



中国质量认证中心认证技术指南

CQC8303-2018

商用空调施工安装交付服务技术指南

Air conditioning installation Service Certification Technique Specification

2018-07-01 发布

2018-07-01 实施

中国质量认证中心 发布

前 言

本技术指南按照 GB/T 1.1-2009 给出的规则起草。

本技术指南由中国质量认证中心提出并归口。

本技术指南由中国质量认证中心发布，版权归中国质量认证中心所有，任何组织及个人未经中国质量认证中心许可，不得以任何形式全部或部分使用。

起草单位：中国质量认证中心、北京理工大学、合肥通用机电产品检测院有限公司、中国建筑科学研究院、瑞冬集团股份有限公司、青岛海信日立空调系统有限公司、青岛海尔空调电子有限公司。

主要起草人：吕品、赵宁、周云峰、王伟伟、李媛媛、丁超、崔立新、李道平、柳松、齐兰根、张文强、牛兆学。



商用空调施工安装交付服务技术指南

1 范围

本技术指南规定了为消费者提供商用空调产品的设计、施工、安装、交付等服务的组织开展标准化服务的要求，可用于第三方认证机构对商用空调施工安装服务机构进行评价。评价活动限于空调产品的施工、安装、交付服务范畴，不包括空调系统交付后的使用维护、保养和售后维修等活动。

当服务方提供的服务内容不全导致本规范部分要求不适用时，可以考虑对其进行适用性说明。

2 规范性引用文件

下列文件中的条款通过本技术指南的引用而成为本技术指南的条款。凡是注日期的引用文件，其随后所有的修改单（不包括勘误的内容）或修订版均不适用于本技术指南，然而，鼓励根据本技术指南达成协议的各方研究是否可使用这些文件的最新版本。凡是不注日期的引用文件，其最新版本适用于本技术指南。

下列文件中的条款通过本规范的引用而成为本规范的条款。

GB/T19011 管理体系审核指南

3 术语与定义

下列术语和定义适用于本文件。

3.1 产品交付领域

商用空调产品设备无法独立的简单安装使用，需要经过后期的设计、配套、安装、调试合格后方可交付使用的产品。而通过产品功能的最终实现进行的过程，以及这些过程组成的相对独立的系统领域进行的评价。

3.2 施工安装服务

根据客户的使用需求，通过设计、配套、安装、调试等一系列环节，对商用空调进行施工安装，达到商用空调系统满足客户的功能性要求。

施工安装服务存在于产品交付组织与顾客的接触过程之中，是产品交付组织满足顾客要求的接触和内部活动共同产生的一个或一组相互联系的结果。

注：有形产品的提供和使用可能成为服务的一部分。

3.3 施工安装服务机构

提供商用空调施工安装服务并具有相关资质和固定经营场所的机构。能够依照相关法律法规设定对设计、安装、配套、调试等各项活动承担质量责任。

由顾客全权委托给产品制造商，由制造商负责所有相关工序的质量责任时，需要提供相关的协议来明确。

注：本技术指南简称为施工安装服务机构。

3.4 顾客

接受产品交付服务的组织和个人。

3.5 顾客要求

明示的、通常隐含的或必须履行的需求或期望。

注 1 “通常隐含”指依据习俗或惯例，对于组织和利益相关方而言这些需求或期望都是不言而喻的。

注 2：明示的要求指明确提出的要求，例如文件化的信息。

注 3：要达到较高的顾客满意（3.5），可能有必要满足顾客的一些非明确提出、通常隐含的或必须履行的期望。

3.6 顾客满意

顾客对其期望已被满足程度的感受。

注 1：有些可能在产品或服务交付之后，组织甚至顾客自身才知道顾客的期望，要想达到较高的顾客满意度，可能有必要满足顾客一些未明确提出、通常不言而喻或具有强制性的期望。

注 2：投诉是顾客满意度低的一种常见表达方式，但没有投诉不代表顾客满意度高。

注 3：即使顾客要求符合顾客愿望并得到满足，也不一定确保达到较高的顾客满意度。

3.7 建筑及设施

提供产品交付服务的场所。包括最终安装、固定和使用产品及辅助材料相关功能的场所、设施、建筑物及其辅助系统。

3.8 顾客财产

属于顾客所有，由顾客存放在组织处以及由顾客提供给组织使用，构成顾客财产的物品和个人信息等。

由顾客协议委托组织进行配套采购，虽然顾客未必完全了解这些物品，但也属顾客财产。

注 1：顾客财产可包括用具、物品以及个人资料等。

3.9 物流

物品从供应地向接收地的实体流动过程

3.10 仓储

利用仓库及相关实施设备进行物品的入库、存储、出库的活动。

3.11 产品交付

为满足客户使用的需求，由组织所实施的一系列产品交付活动的过程及其产生的结果。

其中包含如下几点：

a) 交付采购：根据产品安装的需要，在交付过程中采购辅助配套材料的活动，这些外购品是整个产品系统的组成部分（如风管、冷媒、辅助电加热、配套通风机、管路、电源线、保温材、安防材料、支撑部件、焊接材料、法兰盘等）。

b) 交付加工

根据产品的需求，在交付过程中对产品实施的加工作业活动的总称。（安装、焊接、组装、电、水路改造、冷媒充注、风管铺设、辅助设备的配套安装等）

3.12 系统

是指由相互联系、相互作用的要素（部分）组成的具有一定结构和功能的有机整体。

系统既包含产品的系统，又包括围绕产品开展的一系列服务的系统。

3.13 意外事件

导致或可能导致产品交付、产品使用和回收过程中发生人身伤害、健康损害、财产损失的情况，如安装和使用过程中的坠落，安装和使用人员的受伤，火灾，电气隐患等。

3.14 利益相关方

可影响决策或活动、被决策或活动所影响、或自认为被决策或活动影响的个人或组织。

注 1：在产品交付过程中可以是为顾客提供资金担保、工程监理或委托代理责任的人或组织。

注 2：“认为自身受其影响”表明组织已知晓此看法。

3.15 服务特性

组织和顾客的接触过程展现出来的，可以使顾客通过服务提供直接观察体验并加以评价的一组或一组相互联系的有形或无形特性。

注 1：有形特性指服务场所、服务设施、服务用品、服务人员等有形的服务资源所构成的服务特性。

注 2：无形特性指服务等级、服务内容、服务程序、服务方法、服务时间、服务收费、超值服务、品牌服务等无形活动所构成的服务特性。

3.16 服务评价

服务评定中的选取功能和确定功能的组合活动。

注 1：选取阶段、需要确定拟评价的服务特性、要求以及对评价和抽样适应的程序。

注 2：按照适用的规定要求所进行的确定活动可以包括但不限于检查、检测、测量和审核活动。在服务评价中，确定活动通常包括对以下方面的评价：
评价与服务特性要求的符合性。

评价服务组织所实施的内部管理。

4 组织的基本要求

4.1 服务原则

组织在产品交付服务的策划和提供时，应遵循如下原则：

诚信：恪守诚信、公平、负责的社会道德规范，积极致力于实现顾客满意的行为规范，做为并履行其承诺。

尊重：贯彻以顾客为关注焦点的服务理念，确保顾客的要求和产品交付过程充分尊重顾

客的意愿。

透明：应确保产品交付的服务要求和过程透明，并向顾客和相关方公布。

能力：组织应配置资源用于产品交付的策划、实施、保持和改进，并进行有效和高效的管理。

安全：确保产品交付和后续使用过程中的安全，对顾客的需求和相关方的期望作出积极响应，应确保响应的信息是准确的并符合相关法律和法规要求。

改进：组织应规定和保持产品交付活动的各环节职责和报告制度，不断提高服务的有效性和效率是组织追求的目标。

注：除非特指，本标准中的“组织”均为产品交付服务组织。

4.2 基本条件

组织应具备以下方面的基本条件

具备相应服务的营业资质，并以适当方式对外公示。

产品交付领域的管理机制和制度得到建立和有效实施。

拥有必备数量、资格和能力的人力资源、必备的基础设施设备、环境、信息、财务等资源

产品交付的需求应根据实际使用情况进行定位

具备产品交付服务的技术和条件

4.3 组织架构

组织内的组织架构应与其所提供的安装服务特性相适应。组织的最高管理者应确保组织内相关的职责和权限得到规定和沟通。

4.4 产品交付服务的策划和管理制度

最高管理者应识别并确定组织所处的内部和外部环境，明确组织的经营服务宗旨，形成组织的使命、愿景和价值观，并传达到全体员工。管理者应策划实现产品交付服务的要求和目标，以及实现目标的路径和方法，确保建立和改进相关管理制度，至少应：

- a) 体现 4.1 的服务原则
- b) 明确规定相关职责和权限，确保产品交付服务的效果和效率
符合社会道德规范和适应的法律法规
- c) 确定和建立产品交付服务的过程和流程，控制交付过程，确保交付产品能够满足要求
- d) 包含产品交付服务的质量控制、评价、监督及改进等相关内容
- e) 组织如果选择将影响产品安装交付服务的任何过程外包，应确保对这些外包过程的有效控制，对此类外包过程控制的类型和程度应在相关管理服务制度中得到体现。

注：产品交付服务管理制度可以是一系列规章、程序、制度等规范性文件的集合。

如：项目评估制度、分级管理制度、施工管理制度、物流保管及发料制度、安全管理制度

度、外包服务管理制度、施工设备用品管理制度、意外事件处理制度等。

4.5 社会责任

组织应综合考虑相关方的需求和期望，以社会道德规范为基础，努力提升全员的社会责任意识，服务意识，人本意识，管理意识等。

组织的服务应遵守并争取超越相关的环境保护、职业健康安全等方面的法律法规要求，努力优化对资源的使用。

4.6 职业道德

4.6.1 组织应建立行为守则，并予以公示。

4.6.2 组织的宣传和销售行为应遵守相关法律法规的规定，避免夸大、虚假宣传或误导顾客。

4.6.3 组织应保证顾客隐私不受侵犯，未经顾客的允许，不应泄露客户的私人信息。

4.6.4 组织出现被接管、兼并、迁移或其他类似情况时，应至少提前一个月告知客户，并提供合理的连续性服务或者顺延服务期限。

4.6.5 组织应严格履行合同义务。

4.7 供应商

4.7.1 组织应建立供应商选择和评价制度，确定合格供应商。

4.7.2 组织应采取措施确保供应商所提供的设备、设施、产品或服务满足组织所提供服务的最低要求。

5 产品交付服务资源

5.1 总则

组织应确定、提供和维护满足产品交付服务要求所需的资源。

5.2 人力资源

组织应确定满足顾客需求和期望所需的人员能力和意识，通过培训或其他方式，确保从事产品交付服务工作的人员：

认识到服务的重要性以及如何为此做出贡献

采取措施提供服务人员完成工作的能力

具备必要的工作经验、知识、技能

具有良好的沟通能力

具备基本的安全防护、产品相关的知识和技能

具备从事岗位所需的资格证书

具备良好的服务意识和职业素养，具备满足顾客要求、保护顾客财产和信息意识。

产品交付领域工作人员的行为是否符合要求，同时受到顾客与组织的监视和测量，必要时，建立和保持上述活动的记录。

5.3 服务设备设施和环境

组织应确保涉及产品交付领域的场所、设施、设备、施工环境、物料在受控的状态下与顾客接触；

组织应确定、提供和维护提供产品交付过程中的服务场所的噪音、施工时间、粉尘、温度等符合相关法规和相关方的要求。

组织应保持服务设施整洁有序。区域界线、相关标识和警示语应清晰和醒目，必要时，建立施工过程中发生的“不合格品”区域。

组织应依照策划的安排，对交付的过程进行项目跟踪，并保持适当的记录。

组织应确定、提供和维护产品交付过程中所需的设备和工具，如安装工具、检测工具、监控设备、安全保障设备等。

组织应确保提供安装交付服务所需的设备和工具得到检验和测试，能够满足使用要求。组织应依照策划的安排对设备和工具进行维护和保养，并保持适当记录。

涉及到交付产品安全使用的监视、测量、实施的设备，需按照国家相关要求进行校准和检定。

5.4 其他资源

组织应确保最终交付产品（含安装辅助材料）的一致性、适用性、便捷性、经济性、可靠性、安全性。

组织应确保并提供产品交付所需的其他资源（例如使用知识、安全防护、非正常工作的预警、客户服务电话等）满足要求。

注：安装辅助材料指为最终交付而采购或制作的，应具备较长耐用性的有形产品（重要易耗品也应有与涉及到的相关方做出明确告知）。

6 产品交付服务的提供

6.1 总则

组织应秉承以顾客为关注焦点的服务原则，以合法规范的产品交付合同为依据，提供满足顾客要求和期望的服务并努力超越顾客的需求和期望。

6.2 产品交付方案的策划

组织应根据顾客的需求对产品交付的整个方案进行策划，确定服务的要求和目标以及达到要求的途径和方法，适用时，策划应包括以下方面的内容：

- a) 确定服务的要求；
- b) 建立服务过程以及服务的接收准则，形成服务规范、服务提供规范、服务质量控制规范等；
- c) 确定需要外包的服务项目活动，明确外包项目的验收标准；
- d) 服务所需要的资源、成本核算和测控机制；
- e) 突发事件的应急和预警安排；
- f) 其他规定或管理要求；

g) 策划的产品交付方案应形成文件，并在实施前取得顾客（或委托方）的确认和组织的批准；

h) 随着服务的进展和变化，必要时，对方案进行修订。

6.3 需求的识别和确定

组织应建立与顾客沟通的机制，识别和确定顾客及相关方对产品交付及后续使用的需求，以确定对顾客的交付服务方案，适用时，应包含以下方面的内容：

a) 明示的、隐含的、适用的法律法规要求

b) 在提供交付服务前，应对顾客安装使用环境和基本能力状况进行评估，以确定服务方案、服务内容，确保其事宜性、准确性和完整性。

c) 组织应确定对上述的要求具备满足的能力和措施。

d) 组织应把服务承诺视为顾客要求的一部分并在向顾客做出承诺之前进行评审和确认。

e) 若顾客对服务的要求发生变更，组织应确保沟通，及相关文件化信息 修订，并确保相关人员知道已变更的要求。

注：服务承诺具有书面承诺、口头承诺、广告宣传等形式。

6.4 产品交付提供过程的控制

组织应在受控的条件下提供服务，适用时，受控条件应包括：

a) 获得服务规范、策划服务方案的文件化信息

b) 获得服务提供规范、服务质量控制规范及预备实现结果的文件化信息

c) 使用和控制合适的服务设施和环境

d) 获得和使用合适的监视和测量资源

e) 在适宜阶段的监视和测量活动，以验证满足服务质量控制规范的要求

f) 配置胜任的人员能力，适用时具备要求的人员资质

g) 突发、意外事件的处理。

h) 服务对象档案的管理，包括项目信息、服务协议、服务项目、服务记录等。

i) 组织在提供服务前应针对实施服务的目标，方案要求所需的过程、方法、设备、人员、环节、管理等要素进行确认并定期进行再确认，以满足实现服务规范的能力要求。

j) 组织应根据自身条件和项目评估，确定服务项目。

6.5 外部提供的产品和服务控制

6.5.1 选择和评价

组织应确保外部提供的产品和服务满足要求

在以下情况下，组织应确定对外部提供的产品和服务实施控制，以确保其符合要求：

组织提供服务中需采购的产品

组织服务的部分过程是由外部提供方以组织的名义直接提供给顾客

组织决定将某一过程或职能外包

组织应建立和应用基于依照服务要求对提供产品和服务的外部提供方进行能力评价、选择、绩效监视和重新评价的准则。

组织应保存对外部提供方的评价、绩效监视和重新评价产生的适当的文件化信息。

6.5.2 采购及沟通

组织应确定并沟通与采购有关的要求

组织提供服务需采购的产品和服务过程的要求

接收或放行产品和服务的方法、过程的准则

对外部提供方人员能力的要求，包括必要的资格

组织对外部提供方的监视、测量及绩效的控制要求

必要时，组织或其顾客拟在外部提供方现场实施产品或服务的验证活动

在采购要求提交给外部提供方之前，组织应确保所规定的要求时充分的。

6.5.3 外部提供方的控制

组织有确保外部提供的产品和服务满足要求，对外部提供方的控制可包括：

外部提供方的资质和提供产品或服务的能力通过了鉴定及验证

外部提供方已建立与本组织相适应的管理体系，并确保其有效运行

对外部提供方与顾客的直接接触过程进行监视和测量并保持适当记录

6.6 顾客财产

组织应建立、实施和保持对顾客财产的控制制度，用于识别、验证、保护和维护在组织控制下或使用的顾客财产。

如果发生顾客财产被误用、丢失、损坏或发现不适用的情况，组织应向顾客报告，并保持记录。

顾客的个人信息的，应有妥当措施予以保密。

6.7 产品的仓储、运输配送、装卸搬运的服务

组织应确保上述服务通过以下规定方式进行

仓储服务：

确保物品外包装和使用价值的完好，适用式，作业应满足物品包装物上的储运标识要求。

防止混淆，实施分区、分类管理：

对出现残损或其他不适用情况下的物品进行记录或依据与顾客的约定办理并单独存放。

及时、准确、完整的向顾客提供物品入、出库及在库相关信息。

采取适宜的方法对库区进行监控。

运输配送：

选用适当的设施、设备并采取必要的措施以保障物品的质量和安全

采取必要措施，确保按时将物品送达顾客要求的地点

装卸和搬运服务：

采用合理的流程和适宜的设备，确保物品及作用人员的安全。

6.8 交付采购和交付加工

交付采购：

根据顾客要求和产品特性，采购恰当合理的配套产品，并对这些采购的材料进行质量验收和服务评价。

对重要、关键的供方，进行管理评审工作。

交付加工：

根据顾客要求和产品特性，选择合理的加工地点和适宜的加工方式

确保加工环节与其他环节之间的顺畅衔接

进行控制以确保加工服务满足时间和相关工艺技术要求

考虑安全生产及对环境产生的潜在影响

临时调整的重大加工方案变更，应及时与顾客沟通，依照合同、协议等契约文件要求进行责任划分和必要的补偿工作。

6.9 不符合的控制

组织应确保不符合要求的产品和服务得到识别和控制，以防止其非预期的使用或交付。

组织应根据不合格的产品或服务的性质及影响采取适当的纠正措施，包括产品交付后发现的不合格产品和服务。

适宜时，组织应针对不合格产品和服务的原因采取下列处置措施：；

纠正

停止交付活动

告知顾客

获得顾客或授权人的让步授权

放行、继续提供或重新提供服务

赔偿、致歉或补偿服务

在不符合的产品和服务得到纠正之后应对其再次进行验证，以证实符合要求。

应保存针对不符合的产品和服务所采取的措施，包括让步授权的文件化信息。

6.10 安全与风险（预防）管理

针对潜在的电气安全风险，火灾，坠落，机械损害等意外事件，组织应结合本机构实际情况制订处置专项意外事件的应急预案，识别可能出现的紧急情况并适时启动应急预案。

组织内的产品交付人员应掌握应急预案内容。

组织应根据实际情况变化，不断补充、完善各类应急预案。

适当时，组织应考虑运用商业保险手段，减少意外事件发生后的损失。

组织应对提供产品交付及后续使用过程中的安全因素与风险进行识别和分析，必要时，采取措施以降低偏离预期目标的风险。

至少应考虑以下方面的内容：

涉及到安全和重要、特殊、关键工序的识别、规定、操作要求和检验要求。

安全标识、警示信息的使用和维护

安全管理人员的配备

人员的安全教育和培训

产品所有涉及到的设施、设备的安全管理。

组织应建立完善的风险控制机制，设置合理的意外情况评估和检查，解决可能存在的争议，必要时，向顾客传达书面的安全与风险预防管理说明书。

7 产品交付服务绩效

7.1 服务监督与评价安排

组织应对产品交付的全过程服务提供过程所需的监督活动并采取适宜的方法对产品交付服务提供过程进行监督，以确定服务是否依照策划的安排得到有效实施，服务管理制度是否得到遵守和保持。服务监督的方法应明确监督的主体和对象、监督的频次、手段、相关信息数据的收集和使用等方面的安排。

组织应建立和保持服务监督与评价的结果和随后所引发措施的记录。

7.2 顾客满意

组织应对顾客的满意程度进行评价

注：顾客满意度的评价可包括以下方面的安排

顾客满意度信息的收集与处理

顾客满意度调查方案的设计、包括抽样方式和调查方式

顾客满意度的评价方法

7.3 服务绩效评价

组织应定期对服务的绩效以及在时间、费用、顾客满意度等方面是否实现所预期的结果或目标进行评价，包括，但不仅限于一下方面的适用指标：

投诉率

顾客满意度

内部评价的安装质量达标率

项目按期完成率

订单正确处理率

产品返修率

安装成本提效和降耗的指标改善（含外购辅材的性价比和外包业务的服务成本）

与节能降耗相关的指标

安全事故率/数

组织应采取必要的措施以确保指标数据的准确性

组织内部可由专门人员负责对作业质量做出评价,对于评价发现的不合格应立即责成有关人员采取适当的纠正措施。

组织服务管理体系的内部审核应符合 GB19011 的要求。

外部评价:

组织应设立顾客及相关方接受/发现不合格服务时的投诉渠道,并使投诉渠道随时保持畅通

组织应收集政府主管部门、行业协会以及其他管理部门的检查和评价信息,以了解顾客及相关方对服务的期望和满意情况。

管理评价

组织的管理者对服务管理体系的定期评价应以来自内部评价和外部评价的信息为依据评价的结果以及所引发措施的记录应得到保持。

8 产品交付服务改进

8.1 投诉处理

组织应向顾客提供方便、可靠的投诉渠道,并对投诉处理的时限做出承诺

组织在接收到投诉信息后,应及时进行确认并反馈,在承诺的时限内进行投诉的有效处理,无法进行有效处理的,应及时与顾客进行沟通。

组织应确保顾客可以方便的进行投诉处理进程的查询。投诉处理的结果应及时反馈给顾客,并采取相应措施防止类似事件的再次发生。

应建立和保持投诉及投诉所引发措施的记录。

8.2 纠正措施

不合格服务发生后,组织应:

a)作出应对,适当时

控制和纠正不合格

处理不合格所造成的后果

b)通过以下活动,评价是否需要采取措施消除产生不合格的原因,防止不合格的再次发生或在其他区域环节发生:

评审和分析不合格

确定不合格的原因

确定是否存在或可能发生类似的不合格

c)实施所需的措施

d)评审所采取纠正措施的有效性

e)需要时,对服务管理制度进行必要的变更

纠正措施应与所产生的不合格的影响相适应。

组织应建立和保持不合格的性质及随后采取措施的记录。

8.3 服务改进

组织应确定和选择改进机会，采取必要措施对产品交付服务进行持续改进，增强顾客满意。

适当时，组织应通过对以下方面的响应，实现服务的改进：

服务绩效数据分析的结果

组织环境的变化分析

所识别的风险的变化

发现新的机会。



附录 A

(资料性附录)

表 A.1 消费者可能询问的主要问题以及相关服务要素

消费者询问的问题	服务要素
1. 我信任服务提供者吗? 需要有关诚信、声誉、偿付能力、可靠性、优良服务质量等方面的信息。信息可能直接来自服务提供者、包括品牌名称、顾客服务相关规范的使用。信息也可来自第三方, 例如消费者和其他服务评级或认证的机构。	服务提供者 沟通 供方
2. 我符合接受该服务的条件吗? 某些服务适合于所有人, 某些服务需要满足一定条件, 例如特定的顾客要求(温度、湿度、新风量、洁净度、耐腐蚀等)。	顾客 沟通
3. 我是否从服务提供者处获得了价格、性价比、可选性等方面的足够信息, 以便能做出正确的决策?	沟通
4. 我能否理解信息? 信息是否易于使用? 信息是否够还是过多?	沟通
5. 关于服务提供者或服务的某些方面影响我的决策吗? 例如环境、健康和安全、组织或服务的社会影响、责任	服务提供者 沟通
6. 服务提供者及其职员对我有礼貌并且有帮助吗?	职员 沟通
7. 我容易联系到该组织吗? 例如办公开放时间、网站、免费热线服务电话、电子邮件等。	服务环境 设备 沟通
8. 该组织考虑我的特殊需求和局限吗?	服务环境 设备
有关服务购买和合同的问题	
9. 我理解合同(或默示合同)吗?	合同 沟通
10. 合同给我提供了足够的信息作决策吗? 例如清楚规定买方、卖方和第三者权利义务、格式合同、撤销权。	合同 沟通
11. 我可以清楚预见该服务将给我带来什么吗?	交付 沟通
12. 我可以采用不同的支付方式吗? 是否清晰说明? 例如通过互联网支付、从银行账户扣除	支付 服务环境 设备 沟通
有关服务交付的问题	
13. 我是否在预定的时间, 以预期的方式享受到预期的服务质量	交付 服务结果 沟通
14. 服务的提供是否安全, 是否尊重我的隐私, 且不损害固有财产、健康和环境? 如果不是, 我怎样才能获得帮助? 例如服务热线	支付 服务结果 设备 服务环境

	补救措施 沟通
15. 是否以礼貌、专业、友善的方式和适当的态度提供了服务？	职员 沟通
有关服务投诉的问题	
16. 我如何投诉，有可提供选择的投诉方式吗？	补救措施 沟通
17. 我的投诉是否得到迅速、礼貌、专业的处理	职员 沟通
18. 如果服务提供者没有解决我的问题，我是否可以请第三方考虑我的投诉？	职员 补救措施 沟通



参考文献

- [1]GBT 1.1-2009 标准化工作导则 第1部分：标准的结构和编写
- [2]SB/T 10382-2004 服务管理体系规范及实施指南
- [3]GB/T15624 服务标准化工作指南
- [4]GB/T24620-2009 服务标准制定导则 考虑消费者需求
- [5]ISO9000:2015 质量管理体系 基础和术语
- [6]ISO9001:2015 质量管理体系 要求
- [7]GB/T19011-2013 管理体系审核指南
- [8]GB/T19004-2011 追求组织的持续成功 质量管理方法
- [9]GB/T 22766 家用和类似用途电器售后服务
- [10]GB/T27922-2011 商品售后服务评价体系
- [11]GB/T18760-2002 消费品售后服务方法与要求
- [12]GB 50736-2012 民用建筑供暖通风与空气调节设计规范
- [13]GB50019-2003 采暖通风与空气调节设计规范
- [14]GB50243-2002 通风与空调工程施工质量验收规范

