

中华人民共和国认证认可行业标准

RB/T XXXXX—202X

消费品测评机构良好行为规范

Code of good practice for testing and assessment body of consumer products

(征求意见稿)

202X - XX - XX 发布

202X - XX - XX 实施

中国国家认证认可监督管理委员会 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 基本原则	2
4.1 合规性	2
4.2 真实性	2
4.3 公正性	2
4.4 专业性	2
4.5 保密性	2
5 总体要求	3
5.1 基本条件	3
5.2 主体责任	3
5.3 测评目的	3
5.4 测评内容	3
5.5 测评类型	3
5.6 质量保障	3
5.7 资金保障	3
6 组织管理	3
6.1 组织要求	4
6.2 项目管理组	4
6.3 信息管理组	4
6.4 测试评价组	4
6.5 测评评定组	4
6.6 其他要求	4
7 测评范围	4
8 测评方法	5
8.1 标准方法	5
8.2 非标准方法	5
8.3 其他	5
9 测评程序	5
9.1 程序内容	5
9.2 测评对象的确定	6

9.3	基础调研	6
9.4	项目提案	6
9.5	立项下达	6
9.6	建工作组	6
9.7	采样送检	6
9.8	测评实施	7
9.9	生成报告	7
9.10	结果审定	8
9.11	发布宣传	8
9.12	异议处理	8
9.13	样品处理	8
9.14	工作评价	8
10	委托检测	8
10.1	委托协议	8
10.2	资质条件	9
11	风险管理	9
12	数据管理	9
13	声明管理	9
13.1	免责声明	10
13.2	权利声明	10
附录 A	(资料性) 测评工作组织设计图	11
附录 B	(资料性) 测评工作程序	12
附录 C	(资料性) 测评项目提案	13
附录 D	(资料性) 测评异议申诉表	14
	参 考 文 献	15
表 1	消费品测评可能的风险来源和预防/应对措施	9
表 C.1	测评项目提案	13
表 D.1	测评异议申诉表	14

前 言

本文件按照GB/T 1.1—2020《标准化工作导则 第1部分：标准化文件的结构和起草规则》的规定起草。

本文件由××××提出。

本文件由XXXX归口。

本文件起草单位：

本文件主要起草人：

引 言

随着消费者需求日益多元化、个性化、场景化，对产品测试评价的关注度越来越高。消费品测试评价活动在向消费者提供选购建议的同时，也存在一些问题。测评机构的技术能力和服务水平良莠不齐，商业测评乱象频发，令消费者面临很多困惑，更有甚者部分评测结果误导消费者。

现阶段我国对消费品测评机构及其测评活动的管理，法律法规尚不完善，并且缺乏必要的技术指南。为进一步规范引导消费品测评机构及其测评活动，助力于构建良好行为规范、净化消费品测评环境，向社会各方提供科学、公正、真实、有效的消费品质量安全、功能性能、使用体验等信息，亟需加强标准和技术规范建设。

为推动消费品测评质量不断提高，传递消费信任，提升消费质量，推动消费品测评行业自律，引导测评机构及其工作人员形成良好的行为规范，制定本文件。

消费品测评机构良好行为规范

1 范围

本文件规定了对消费品测评机构良好行为规范的基本原则、总体要求、组织管理、财务保障、测评领域、测评方法、测评程序、委托检测、风险管理、数据管理、声明管理等。

本文件适用于消费品测评机构。其他测评机构可参照本文件执行。

2 规范性引用文件

下列文件中的内容通过文中的规范性引用而构成本文件必不可少的条款。其中，注日期的引用文件，仅该日期对应的版本适用于本文件；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 36431 消费品分类及代码

3 术语和定义

下列术语和定义适用于本文件。

3.1

消费者 consumer

出于私人目的购买或使用财产、产品或服务的个人。

[来源：ISO 26000:2010, 2.2, 有修改]

3.2

消费品 consumer product

主要但不限于为个人使用而设计、生产的产品，包括产品的组件、零部件、附件、使用说明和包装。

3.3

测评 testing and assessment

对不同品牌的同类产品或同一品牌的不同型号产品，或对产品明示内容与产品实物，就产品的性能、安全、一致性等方面指标进行对比检测、评价的活动。

3.4

测评对象 object of testing and assessment

测评活动的客体，即各类可供测评的产品。

[来源：RB/T 055—2020, 3.2, 有修改]

3.5

测评指标 indicator of testing and assessment

测评活动中用于衡量测评对象的具体项目。

[来源：RB/T 055—2020, 3.3, 有修改]

3.6

测评机构 testing and assessment body

依据相关标准化文件，对测评对象进行采样、送检、测评及结果发布的单位或组织。

3.7

测评工作组 testing and assessment working group

由测评机构组建，负责具体测评项目的实施开展的组织。

3.8

检测实验室 testing laboratory

从事检测工作的实验室。检测是指按照规定程序，由确定给定产品的一种或多种特性、进行处理或提供服务所组成的技术操作。

3.9

测评专家库 assessment expert database

由测评机构组建，负责对测评项目提案、测评结果进行审定。

4 基本原则

4.1 合规性

4.1.1 测评机构应遵循法律、行政法规等有关规定，开展各类评测活动，不得对外发布法律、法规禁止发布的敏感信息。

4.1.2 测评应优先选择适用且已发布的标准方法，以保证测评方法的合规性。

4.2 真实性

4.2.1 测评机构应坚持真实性原则，不依赖于主观意识，如实客观开展测评活动和公布测评结果，不应过度解读。

4.2.2 测评的开展应经过充分的技术调研和分析论证，并得到相关方的广泛认可，以保证测评任务的客观真实性。

4.3 公正性

4.3.1 测评机构应公正地开展测评工作，并从组织设计和工作管理方面保证公正性。

4.3.2 测评机构应作出公正性承诺。

4.3.3 测评机构应对测评工作的公正性负责，不允许由商业、财务或其他方面的压力损害公正性，不开展以盈利为目的的商业测评。

4.4 专业性

4.4.1 测评机构应配备测评工作所需的标准技术、检测技术、结果解读等专业人员及测评评定队伍，以保障测评工作人员的专业性。

4.4.2 测评机构宜在行业具备一定的权威性和影响力，应能掌握测评对象的质量状况，以保证测评工作主体的专业性。

4.5 保密性

4.5.1 测评机构应通过作出具有法律效力的承诺，承诺对在测评工作中获得或产生的所有信息承担管理责任，除涉及测评工作必要的信息外，应予以保密。

4.5.2 其他参与测评工作的相关单位和人员，应对测评工作中获得或产生的所有信息保密，法律要求的除外。

5 总体要求

5.1 基本条件

测评机构应具备独立法人资质，对测评活动承担法律责任。

测评机构应具备测评调研和方案设计、检测报告分析与解读、测评报告撰写等能力，并按照测评机构的管理要求工作。

5.2 主体责任

测评机构应对测评内容作出客观、科学的技术评价，并对这一过程和结果承担主体责任。

5.3 测评目的

测评工作的目的包括：

- 为消费者提供消费指南；
- 为政府提供监管支撑；
- 为企业产品质量提升提供参考；
- 为标准提升提供参考依据。

5.4 测评内容

测评工作的内容包括测评对象的安全、功能、性能、一致性等方面。

注：“测评内容”区别于监督检查、合格评定。一般监督检查与合格评定仅能产生两种结果（合格/不合格），而测评内容结果将更为细化，旨在细究产品质量的差别。

5.5 测评类型

5.5.1 按开展形式不同，测评工作类型分为：

- 单品测评：对单一品牌型号消费品进行的测评；
- 横向测评：对多个品牌/型号的同类型产品进行横向比对的测评。

5.5.2 按发起方式的不同，测评工作类型分为：

- 自主测评：由测评机构自主发起的测评；
- 委托测评：由企业委托测评机构开展的测评。

5.6 质量保障

测评工作应建立质量保障机制并保持运行有效，包括但不限于：

- 建立健全测评工作流程和管理制度；
- 选择适用的标准方法测评；
- 选择行业权威的检测实验室；
- 建立测评评审机制。

5.7 资金保障

测评机构应保障具备开展测评活动所需的资金，以保证测评工作的独立性、公正性、公益性。

6 组织管理

6.1 组织要求

- 6.1.1 测评机构应组建测评工作组，负责具体测评工作的实施开展。
- 6.1.2 测评工作组宜下设项目管理组、信息管理组和测试评价组，以保障测评工作的实施。
- 6.1.3 测评机构宜建设测评专家库，由消费品行业相关测评机构、科研院所、产销企业、检测实验室中具有丰富专业知识和实践经验的人员组成。
- 6.1.4 测评工作组与测评评定组协同开展测评工作，测评工作组织设计图参见附录 A。

6.2 项目管理组

- 6.2.1 项目管理组为测评工作组下设的职能组织。
- 6.2.2 负责组织测评项目的提案和立项审定，测评任务的下达和通知，测评工作的流程监督和管理，组织对测评内容的技术审定，开展项目合作、争议处理和困难问题沟通解决等。

6.3 信息管理组

- 6.3.1 信息管理组为测评工作组下设的职能组织。
- 6.3.2 负责组织测评内容编辑和管理，统一对外联络合作媒体单位，统一归口发布测评结果和内容信息，组织策划和实施宣传推广活动等。

6.4 测试评价组

- 6.4.1 测试评价组为测评工作组下设的项目组织，宜根据不同测评项目需要，由受委托承担测评检测任务的检测实验室牵头组建。
- 6.4.2 负责测评项目的测评实施、出具检测报告等。

6.5 测评评定组

- 6.5.1 测评评定组为测评工作组协同的项目组织，由测评机构从测评专家库抽取成员组建。
- 6.5.2 负责对测评项目提案和测评内容进行审定，为相关测评标准或规范的制修订提供技术支持，并充分调动所在单位资源共同开展有关测评工作，为测评工作的发展运营、争端处理和困难解决提出意见和建议。

6.6 其他要求

- 6.6.1 测评机构应不断自我完善、提升测评活动宣传能力。

注：“测评活动宣传能力”包括但不限于组织测评专题研讨、技术交流、结果发布会、科普宣传等。

- 6.6.2 测评机构可与产销企业、相关科研院所等有关单位开展多种形式的技术交流与合作。
- 6.6.3 测评机构可根据需要参加或组织公益宣传活动，与各相关方开展多种形式的推广和交流活动。

7 测评范围

消费品测评范围宜参照 GB/T 36431 进行分类，领域包括但不限于：

- 文教体育用品；
- 家用电器及电器附件；
- 电子及信息技术产品；
- 儿童用品；
- 家具及建筑装饰装修材料；
- 服装鞋帽及家用纺织品；
- 日用化学制品及卫生用品；
- 交通用具及相关产品；
- 食品相关产品；
- 日用杂品；
- 软件产品；
- 其他消费品。

8 测评方法

8.1 标准方法

标准方法包括国际、区域、国家、行业或团体已发布的标准化文件中的方法。

8.2 非标准方法

8.2.1 对暂无标准方法且有迫切需求的测评，应组织相关专家研究制定测评方法，并充分讨论验证该方法的适用性和复现性，应在检测报告和测评报告中说明该方法的相关信息。

非标准方法包括但不限于：

- 基于标准方法，但根据需要经过改进的方法；
- 知名技术组织或期刊文献发表的方法。

8.2.2 测评采用的非标准方法，测评机构宜向相关标准归口单位提出将该方法纳入相应标准的建议。

8.3 其他

对于同一批次、需要开展横向测评的消费品，应使用同一测评方法。

9 测评程序

9.1 程序内容

测评工作应规范、秩序地开展。测评工作程序参见附录B，包括以下内容：

- 测评对象的确定；
- 基础调研；
- 项目提案；
- 立项下达；
- 建工作组；
- 采样送检；
- 测评实施；
- 生成报告；
- 结果审定；

- 发布宣传；
- 异议处理；
- 样品处理；
- 工作评价。

9.2 测评对象的确定

测评机构宜尽可能地利用信息时代的数据资源，可通过大数据分析发掘相关领域的测评需求，选择消费者关注度高、消费升级急需、消费者投诉多、市场竞争较为充分的消费品作为测评对象。

注：“测评需求”可来自测评机构、消费品行业相关的组织团体、消费者等。

9.3 基础调研

在确定测评对象后，测评机构可通过资料调查、问卷调查、大数据分析等方法进行基础调研，以掌握测评对象的重要信息，并形成测评方案。

重要信息包括但不限于：

- 消费者需求；
- 市场情况；
- 质量现状；
- 技术趋势；
- 标准化现状。

测评方案包括但不限于：

- 测评对象的重要信息；
- 测评对象的选择依据和方案；
- 测评指标和方法；
- 测评实施计划等。

测评指标应充分考虑消费者需求、测评对象的特性以及影响消费者体验因素等，应能满足测评目的和内容的需要。

9.4 项目提案

测评方案宜形成项目提案（格式参见附录C），并提交至测评机构。

注：“项目提案”可来自测评机构、消费品行业相关的组织团体、消费者等。

9.5 立项下达

测评机构应及时受理测评项目提案。

必要时，宜组织测评评定组对提案的必要性、可行性等方面进行综合评审，确定立项结果并下达测评任务和通知。

9.6 建工作组

测评任务和通知下达后，测评机构应及时组建测评工作组开展测评工作。

9.7 采样送检

9.7.1 测评样品应为消费者能够在市场获取的消费品，测评样品可通过以下渠道购买/抽取：

- 电商和媒体销售平台；

——市场实体店。

由企业委托测评的项目，测评样品可通过市场随机购买或者生产线随机抽取，过程可接受媒体和公众监督，以保证测评公正性。

9.7.2 测评样品采样后应进行核实，通过检查备证资料以确认为生产企业认可的测评样品，避免不慎采购/抽取假冒伪劣的消费品使测评结果产生偏差。

注：“备证资料”包括但不限于合格证、发票、出厂证明等。

9.7.3 在进行自主测评和横向测评时，不应接受产销企业提供的测评样品，以避免测评样品和市场在售消费品存在差异。

9.7.4 测评样品在采样后，测评工作组应及时进行登记、留证、封存、入库，尽快送达检测实验室，并办理样品交接手续。

9.7.5 检测实验室应具有测评样品的检测能力，并在其承检范围内进行检测。

9.8 测评实施

9.8.1 检测实验室应按照测评方案开展测评。

9.8.2 测评过程中，为确保结果的公平公正、真实准确，除测评项目实施方案中规定的正常操作以外，禁止对测评样品及相关配件进行其他额外的操作。

9.8.3 对容易引起争议以及结果难以复现的重要测评过程，应能提供必要的测评实施过程图片、视频等证明资料。

9.8.4 检测实验室应在测评机构要求的时间内完成检测数据整理，并出具正式的检测报告。检测报告内容应真实齐全、数据准确、结论明确。

检测报告包括但不限于：

- 样品基本情况；
- 选用的标准和检测方法；
- 检测结果。

9.9 生成报告

9.9.1 测评工作组应及时对检测报告进行解读分析，并生成测评报告。

9.9.2 测评工作组宜采取措施尽可能使测评过程和检测报告解读产生的误差降到最低。

9.9.3 测评报告宜采用正确合理的方式以及消费者易于理解的术语，准确、客观地表达测评结果。

测评报告包括但不限于：

- 测评样品的外观和试验场景、效果等图片；
- 测评样品相关信息：包含产品的品牌、型号、配置版本等基本信息；
- 测评指标的检测方法和结果；
- 测评指标的评价方法和结论；
- 消费者选购指南；
- 测评结果的责任声明：测评结果仅对该测评样品的测评数据负责，并非指该品牌其他任何同一型号不同批次或不同型号的产品。

9.9.4 测评指标的评价方法包括但不限于：

- 等级评定法：宜采用“优”“良”“中”“差”等文字描述或“★”等图案标志的数量进行等级区分，以描述测评指标结果的优劣；
- 得分排序法：采用“十分制”或“百分制”进行评分，以得分高低排序来衡量测评指标结果的差异。

必要时，在对各测评指标评价的基础之上对测评样品进行综合评价。宜将各测评指标赋予权重，并通过加权计算、统计、分析得出综合评价结果。

9.9.5 测评报告宜提交测评机构统一管理。

9.10 结果审定

测评机构对提交的测评报告和相关材料进行汇总，并组织测评评定组进行审定。如有需要，测评机构可在报告发布前对结果进行公示。

9.11 发布宣传

9.11.1 测评报告宜由测评机构统一向公众发布。

9.11.2 测评报告公开发布的渠道包括但不限于：

- 测评机构官方网站；
- 传统媒体，包括报刊、杂志等；
- 新兴媒体，包括微信、微博、抖音等；
- 必要时可组织发布会。

9.11.3 其他媒体转载、报道测评报告相关内容，应注明信息来源。

9.12 异议处理

9.12.1 相关方对测评报告有异议时，可在公示期内或结果发布后的 10 个工作日内向测评机构书面提出异议（格式参见附录 D），测评机构应在收到异议的 30 个工作日内予以正式答复。仍存在争议时，测评机构应组织相关测评评定组进行会议讨论。

注：“相关方”是指与测评活动有直接或间接利益的个人或组织。

9.12.2 异议处理结果如涉及测评结果更改，应通过测评报告发布渠道进行公开声明。

9.13 样品处理

9.13.1 测评工作宜建立测评样品处理制度。

9.13.2 测评报告公布后，测评样品宜由测评机构或授权检测实验室保存 6 个月，若测评样品剩余质保期不满 6 个月则保存至其质保期结束。

9.13.3 在测评样品保留期结束后，宜做报废或回收处理，并出具样品报废清单或回收清单以供查询。

9.14 工作评价

测评工作结束后，测评机构宜对测评工作进行总结和评价，包括但不限于：

- 测评内容对消费者指引性评价；
- 测评工作的程序及报告内容和形式与相关要求的符合性评价；
- 测评报告发布后的社会反响和推动作用评价。

10 委托检测

10.1 委托协议

测评机构宜委托专业、权威的检测实验室开展测评指标的检测，必要时可通过招投标的方式确定委托检测实验室。

测评机构应与受委托的检测实验室签订具有法律效力的协议。

10.2 资质条件

受委托的检测实验室应至少满足：

- 具备委托测评样品的检测资质、范围和/或能力；
- 按照测评机构的要求安排检测活动的见证；
- 承诺遵守测评机构的有关保密规定。

注：“检测资质”包括具备中国计量认证（CMA）、中国合格评定国家认可委员会（CNAS）或相关国际组织等认可的资质。

11 风险管理

测评机构应建立相应的风险识别机制和预防/应对措施，保证测评工作顺利开展。消费品测评活动中可能的风险来源和预防/应对措施包括但不限于表1所列。

表1 消费品测评可能的风险来源和预防/应对措施

可能的风险来源	预防/应对措施
样品真实性	通过官方正规渠道采样，若样品疑似假冒伪制产品，应重新购买样品和测评。
样品代表性	在测评消费品选定前，组织市场和技术调研，以保障样品具有代表性。
检测不当或失误	选择恰当标准、检测方法、优质检测实验室并建立相应的管理机制。
消费者/产销企业投诉	为样品的真实性和代表性、检测过程的客观性和合理性提供图片、视频等证明资料。
同类测评机构争议	可在相关消费品领域组织测评联盟，共同策划或组织联合测评。
知识产权纠纷	通过授权使用测评数据和结果，测评报告中陈述权利声明，并与检测机构、测评评定组成员签订相关协议。

12 数据管理

测评机构应加强对测评数据和资料的使用和保密管理，包括但不限于以下措施：

- 授权使用：如对其他同类测评机构的测评数据或结果进行二次解读，应获得授权后使用，并在发布时注明数据或结果的来源；
- 保密协议：应与检测实验室、测评评定组等相关单位及人员，就测评数据及资料的保密签订相关协议。

13 声明管理

13.1 免责声明

测评报告中应陈述免责声明。

示例：免责声明：检测结果仅对该测评样品的检测数据负责，并非指该品牌其他任何同一型号不同批次或不同型号的产品。

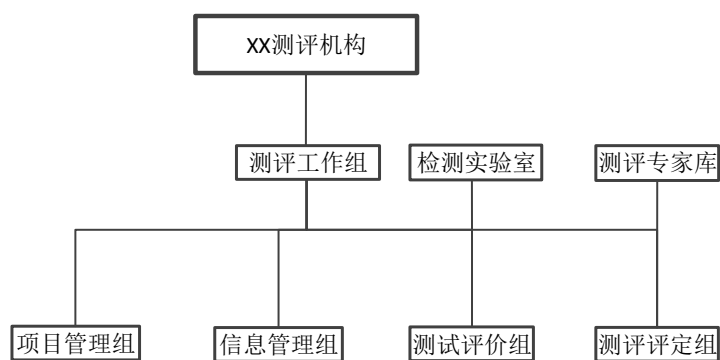
13.2 权利声明

测评报告中应陈述权利声明。

示例：权利声明：测评结果及结论知识产权为测评机构所有。未经许可，任何机构和个人不得用于商业用途，任何媒体/平台转载或引用均需注明来源。

附录 A
(资料性)
测评工作组织设计图

测评工作组织设计图，见图A.1。



注：测试评价组、测评评定组根据测评项目需要组建。

图A.1 测评工作组织设计

附录 B
(资料性)
测评工作程序

测评工作程序见图B.1。

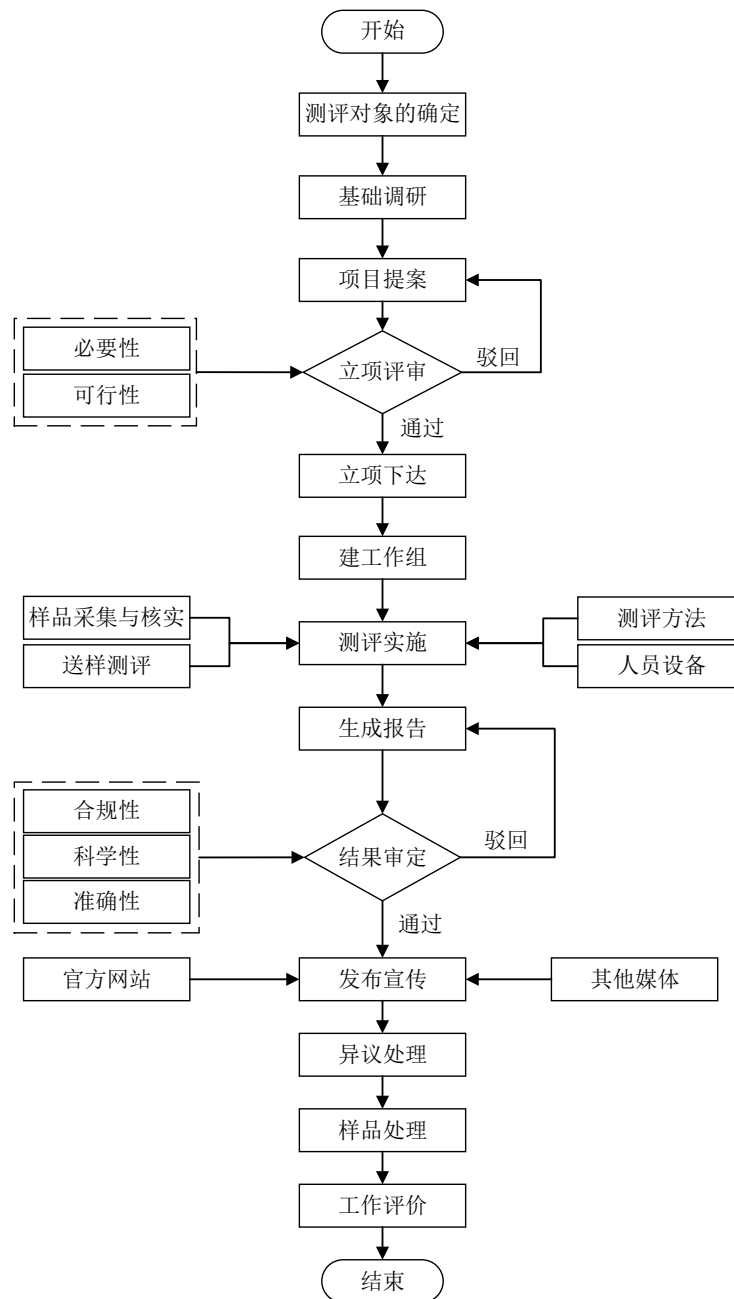


图 B.1 测评工作程序

附 录 C
(资料性)
测评项目提案

测评项目提案见表C.1。

表C.1 测评项目提案

测评项目名称				
项目提出单位			项目起止时间	
有无标准采用依据	<input type="checkbox"/> 有	<input type="checkbox"/> 无	采用标准号	
有无测评实践经验	<input type="checkbox"/> 有	<input type="checkbox"/> 无	具备哪些测评基础条件	<input type="checkbox"/> 测评方法； <input type="checkbox"/> 测评人员； <input type="checkbox"/> 测评设备； <input type="checkbox"/> 测评样品。
目的意义和必要性	指出该测评项目涉及的方面，市场背景，意义和期望解决的问题。			
国内外情况简要说明	1. <u>国内外对该测评研究情况简要说明：</u> 国内外对该测评的研究情况、进程及未来发展方向； 2. <u>该测评项目与现有标准的采用关系：</u> 该测评项目是否有对应的国际标准或国外先进标准、国家及行业标准或团体标准，测试评价过程中如何采用的问题； 3. <u>该测评项目是否存在有知识产权方面的问题。</u>			
范围和主要技术内容	<u>说明该测评的范围主要技术内容或指标，以及预计输出测评内容提纲。</u>			
具体实施计划	<u>说明该测评工作的具体实施计划，包括测评准备、实施过程和日程计划等。</u>			

附 录 D
(资料性)
测评异议申诉表

测评异议申诉表见表D.1。

表D.1 测评异议申诉表

生产企业		
提出申诉项目信息	涉及产品型号	
	结果发布时间	
	申诉测评项目	
企业联系方式	联系人	
	手机/电话	
	电子邮箱	
	通讯地址	
提出申诉理由		
提出申诉企业 (加盖公章)		
异议处理结果	是否处理	是 <input type="checkbox"/> 否 <input type="checkbox"/>
	是否解决	是 <input type="checkbox"/> 否 <input type="checkbox"/>
	如未解决, 是否向申诉方解释原因	是 <input type="checkbox"/> 否 <input type="checkbox"/>
检测实验室意见 (加盖公章)		
测评机构意见 (加盖公章)		

参 考 文 献

- [1] GB/T 27025-2019 检测和校准实验室能力的通用要求
- [2] GB/T 35248—2017 消费品安全 供应商指南
- [3] GB/T 35589—2017 信息技术 大数据 技术参考模型
- [4] GB/T 41429—2022 消费品安全大数据系统结构规范
- [5] RB/T 055—2020 合格评定 服务特性测评实验室能力指南
- [6] ISO 10377:2013 Consumer product safety - Guidelines for suppliers
- [7] ISO/IEC TR 20547-1:2020 Information technology - Big data reference architecture - Part 1: Framework and application process
- [8] ISO/IEC TR 20547-2:2018 Information technology - Big data reference architecture - Part 2: Use cases and derived requirements
- [9] ISO/IEC TR 20547-3:2020 Information technology - Big data reference architecture - Part 3: Reference architecture
- [10] ISO 26000:2010 Guidance on Social Responsibility