

团 体 标 准

T/CPQS EXXXX—202X

消费品测评工作指南

Guidelines for testing and evaluation of consumer products



XXXX - XX - XX 发布

XXXX - XX - XX 实施

中国消费品质量安全促进会

发布



## 目 次

前言 .....	II
引言 .....	III
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
5 总体要求 .....	3
6 测评领域 .....	3
7 测评方法 .....	4
8 测评程序 .....	4
附录 A （资料性） 消费品测评工作程序 .....	8
附录 B （资料性） 消费品测评项目提案 .....	9
附录 C （资料性） 消费品测评异议申诉表 .....	10
参考文献 .....	11
图 A.1 消费品测评工作程序 .....	8
表 B.1 消费品测评项目提案 .....	9
表 C.1 消费品测评异议申诉表 .....	10



## 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。

请注意本文件的某些内容可能涉及专利。本文件的发布机构不承担识别专利的责任。

本文件由中国电器科学研究院股份有限公司提出。

本文件由中国消费品质量安全促进会归口。

本文件起草单位：中国电器科学研究院股份有限公司、中国汽车技术研究中心有限公司、中国合格评定国家认可中心、中环联合（北京）认证中心有限公司、中国检验认证集团测试技术有限公司、北京中认检测技术服务有限公司、中国标准化研究院、应急管理部消防产品合格评定中心、海南热带汽车试验有限公司、宁波海关技术中心、国家办公设备及耗材质量检验检测中心、中国汽车工程研究院股份有限公司、中国网络安全审查技术与认证中心、得力集团有限公司、青岛海尔质量检测有限公司、广东优科检测认证有限公司、广州检验检测认证集团有限公司、中国检验检疫科学研究院测试评价中心、德凯质量认证（上海）有限公司、中检集团南方测试股份有限公司、广东产品质量监督检验研究院、中国国检测试控股集团、工业和信息化部电子第五研究所、中检科（北京）测试认证有限公司、中家院（北京）检测认证有限公司、公安部第三研究所、广州海关技术中心、杭州老爸评测科技有限公司、广东华南家电研究院、南京海关轻工产品与儿童用品检测中心、宁波中盛产品检测有限公司。

本文件主要起草人：李瑾、胡卓槐、周博雅、张友稳、刘晓飞、朱殷英、王晓梅、刘霞、范惠磷、东靖飞、章皎琅、杨健、张宇、宋倩、夏国强、刘思蓉、杨焯玲、孙广伟、马啟田、黄永钦、彭涛、周旋、王士杰、高晓东、刘翼、李荣、余洋、袁娣、刘继顺、霍炜强、魏文锋、赖静、李敬、张诚轩。



## 引 言

随着我国经济的发展和人们生活水平的提高，人们对消费品的高品质需求越发迫切。2017年发布的《中共中央 国务院关于开展质量提升行动的指导意见》，提出了围绕重点行业、重点产品，组织开展质量比对、找准比较优势、提高供给质量，通过深化供给侧结构性改革，提升我国消费品的技术标准和质量安全水平，夯实产业发展的基础，推动“中国制造”迈向高质量发展。

现阶段为进一步推动我国消费升级，规范消费品测评乱象、促进消费环境健康有序发展，中国消费品质量安全促进会决定在消费品领域组织开展测评工作，为人们提供高质量的测评内容和专家咨询服务，引导人们科学选购、增强人们的获得感和幸福感。测评工作将依托相关行业内的测评机构、检测实验室、科研院所、产销企业开展，充分调动行业优势资源、强强联合，共同致力于搭建我国消费品领域具有公信力和影响力的协同测评平台，实现共建、共治、共享。

为确保测评工作和内容的科学性、权威性、公正性和有效性，规范消费品测评工作高效有序开展，制定本文件。





# 消费品测评工作指南

## 1 范围

本文件规定了消费品测评工作的基本原则、总体要求、测评领域、测评方法、测评程序等指南信息。本文件适用于消费品测评工作的组织开展。类似测评工作可参照本文件执行。

## 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 4754—2017 国民经济行业分类

GB/T 36431—2018 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]

### 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。

注：包括但不限于家电、交通运输工具、儿童用品、家具、装饰装修材料、美容护肤产品、卫浴厨房用品、通信产品、信息系统安全产品、电子计算机、照明光源、日用杂品、文体用品、纺织服装、食品、农产品。

[来源：ISO 10377:2013, 2.2, 有修改]

### 3.3

#### 测评 testing and evaluation

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，就产品性能、质量、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 evaluation

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 evaluation

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 evaluation body**

测评活动的组织方，依据相关标准化文件，组织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 evaluation 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。

[来源：GB/T 15481—2000，3.1]

### 3.9

#### **测评评定组 evaluation group of testing and evaluation**

由测评机构组建，成员来自行业相关测评机构、检测实验室、科研院所、生产企业的专业人士，负责对测评项目提案、测评结果的审定。

## 4 基本原则

### 4.1 合规性

4.1.1 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，以保证测评任务的合规性。

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 公正性

4.2.1 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。

4.2.2 测评机构应作出公正性承诺。

4.2.3 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。

### 4.3 专业性

4.3.1 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。

4.3.2 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。

### 4.4 保密性

4.4.1 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。

4.4.2 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 测评目的

消费品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。

### 5.2 测评内容

消费品测评工作的内容包括测评对象的性能、质量、安全、一致性等方面。

注：测评内容区别于监督抽查、合格评定。一般监督抽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。

### 5.3 测评类型

#### 5.3.1 按开展形式不同，消费品测评工作类型分为：

- 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。

#### 5.3.2 按发起方式的不同，消费品测评工作类型分为：

- 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。

### 5.4 质量保障

消费品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。

## 6 测评领域

消费品测评领域可参照 GB/T 4754 、GB/T 36431 进行分类，包括但不限于：

- 家电；
- 交通运输工具；
- 儿童用品；
- 家具；
- 装饰装修材料；
- 美容护肤产品；
- 卫浴厨房用品；

- 通信产品；
- 信息系统安全产品；
- 电子计算机；
- 照明光源；
- 日用杂品；
- 文体用品；
- 纺织服装；
- 食品；
- 农产品。

测评机构宜按测评领域分类有计划地开展测评工作。

## 7 测评方法

### 7.1 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。

### 7.2 非标准方法

7.2.1 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。

7.2.2 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。

### 7.3 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。

## 8 测评程序

### 8.1 总体要求

消费品测评工作应有秩序、有规范地开展。测评工作程序参见附录A，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。

## 8.2 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。

## 8.3 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。

测评方案的内容包括但不限于：

- 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。

## 8.4 项目提案

测评方案宜形成项目提案（格式参见附录B），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。

## 8.5 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。

## 8.6 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。

## 8.7 采样送检

### 8.7.1 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。

8.7.2 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对测评结果产生偏差。

注：“备证资料”包括但不限于合格证、发票、出厂证明等。

8.7.3 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。

8.7.4 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。

8.7.5 检测实验室应具有测评样品的检测能力、在其承检范围内进行检测。

## 8.8 测评实施

8.8.1 检测实验室应按照测评方案开展测评。

8.8.2 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。

8.8.3 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。

8.8.4 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。

检测报告内容包括但不限于：

- 样品基本情况；
- 选用的标准和检测方法；
- 检测结果。

## 8.9 生成报告

8.9.1 测评工作组应及时对检测报告解读分析，并生成测评报告。

8.9.2 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。

8.9.3 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。

测评报告的内容包括但不限于：

- 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。

8.9.4 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。

8.9.5 测评报告宜提交测评机构统一管理。

## 8.10 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。

## 8.11 发布宣传

8.11.1 测评报告宜由测评机构统一向公众发布。

8.11.2 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。

8.11.3 其他媒体转载、报道测评报告相关内容，应注明信息来源。

## 8.12 异议处理

8.12.1 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C），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。

8.12.2 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。

## 8.13 样品处理

8.13.1 测评工作宜建立测评样品处理制度。

8.13.2 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六个月，若测评样品剩余质保期不满六个月则保存至其质保期结束。

8.13.3 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。

## 8.14 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。

附录 A  
(资料性)  
消费品测评工作程序

消费品测评工作程序见图A.1。

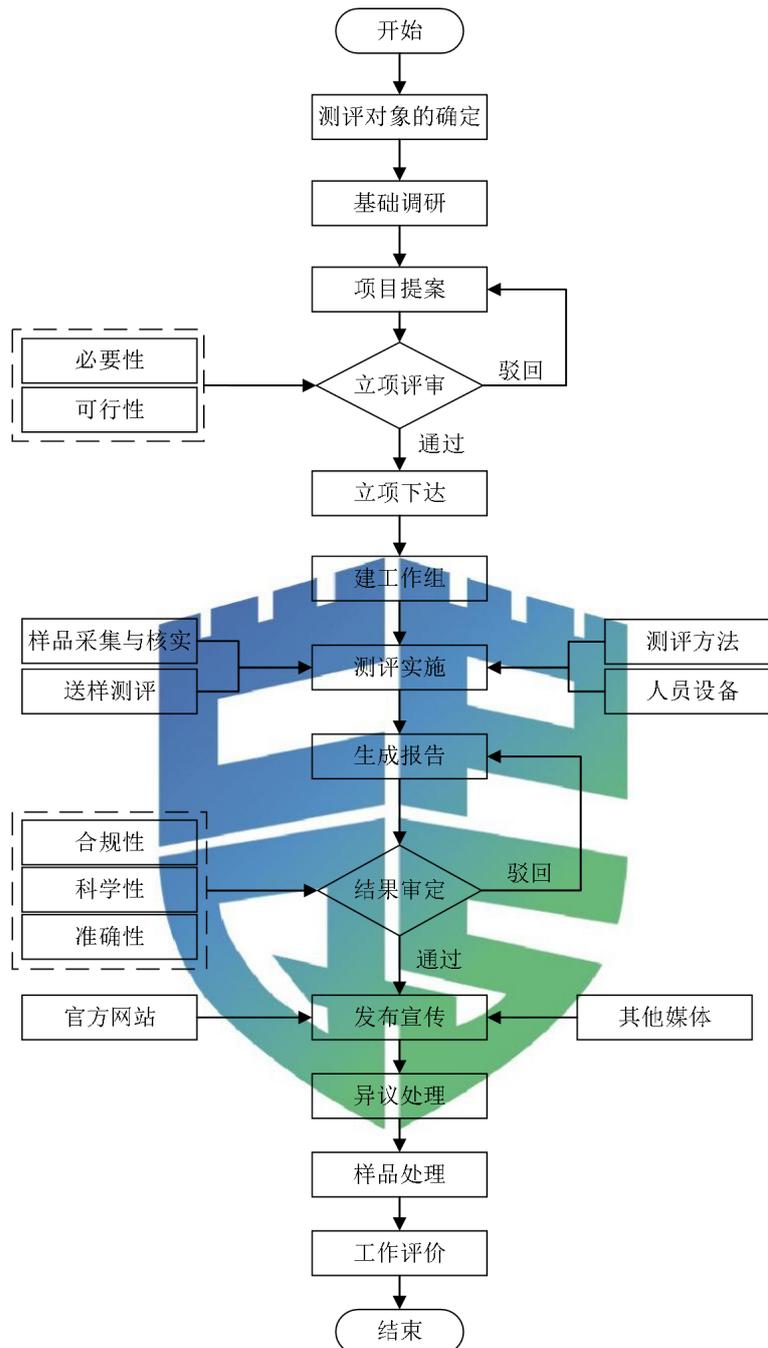


图 A.1 消费品测评工作程序

附 录 B  
(资料性)  
消费品测评项目提案

消费品测评项目提案见表B.1。

表 B.1 消费品测评项目提案

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	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。			
具体实施计划	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。			

附 录 C  
(资料性)  
消费品测评异议申诉表

消费品测评异议申诉表见表C.1。

表 C.1 消费品测评异议申诉表

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□ 否□
	是否解决	是□ 否□
	如未解决,是否向申诉方解释原因	是□ 否□
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 15481—2000 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

