



中华人民共和国国家标准

GB/T 19018—2017/ISO 10008:2013

质量管理 顾客满意 企业-消费者电子商务交易指南

Quality management—Customer satisfaction—Guidelines for
business-to-consumer electronic commerce transactions

(ISO 10008:2013, IDT)

2017-10-14 发布

2018-05-01 实施

中华人民共和国国家质量监督检验检疫总局
中国国家标准化管理委员会 发布

目 次

前言	III
引言	IV
1 范围	1
2 规范性引用文件	1
3 术语和定义	1
4 指导原则	2
4.1 总则	2
4.2 承诺	2
4.3 组织能力	2
4.4 人员能力	2
4.5 适宜	2
4.6 准确	2
4.7 透明	3
4.8 可获得	3
4.9 响应	3
4.10 同意	3
4.11 公平	3
4.12 责任	3
4.13 合法	3
4.14 隐私	3
4.15 安全	3
4.16 一体化	3
4.17 改进	3
5 B2C ECT 体系	4
5.1 框架	4
5.2 目标	4
5.3 过程	4
5.3.1 总则	4
5.3.2 单阶段过程	5
5.3.3 多阶段过程	5
5.4 资源	6
5.4.1 总则	6
5.4.2 B2C ECT 供方	6
5.4.3 程序	6
5.4.4 内部和外部沟通计划	6
5.5 关联性	6
6 单阶段过程	7

6.1	交易前阶段	7
6.1.1	总则	7
6.1.2	内容创建	7
6.1.3	内容传递	7
6.1.4	内容管理	8
6.2	交易中阶段	9
6.2.1	总则	9
6.2.2	初始选择支持	9
6.2.3	消费者身份确认	9
6.2.4	最终报价	10
6.2.5	支付选择支持	10
6.2.6	授权支付	11
6.2.7	订单确认	11
6.3	交易后阶段	11
6.3.1	总则	11
6.3.2	交付	11
6.3.3	纠正	11
6.3.4	退换货	12
7	多阶段过程	12
7.1	消费者互动	12
7.1.1	总则	12
7.1.2	B2C ECT 规范	12
7.1.3	消费者支持	13
7.1.4	投诉处理和外部争议解决	13
7.1.5	反馈处理	13
7.2	消费者数据管理	13
7.2.1	总则	13
7.2.2	安全	13
7.2.3	隐私	14
8	保持和改进	14
8.1	信息收集	14
8.2	B2C ECT 体系绩效评价	14
8.3	B2C ECT 体系的满意程度	14
8.4	B2C ECT 体系评审	14
8.5	持续改进	15
附录 A (资料性附录)	B2C ECT 环境下顾客满意和消费者需求	16
附录 B (资料性附录)	补充参考	18
附录 C (规范性附录)	信息提供指南	20
附录 D (资料性附录)	组织 B2C ECT 规范指南	22
参考文献		23

前 言

本标准按照 GB/T 1.1—2009 给出的规则起草。

本标准使用翻译法等同采用 ISO 10008:2013《质量管理 顾客满意 企业-消费者电子商务交易指南》(英文版)。

与本标准中规范性引用的国际文件有一致性对应关系的我国文件如下：

——GB/T 19000—2016 质量管理体系 基础和术语(ISO 9000:2015, IDT)

本标准由全国质量管理和质量保证标准化技术委员会(SAC/TC 151)提出并归口。

本标准起草单位：中国标准化研究院、上海市质量协会、上海市电子商务行业协会、深圳市标准技术研究院、青岛海尔质量检测有限公司、上海东方电视购物有限公司、上海质量体系审核中心、阿里巴巴(中国)有限公司、北京京东世纪贸易有限公司、北京林业大学。

本标准主要起草人：康健、蔡华利、陶利萍、张承鹤、贾艳丽、任贤全、杨王伟、王金德、袁征、肖迪、樊坤。

引 言

0.1 概述

本标准为企业-消费者电子商务交易(Business to Consumer Electronic Commerce Transactions, B2C ECT)体系提供指南。

有效和高效的 B2C ECT 体系可以为消费者和组织在交易处理的所有方面提供帮助。

本标准为企业实施 B2C ECT 体系提供了指南,从而:

- a) 为消费者增强对 B2C ECT 的信心奠定了基础;
- b) 提高了组织使消费者满意的能力;
- c) 有助于减少投诉和争议。

B2C ECT 涉及组织和消费者之间的互联网交易,无论消费者采用任何设备(例如个人电脑、平板电脑、个人数字辅助设备和能够上网的手机)通过有线或无线网络进行连接。就本标准的目的而言,B2C ECT 也可以包括其他以数据为基础的通讯网络(例如短信发送)和不同界面的通信接口,包括网站、社交媒体网页和电子邮件。

本标准适用于以下情况,适用于 B2C ECT 的大部分过程,至少在交易中阶段(见 5.3)(例如支付过程、消费者协议确认或产品配送过程)。

针对组织和消费者没有产生交易,但存在一些线上互动的情况,本标准同样适用,例如组织线上做广告,但并没有线上出售产品(或服务)。

对于没有线上部分的远程销售,例如邮寄订单,本标准不适用,但是可以提供一些参考。

本标准不适用于个人之间的交易(“消费者-消费者”),但是可以用于为个人之间的交易提供线上服务的第三方组织。

0.2 与 GB/T 19001 和 GB/T 19004 之间的关系

本标准与 GB/T 19001 和 GB/T 19004 相容,通过有效和高效的 B2C ECT 体系的实施,支持上述两个标准目标的实现。

GB/T 19001 规定了质量管理体系要求,可供组织内部使用,也可用于认证或合同目的。按本标准实施 B2C ECT 体系,可以作为质量管理体系的一个要素。GB/T 19004 为组织在质量管理方面的持续改进提供了指南。本标准将有助于推动组织在 B2C ECT 环境下的持续成功。

0.3 与 GB/T 19010、GB/T 19012、GB/T 19013 和 ISO 10004 之间的关系

本标准与 GB/T 19010、GB/T 19012、GB/T 19013 和 ISO 10004 相容。这五个标准可以独立使用,也可以同时使用。同时使用时,这些标准可以作为更广泛的整合框架帮助组织在 B2C 和非 B2C 环境中提高顾客满意。

各组织可以使用 GB/T 19010 来策划、设计、开发、实施、保持和改进 B2C ECT 规范,该规范是 B2C ECT 体系的一部分。在 GB/T 19012、GB/T 19013 和 ISO 10004 中分别描述的投诉处理、外部争议解决以及顾客满意的监视和测量都可以作为 B2C ECT 体系中重要组成部分。

质量管理 顾客满意

企业-消费者电子商务交易指南

1 范围

本标准可为组织策划、设计、开发、实施、保持和改进有效和高效的 B2C ECT 体系提供了指南。

本标准适用于从事或计划从事 B2C ECT 的组织,无论其规模、类型和活动。

本标准不拟作为消费者合同的一部分,也不拟改变现行法律法规所规定的权利或义务。

本标准旨在帮助各组织建立一个公平、有效、高效、透明和安全的 B2C ECT 体系,以提高消费者对 B2C ECT 的信心,并增强顾客满意。本标准主要针对 B2C ECT 体系进行交易的消费者群体。

本标准可以作为组织质量管理体系的补充。

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。

ISO 9000 质量管理体系 基础和术语(Quality management systems—Fundamentals and vocabulary)

3 术语和定义

ISO 9000 界定的以及下列术语和定义适用于本文件。

3.1

企业-消费者电子商务交易 business to consumer electronic commerce transactions; B2C ECT 组织(3.2)在线上为**消费者**(3.3)提供**产品**(3.4)和服务进行的一系列交互活动。

3.2

组织 organization

为实现目标,由职责、权限和相互关系构成自身功能的一个人或一组人。

注 1:组织的概念包括,但不限于代理商、公司、集团、商行、企事业单位、行政机构、合营公司、协会、慈善机构或研究机构,或上述组织的部分或组合,无论是否为法人组织,公有的或私有的。

注 2:这是 ISO/IEC 导则 第 1 部分 ISO 补充规定的附件 SL 中给出的 ISO 管理体系标准中的通用术语及核心定义之一,最初的定义已经通过修改注 1 被修订。

3.3

消费者 consumer

为个人、家庭或家庭成员需要而购买或使用**产品**(3.4)的公众中的独立成员。

注 1:消费者包括潜在消费者。

[来源:ISO/IEC 导则 76:2008,3.4,修改为:“货物、财产或服务”用“产品”替代,原文中的注被删除。]

(与 ISO/IEC 导则 76:2008 相对应的国家标准为 GB/T 24620—2009)