书面申请书。

- 2) 有效法律地位证明，如营业执照等。
- 3) 适用的最新有效资质证明、许可证复印件。
- 4) 申请组织建立并实施的相关，如服务手册等。
- 5) 组织机构图、服务蓝图或流程图及服务过程职责说明。
- 6) 其它所需的材料等。

7.2.2 认证受理

认证机构应在接收到申请组织的书面资料五个工作日内对进行评审，若受理，资料齐全且满足“山西精品”认证要求的，双方签订认证合同。资料不符合要求的，认证机构通知申请组织补充资料或修改信息，无法提供有效资料的，认证机构不受理其认证申请。

7.3 初次认证

7.3.1 审查计划

认证机构应在审核前编制审核计划，并经申请组织确认后予以实施，以便有关各方就审核活动的日常安排和实施达成一致。

7.3.2 服务管理审核要求

认证机构应根据 T/SXJP 035-2023 《“山西精品”服务管理评价规则》的要求，通过现场审核前的文件评审和现场验证的方式，按照本文件细化后的评分表对申请组织服务管理进行评价，具体见附录 B。服务管理评价要求总分为 100 分。

7.3.3 服务特性测评要求

7.3.3.1 服务特性测评内容

服务特性测评应覆盖《汽车售后服务规范》全部内容和 service 先进性指标

/要求,服务先进性指标/要求见表一,服务特性测评内容具体详见附录 A《汽车售后服务规范要求测评工具》。

表一、服务先进性指标/要求

序号	先进性指标/要求	指标限制/要求
1	预约服务	“线上预约时段锁定”误差 ≤ 15 分钟
2	维修配件	合格率 100%
3	售后质量	售后服务竣工交付合格率 100%
4	维修车辆不合格处置	维修车辆不合格,明确返工 时限 ≤ 2 小时
5	顾客跟踪和投诉处理	1. 顾客回访率 100%; 2. 投诉解决率 100%
6	综合结果	服务满意率 $\geq 95\%$

7.3.3.2 服务特性测评方法

7.3.3.2.1 通过现场访谈、观察、服务体验等方式实施服务特性测评。

7.3.3.2.2 选择服务现场进行服务体验,服务现场应覆盖关键环节,至少应包括:基本要求、设施设备、接待服务、配套服务、售后服务、救援服务、投诉处理、安全服务、卫生环境、评价与改进、资源与环境保护等方面。

7.3.4 认证结果评价

服务认证结果分为通过、不通过。其中:

1) 通过是指服务管理评价达到80分(含本数)以上,且服务特性测评达到800分(含本数)以上。

2) 不通过是指管理要求评价低于 80 分(不含),或服务特性测评低于

800 分（不含）。

7.3.5 认证决定

认证机构根据收集到的信息，包括从审查过程之外获取的任何可作为认证决定依据的信息（如来自行政监管部门、顾客、行业协会的信息等）进行复核，并做出认证决定。符合认证要求的，颁发认证证书。

7.4 获证后的监督

7.4.1 监督周期

为确保获证组织的服务持续满足认证要求，在证书有效期内，获证组织应接受二次监督审查。

初次认证后的第一次监督审查应在 12 个月内进行，两次监督审核间隔不超过 15 个月，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。

当发生下述情况时，应考虑增加监督频次：

- 国家相关管理部门对其实施处罚；
- 获证组织运作发生了重大变动或发生了其他可能影响认证资格的变更（包括法人、组织机构、相关职能、服务资源以及相关影响企业符合性的体系更改等）；
- 获证组织受到消费者投诉并造成一定社会影响的；
- 获证组织发生严重的质量、安全、卫生、环保等事故；
- 认证依据等发生变化时；
- 发生其他特殊情况时。

7.4.2 监督内容

监督审查应至少包括以下内容：

- 1) 在监督期内组织发生的重大变化，包括组织结构、服务资源、服务规范等。
- 2) 组织自我评价结果和改进的效果。
- 3) 服务特性测评。
- 4) 上一次认证不符合的整改情况。
- 5) 认证证书和标志的使用情况。

7.4.3 监督审查结果评价

认证机构应对监督审查结果做出评定，给出继续保持或暂停、撤销认证证书的决定。认证机构应及时向联盟提交监督审查结果。

7.5 再认证

认证证书到期后获证组织需继续保持认证的，应在证书有效期届满三个月前提出再认证申请。再认证审查内容同初次认证审查内容外，还应关注以下内容：

- 1) 结合内外部变化情况判断组织服务提供过程的有效性。
- 2) 上一认证周期内服务各项绩效指标的改进情况。

7.6 影响认证的变更

7.6.1 当认证要求发生变更时，认证机构应及时将认证要求的变更信息告知所有相关的获证组织，并依据变更后的认证要求实施现场审查、复核和做出认证决定，对符合变更后要求的，换发认证证书。

7.6.2 获证组织提出的变更时，应将变更信息和相关文件一并提交认证机构。认证机构采取文件审查和/或现场补充评价的方式实施评价。评价结果包括换发新证书、或缩小认证范围、暂停或撤销认证处理。

7.6.3 当组织需扩大认证范围时，扩大部分应向认证机构提出申请，按照初次认证要求开展认证活动。

7.7 认证的暂停、恢复、注销和撤销

认证的暂停、恢复、注销和撤销执行《“山西精品”认证证书管理要求》。

8 审查时间

审查时间包括文件审查时间、服务管理审核时间、服务特性测评时间。基础审查时间和调整执行《“山西精品”认证收费指导意见》的规定。

9 认证证书和标志

8.1 认证证书样本见附录 C。

8.2 获证组织应遵守《“山西精品”认证证书管理要求》的要求。

10 认证收费

按照《“山西精品”认证收费指导意见》的要求执行。

附录 A
(规范性附录)
旅游景区服务要求测评工具

- 1、表 A 给出了汽车 4S 店售后服务特性测评的内容与方法，是依据 GB/T36686-2018《汽车售后服务规范》的相关要求，赋值量化构建的服务特性测评表，设定满分值为 1000 分。
- 2、测评内容给出基于李克特 5 点式量表的体验系数 α ，如下：
 - 1) 远低于预期： $0 \leq \alpha \leq 0.2$ 。
 - 2) 低于预期： $0.2 < \alpha \leq 0.4$ 。
 - 3) 符合预期： $0.4 < \alpha \leq 0.6$ 。
 - 4) 高于预期： $0.6 < \alpha \leq 0.8$ 。
 - 5) 远高于预期： $0.8 < \alpha \leq 1.0$ 。
- 3、附录 A 中给出的每一项测评内容的分值乘以该项确定的体验系数 α 后求和，得出服务特性测评基础分。
- 4、将服务特性测评基础分乘以体验否决系数 E，得出服务特性测评分。其中，体验否决系数 $E=\{0,1\}$ ，当服务过程中发生下列任一情况时 $E=0$ ，否则 $E=1$ ：
 - 1) 企业信用有经营异常，严重违法失信情况；
 - 2) 近三年有违法、违规、违纪行为；
 - 3) 近三年有严重顾客投诉、质量、环保和安全事故。
- 5、服务测评分值计算：评价总得分按下式进行计算： $\Sigma Q=Q1+Q2+Q3$ ，三个一级指标各自的评分得分不低于该项分值的 75%，且 ΣQ 总得分不低于 800 分（含本数），均满足为服务特性测评通过。

表A 旅游景区服务要求测评

序号	测评项目	一级 指标	二级 指标	三 级 指 标	体 验 系 数	评 价 得 分	备注
1	汽车售后服务的环境与人员要求（Q1）	100					
1.1	汽车服务商应建立自身特色的统一品牌整体形象。外观、装修、人员穿着、汽车展品摆放及各项服务维修实施等,应要求统一;店内环境整洁明亮。		30				
1.2	建立售后服务人员培训和岗位责任制,明确各类人员的岗位职责,并定期考核。		30				
1.3	售后服务人员应经过专业、系统的培训和专业的技术理论指导。重要岗位的人员要经过行业的系统培训指导,方能上岗。		40				
2	汽车售后服务流程要求（Q2）	700					
2.1	通用要求		150				
2.1.1	汽车服务商从事汽车产品有关的商务活动,应当依法经营、实信用、规范服务、公平竞争。			20			
2.1.2	汽车服务商应策划并提供与服务相适应的专用资源和服务环境。包括: a) 售后服务所需的直接的和间接的人员; b) 服务展示、业务洽谈、产品修理、备件储存和停车等固定的场所和附属设施; c) 服务销售和售后服务所需的设备(硬件和软件); d) 专项技能和技术; e) 适宜的服务环境; f) 财务资源。 这些资源和服务环境应与服务商的经营规模相适应,并进行有效管理。			60			
2.1.3	应建立与服务项目相适应的符合相关法律、法规和质量标准的质量管理体系。应建立与服务环境相适应的符合消防、环保和职业健康安全要求的环境安全管理体系。			30			
2.1.4	对于出厂汽车产品,汽车服务商应随汽车产品提供如下材料: a) 汽车产品合格证; b) 汽车产品使用说明书或技术说明书; c) 产品备用、备件清单。			40			
2.2	售后服务流程与质量要求		150				
2.2.1	售后服务流程要求 应建立完整、科学、合理的售后服务流程,售后服务流程应包括:			80			

	a) 服务沟通; b) 车辆交接; c) 检测诊断; d) 服务报价; e) 服务内容确认; f) 服务内容实施; g) 完工总检; h) 结算交车。					
2.2.2	售后服务质量要求 售后服务质量管理应包括以下方面: a) 售后服务商应将服务方案事先告知顾客, 并告知维修配件的相关信息及相应的价格, 供顾客选择; b) 用于维修服务的汽车零件, 应是经过检验符合质量标准的合格品; 经过修复用于维修服务的汽车零件, 应当向顾客说明瑕疵, 在装用之前得到顾客确认, 并保证产品的技术安全性能, 涉及排放、能耗和安全性的汽车修复零件, 应确保符合该零件的质量标准和适用的安全技术法规; c) 售后服务商应明确并公示汽车零件的索赔规定, 索赔规定应符合相关法规规定和供应商的规定, 当二者不一致时, 应按有利于顾客的规定执行; d) 售后服务商提供保险索赔服务时, 应确保与顾客和保险公司的三方沟通; e) 对汽车维修服务产生的废弃物、水污排放要求, 执行GB 26877的规定。			70		
2.3	售后服务交付要求		200			
2.3.1	售后服务商应确保售后服务竣工后交付前的适当管理, 包括: a) 竣工检验; b) 必要的保洁和包装(如汽车冲洗和零件包装); c) 调整复位; d) 更换下的零部件告知; e) 关闭车窗, 锁紧车门, 停放在规定的车位。			50		
2.3.2	内部交接人员实行交付前验证, 包括修理工单和服务的验证: a) 按规定完成的服务项目; b) 检验记录完整性; c) 必要的签名和日期; d) 产品的洁净度; e) 更换下的零部件。			60		
2.3.3	受理人员按规定的时机和方式向顾客交付产品。交付前应履行下列职责:			60		

	a)打印结算清单，清单应分项计算修理材料和工时费； b)解释服务项目和费用的构成； c)引导顾客支付服务款额； d)提交发票、结算清单、机动车二级维护竣工出厂合格证和出门通行证； e)必要时，提供售后延伸服务。						
2.3.4	安全项和重要修理项目交付时，售后服务商应向顾客进行性能演示。			30			
2.4	维修救援服务		200				
2.4.1	售后服务商提供24h电话和维修救援服务的，应预先公告求救电话和收费标准。			40			
2.4.2	从事救援修理服务的工作人员应经过培训，掌握外出修理救援必需的故障判断、应急准备、车辆牵引和交通安全知识。			50			
2.4.3	维修救援服务的资源应满足规定要求，包括： a)通讯工具； b)白天和晚间值班的人员； c)救援服务需要的车辆及其状态； d)用于救援所需的工具和设备设施； e)需要的备件。			70			
2.4.4	在公路或高速公路实施救援维修服务，应遵守相关的交通安全法规，包括故障汽车在公路上牵引时规定的警示标识、灯光信号、行驶速度和路线。			40			
3	顾客跟踪和投诉处理 Q3	200					
3.1	售后服务商应建立顾客跟踪和信息反馈制度。包括： a)建立承修汽车记录和服务技术档案管理； b)修理后顾客电话回访和满意度测评规定； c)顾客意见、投诉处理和反馈程序； d)顾客意见，投诉与汽车供应商沟通程序； e)第三方对顾客测评结果和投诉信息的反馈程序。		50				
3.2	汽车服务技术档案应包括顾客及其承修汽车必要的信息，可用于随后的查询和质量跟踪。档案包括： a)修理合同； b)修理工单； c)产品检验(包括预检)和测试记录； d)结算清单； e)修理发票； f)合格证(副件)。		70				

	汽车服务技术档案至少应保存10年以上。						
3.3	售后服务商应设立专门的机构和人员，实行修理后的电话回访，回访的顾客意见应及时处理。回访的原始记录应予保存，回访信息反馈汽车供应商或销售商。		20				
3.4	顾客提出需要汽车服务商改进的意见时，应在适当的时机用适当的方式告知改进的结果。		10				
3.5	汽车服务商应关注顾客的投诉，投诉的处理措施应确保与投诉的影响或潜在影响的程度相适应。		10				
3.6	当顾客无法与汽车供应商、销售商就投诉事宜达成共识时，应告知顾客其他投诉处理的合法途径和相关机构。						
3.7	顾客投诉的补救措施和处理结果应按约定的时间反馈顾客。		20				
3.8	涉及重大的投诉和质量纠纷，应通过合法途径合理解决。		20				
合计		1000	1000				

附录 B
(规范性资料)
服务管理审核内容及评分要素

- 1、服务管理要求审核内容及方法评分具体见表B。
- 2、服务管理要求总得分（满分）为100分，评价总得分按下式进行计算：
 $\Sigma Q=W1*Q1+W2*Q2+W3*Q3+W4*Q4+W5*Q5$ 。
- 五个一级指标各自的评分项得分Q1、Q2、Q3、Q4、Q5，按下式进行计算：
 $Qi=该\类\一\级\指\标\实\际\得\分/该\类\一\级\指\标\总\分\值*100$ 。
- 五个一级指标权重W1、W2、W3、W4、W5，见表B。
- 五个一级指标各自的评分项得分 Q1~Q5 不低于该项分值的 75%， ΣQ 总得分不低于 80 分（含本数），均满足为服务管理审核通过。

表 B 服务管理要求审核内容及评分要素

序号	一级指标	赋予权重	二级指标	三级指标	评分要素	评价得分	备注
1	B.1 总要求（质量管理体系）（15） Q1	8%	B.1.1 质量管理体系（8）	建立文件化的质量管理体系（3）	1、参照GB/T19001标准建立文件化质量管理体系，并运用质量管理体系理念和方法开展服务质量管理。（1） 2、明确质量管理组织机构、职责和权限，并确保在组织内理解一致。（0.5） 3、建立适宜的质量管理方针，并与组织宗旨和战略相一致。（0.5） 2、建立完善体系文件，文件层次分明、适宜。（0.5） 3、定期开展内部审核和管理评审。（0.5）		
2				建立服务蓝图（1）	按照服务管理理论与技术，识别服务的接触点，确定服务接触面，建立服务蓝图。（1）		
3				建立服务基础标准、服务提供标准和服务评价标准及制度（1）	1、建立服务规范，规定服务提供者与顾客接触过程中的一系列活动及其结果应满足的要求，即服务标准包括服务基础标准、服务提供标准和服务评价标准。（0.7） 2、建立管理制度，以保障服务标准得到有效贯彻执行。（0.3）		
4				配备必要资源	1、为服务提供和运营配备必要资源，包括人力资源、基础设施、		

序号	一级指标	赋予权重	二级指标	三级指标	评分要素	评价得分	备注
				(1)	环境和知识，以及财务保障。(0.7) 2、对资源的适宜性、充分性开展评审和改进，确保其持续的适宜、充分。(0.3)		
5				开展监视和分析活动(1)	1、建立质量管理活动监视、测量和分析方法，明确内容、时机、频次、方法。(0.5) 2、实施了监视、测量活动，并对结果进行分析和评价，必要时应用了适宜的统计技术。(0.5)		
6				建立和实施改进机制(1)	1、建立持续改进机制，不断改进服务质量和水平，以满足顾客要求和增强顾客满意。(0.5) 2、建立服务质量及管理风险识别、评价和控制机制，包括针对不合格(包括顾客抱怨和投诉)分析原因，采取纠正措施。(0.5)		
7		4%	B.1.2 外包过程和服务控制(4)	外包过程和服务控制(4)	1、建立外包过程和服务管理制度，明确外包方评价和选择准则、外包过程和服务控制类型和程度，以及绩效监测、沟通和改进。(1) 2、开展外包方评价和选择并保留适当记录，与外包方签订合同/协议，明确了外包过程和服务内容、相关要求。(2) 3、对外包过程和服务质量和绩效进行监视、测量和改进。(1)		
8		3%	B.1.3 文件化程序(3)	文件化程序(3)	1、组织应建立并保持文件和记录管理的文件化程序。(0.5) 2、对程序和必要的外来文件和记录进行有效控制。(1) 3、记录清晰、完整、可追溯，以作为服务符合规定要求的证据。(0.5) 4、识别并保存与“山西精品”品认证相关的重要文件。(1)		
9	B.2 服务策划(15) Q2	6%	B.2.1 服务目标管理(6)	服务目标的策划(1.5)	1、建立质量目标管理制度，明确有专门部门/岗位负责质量目标的管理。(0.5) 2、建立包涵客户体验特性要求的服务管理目标，目标体现组织服务宗旨和方针，体现满足适用的法律法规、增强顾客满意和持续改进的承诺。(0.5) 3、质量目标可测量和组织内沟通。(0.5)		
10				实现目标的措施策划和实施(1.5)	1、在相关部门、不同层次和服务项目建立细化的质量目标，并策划监视和/测量方法。(0.5) 2、策划了实现目标的措施，明确做什么、何时做、谁来做、资源需求、以及如何评价的要求。(0.5)		

序号	一级指标	赋予权重	二级指标	三级指标	评分要素	评价得分	备注
					3、措施得当贯彻执行，必要时予以调整。（0.5）		
11				质量目标的监视测量（1.5）	1、建立质量目标监视、测量方法、频次和职责要求。（0.5） 2、定期开展基于质量目标建立的KPI（关键绩效指标）监视、测量活动，主要指标体现以游客为导向且如期实现。（0.5） 3、发现未实现的目标能够及时调整。（0.5）		
12				质量目标更新（1.5）	1、定期分析目标及KPI实施与实现情况，具有自我改进意识和能力。（0.5） 2、实现质量目标动态管理，适时更新，持续适应相关要求，增强顾客满意。（0.5） 3、目标及KPI的实现增强了顾客满意，提升或促进了经营绩效。（0.5）		
13				设计开发和改造的策划（2）	1、制定并实施服务设计开发、改造控制流程和管理制度，明确服务设计内容、流程和阶段、组织和技术接口、职责和管理要求。（0.5） 2、配备相关专业人员，掌握服务管理理论和技术，以及服务要求。（0.5） 3、必要时，配备所需的资源，包括硬件和信息系统。（0.5） 4、对服务设计及控制技术进行了策划，如服务接触理论、真实瞬间（MOT）、风险管理理论、仿真技术模拟高峰期顾客最大承载量、补救技术开发等。（0.5）		
14		9%	B.2.2 服务设计开发和改造（9）	设计开发的输入（2）	1、服务设计开发以顾客需求为导向，获取顾客要求的信息，以及顾客投诉的原因及改进方案，以及服务的发展趋势。（0.5） 2、服务设计开发以适用的法律法规为依据，并考虑以往设计开发的经验。（0.5） 3、对设计开发输入进行评审，设计开发输入信息充分、适宜、完整、清楚，相互矛盾之处得到沟通和解决。（1）		
15				设计开发和改造输出（3）	1、采用服务管理技术和方法，设计服务蓝图及票务服务、游客中心服务和景区内服务蓝图。（1） 2、运用服务接触理论、真实瞬间（MOT）设计开发旅游景区服务关键特性。（0.5） 3、考虑了高峰期和突发紧急情况及服务补救方案。（0.5） 4、运用风险管理理论采取措施确保所设计的服务及其特性的实		

序号	一级指标	赋予权重	二级指标	三级指标	评分要素	评价得分	备注
					现和服务提供和交付过程的管理，设计开发形成了完整的服务提供和控制文件，以规定服务提供流程、要求和控制措施，用于指导服务实施。（1）		
16				设计开发和改造控制（2）	1、)设计开发过程，采用服务控制技术和方法实施评审、验证和确认工作。可行时，安排顾客参与设计、改造和开发的确认工作。（0.5） 2、运用仿真技术模拟高峰期最大承载及疏导并设计相应方案。（0.5） 3、基于全生命周期理论管理设计开发过程，具有较强分析和改进能力。（0.5） 4、基于风险思维对设计变更和改造实施有效控制。（0.5）		
17	B.3 服务资源（15） Q3	2%	B.3.1 人力资源管理（2）	人员岗位资格和能力（2）	1、建立并实施覆盖关键运营岗位的人员管理制度，明确与服务提供和控制相关人才招聘、入职、能力意识提升、调动的管理内容和要求。（1） 2、必需的人员资格证齐全、有效。（1）		
18		5%	B.3.2 员工赋能（5）	人员职业化培育规划（1）	1、制定并实施工作于服务接触面的人员职业化培育规划。（0.5） 2、定期评价人员职业化培育规划的充分性、适宜性和有效性。（0.5）		
19				人员赋能机制（2）	1、制定并实施岗位工作标准，建立基于教育、培训和经验等方面建立并实施人员能力评价机制。（0.5） 2、根据工作标准和顾客需求，识别人员能力提升需求，策划并实施适宜的措施，开展岗前和在岗操作技能培训，有计划地开展职业素质教育、服务知识和技能培训及竞赛，开展培训及其他措施的有效性评价，或采取其他措施以满足顾客需求。（1） 3、对参与突发事件应急处置工作的人员，组织还应进行特定业务培训和定期演练。（0.5）		
20				人员意识建设（1）	1、建立良好企业文化，明确价值观、行为准则，与组织的宗旨和方针保持一致。（0.5） 2、促进员工提升为服务质量和水平提升做贡献的积极性，以及不符合的后果。（0.5）		
21				人员激励机制（1）	1、制定并实施人才队伍建设规划，以价值贡献为导向的人才选拔、任用、考核、薪酬制度。（0.25）		

序号	一级指标	赋予权重	二级指标	三级指标	评分要素	评价得分	备注
					2、建立以提高工作责任心和热情为核心的激励机制。（0.25） 3、建立并实施员工信息交流和满意度定期测评制度。（0.25） 4、员工的积极性、主动性、创新性得到发挥。（0.25）		
22				建立并实施管理制度（1.5）	1、建立并实施设备设施管理制度，明确设备设施全生命周期各阶段管理内容、方法和要求。（0.5） 2、建立并实施设备设施运行规程、操作规程和维护规程，明确设备设施运行、操作、检查和/检测和维护要求。（0.5） 3、定期开展对管理制度、运行、操作和维护规程评审，确保制度持续适宜性。（0.5）		
23				设施设备采购、更新和报废（1）	1、按照制度要求开展关键设施设备采购、更新改造，对供应商开展评价和选择。（0.25） 2、采购合同明确设施设备质量安全、安装、验收和售后服务要求。（0.25） 3、建立健全设备设施技术档案。（0.25） 4、设备设施报废的技术和价值鉴定、及处置审批流程齐全、完整。（0.25）		
24		8%	B.3.3 关键运营设备设施管理（8）	设备设施运行维护（2.5）	1、配备必要的工器具，专人按照制度要求制定并实施关键设备设施运行、维护计划，保留必要的记录。（0.5） 2、有使用登记和定期检验/试验要求的设备设施，需按要求取得相应手续和委托检验/试验，并取得合格。（0.5） 3、设备设施运行、维护、更新改造有特定要求的，应执行相关要求。（0.5） 4、定期开展关键设备设施技术状态评价，作为制定设备设施维护、更新和报废计划依据。（0.5） 5、现场观察评价关键设备保持完好运行正常。（0.5）		
25				设备设施故障应急响应（2）	1、识别设备设施在运行使用、维护期间故障和紧急情况，建立应急响应预案。（0.5） 2、做好应急准备，包括应急人员和物资配备、内外部联络方式及方法，定期开展隐患排查或试验，消除安全隐患。（0.5） 3、定期开展应急响应和人员救援演练，提高应急响应能力。（0.5） 4、定期评审应急响应程序，必要时更新程序。（0.5）		
26				设备设施信息化	1、加强关键运营设备设施的信息化、数字化、智能化建设，促		

序号	一级指标	赋予权重	二级指标	三级指标	评分要素	评价得分	备注
				管理（1）	进服务和经营信息化、智能化转型,信息系统数据存储、备份、调用等安全可靠。（0.5） 2、借助信息通信技术和物联网技术，将关键设备设施集成接入智慧或监控中心，对其状态实施监控。（0.5）		
27	B.4 服务提供（40） Q4	12%	B.4.1 服务提供过程控制（12）	服务提供过程控制	1、按照服务规范实施服务提供，确保服务满足规范要求和顾客需求。（3） 2、服务场所环境、设备设施、标志标识等均适宜。（3） 3、服务人员顾客意识强、言语规范、举止得体。（3） 4、世界文化遗产展示和宣传内容和方式符合要求。（3）		
28		8%	B.4.2 风险评估与应急管理	风险识别和建立预案（2）	1、建立并实施风险识别评估和控制程序，识别服务提供和运营活动中突发紧急情况，包括但不限于：高峰期顾客安全、突发性停电、停水、突发性事件，开展风险评估，确定风险等级。（1） 2、制定应急预案，建立灾害预警机制，及时采取暂停服务及安全疏散等应急措施。（1）		
29				应急准备（2）	1、做好应急准备，包括应急人员和物资配备，明确内外部联络方式及方法。（1） 2、定期开展隐患排查或试验，消除安全隐患。（1）		
30				应急演练和试验（2）	定期开展应急响应和人员救援演练，提高应急响应能力。（2）		
31				应急程序评审（2）	定期评审应急响应程序，必要时更新程序。（2）		
32							
33		12%	B.4.3 安全管理（12）	安全组织机构和管理制度建设（2）	1、设立安全管理组织机构，明确各级人员安全责任制。（0.5） 2、建立并实施各项安全管理制度，促进安全责任制落实和各项制度有效执行。（0.5） 3、获取相关安全生产、职业健康等法律法规、标准规范，并组织宣贯执行。（0.5） 4、安全投入保障。（0.5）		
34				风险识别、评估和控制措施策划（1.5）	1、建立并实施安全风险识别评估和控制程序，识别服务提供和运营活动中安全风险，包括但不限于：人员安全、消防安全、车辆安全、设备设施安全、防盗安全、治安事件等。（0.5） 2、开展风险评估，确定风险等级。（0.5） 3、制定风险控制措施，包括消除危险源，用低危险的过程、运		

序号	一级指标	赋予权重	二级指标	三级指标	评分要素	评价得分	备注
					行、材料或设备替代；使用工程控制措施和重新组织工作，采取管理控制，包括培训，使用适当的个体防护装备。（0.5）		
35				安全管理实施（6.5）	1、根据相关要求，科学测算并核定服务最大承载量，实施服务高峰时的流量控制措施。（1） 2、覆盖整个运营区域的现场摄像监控设备及监控中心，具备监控视频存储和调用功能。（1） 3、加强从业人员劳动保护，开展职业健康安全管理，改善从业人员劳动条件。（0.5） 4、安全保卫制度完整有效，经营场所治安应状况良好。（1） 5、安全报警等设备设施应运行正常，设施安全管理应符合相应的安全标准要求。（1） 6、消防通道和安全疏散通道应设置合理，无安全隐患，消防、防盗、救护设备应齐全，完好有效。（1） 7、危险地段标志明显，防护设施齐备有效，特殊地段设专人看守。（0.5） 8、建立并实施紧急救援机制，提供全天候安全救助，紧急救援处理能力强。（0.5）		
36				安全管理监督和评审（2）	1、建立并实施安全监督检查管理制度，对各项制度、操作规程、人员行为、安全环境等开展检查。（0.5） 2、建立安全隐患排查整改台账，登记安全隐患及整改情况。（0.5） 3、建立并实施安全事故台账和报告制度。（0.5） 4、及时开展安全分析和评审，更新预防措施。（0.5）		
37		8%	B.4.4 环境管理（8）	环境管理组织机构和管理制度建设（2）	1、设立环境管理组织机构，明确各级人员职责。（0.5） 2、建立并实施环境保护管理制度。（0.5） 3、获取相关环境保护法律法规、标准规范，并组织宣贯执行。（0.5） 4、环境保护投入保障。（0.5）		
38				环境因素识别和控制策划（1）	1、建立并实施环境因素识别评价控制程序，开展环境因素识别和评价，确定重要环境因素，识别服务提供和运营活动中环境因素及其环境影响，包括但不限于：一般固废和生活垃圾、危险废物、废水、噪声、废气及能源消耗等。（0.5） 2、制定环境因素控制措施，包括消除污染源，环保材料或物质		

序号	一级指标	赋予权重	二级指标	三级指标	评分要素	评价得分	备注
					替代,降低和控制环境影响,建立环境应急预案。(0.5)		
39				环境管理实施(3.5)	1、倡导保护资源和景观,引导顾客绿色消费。(0.5) 2、根据相关要求,配备环保设施,如分类垃圾收集装置、污水处理装置、降噪抑尘措施等,并确保环保设备设施良好运行或使用。(0.5) 3、垃圾暂存分类管理,日产日清,无流洒。(0.5) 4、水域的漂浮废弃物、藻类植物及时进行打捞、清除,保持干净整洁,无漂浮废弃物、无杂物。(0.5) 5、景区路面、绿化带、草坪、花坛等保持干净、整洁、无杂物。(0.5) 6、环境保护标识标志齐全。(0.5) 7、建立并实施环境污染事故应急预案。(0.5)		
40				环境管理监督和评审(1.5)	1、建立并实施环境保护监督检查管理制度,对各项制度、人员行为、污染物收集/处置等开展检查。(0.5) 2、建立环境管理排查整改台账,登记整改情况。(0.5) 3、及时开展环境管理绩效分析和评审,更新预防措施。(0.5)		
41	B.5 服务改进(15) Q5	3%	B.5.1 内部质量审核(3)	内部质量审核(3)	1、建立文件化的内部质量审核程序。(1) 2、按程序要求开展内部审核,并保留完整记录。(1) 3、对审核中发现的问题,采取适当的纠正措施、预防措施。(1)		
42		6%	B.5.2 顾客投诉管理(6)	受理组织机构和制度建设(2)	1、设立服务质量投诉受理机构,明确职责,落实人员。(1) 2、建立顾客投诉管理制度,建立投诉受理、处置和反馈流程和要求。(0.5) 3、设立并公布监督投诉电话、网址,保持畅通可用。(0.5)		
43				受理和处理(2)	1、投诉受理机构对顾客投诉的处理应及时、合理、稳妥,并保留记录。(1) 2、投诉处理结果反馈及时,得到顾客认可或满意。(1)		
44				分析和改进(1)	建立投诉信息汇总分析机制,识别服务和 Service 管理中的不足,确定改进机会,采取措施,实施改进。(1)		
45				档案管理(1)	建立健全顾客投诉处理档案管理,记录投诉事项、解决措施及顾客回访结果。档案保管完整。(1)		
46		6%	B.5.3 服务补救	服务失败补救实施(3)	1、针对服务失败,依据其影响和风险,确定并评审补救措施,与顾客沟通确认并达成一致。(1)		
47							

序号	一级指标	赋予权重	二级指标	三级指标	评分要素	评价得分	备注
			(6)		2、采取了紧急行动方案（含补救）和响应。（1） 3、记录必要的服务补救方案及实施结果。（1）		
48				分析和改进（2）	建立服务补救汇总分析机制，识别服务和服务管理中的不足，确定改进机会，采取措施，实施改进。（2）		
49				档案管理（1）	建立健全服务补救档案管理，记录事件、补救方案及效果。档案保管完整。（1）		

附录 C
(规范性资料)
认证证书和标志样式

山西精品认证证书

证书编号：

委托人：

注册地地址：

服务提供方：

运营地点：

服务名称：

认证标准：

认证规则：

认证模式：

山西精品

SHANXI
PREMIUM BRAND

证书有效期至： 年 月 日 发证机构：中国船级社质量认证有限公司

发 证 日 期： 年 月 日 签 发 人： (发证机构公章)

换 证 日 期： 年 月 日

证书有效期内本证书的有效性依据发证机构的定期监督获得保持，证书状态可登录认证机构官方网站查询。

Nº A