

团 体 标 准

T/CPQS EXXXX—202X

消费品测评机构良好行为规范

Code of good practice for testing and evaluation body 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 总则 2

5 基本要求 2

6 组织管理 3

7 财务保障 3

8 委托检测 4

9 风险管理 4

10 数据管理 4

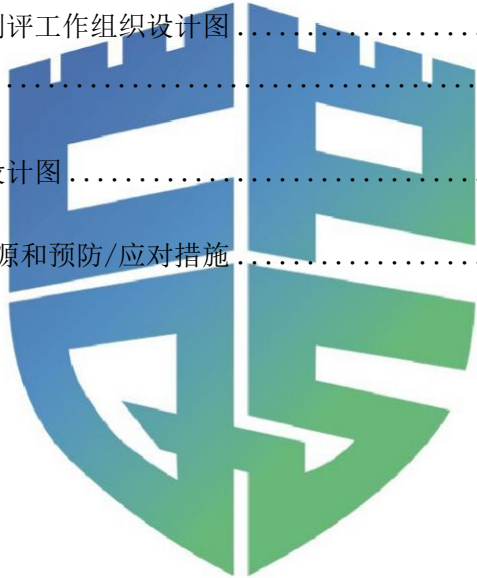
11 声明管理 5

附录 A （资料性） 消费品测评工作组织设计图 6

参考文献 7

图 A.1 消费品测评工作组织设计图 6

表 1 消费品测评可能的风险来源和预防/应对措施 4



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、海南热带汽车试验有限公司、广东优科检测认证有限公司、中环联合（北京）认证中心有限公司、北京中认检测技术服务有限公司、广州检验检测认证集团有限公司、宁波海关技术中心、中国检验认证集团测试技术有限公司、中国标准化研究院、中国网络安全审查技术与认证中心、中国汽车工程研究院股份有限公司、中汽研检验中心（广州）有限公司、应急管理部消防产品合格评定中心、中国检验检疫科学研究院测试评价中心、中检科（北京）测试认证有限公司、德凯质量认证（上海）有限公司、中家院（北京）检测认证有限公司、工业和信息化部电子第五研究所、杭州老爸评测科技有限公司、广东华南家电研究院、公安部第三研究所、中国国检测试控股集团、广州海关技术中心、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、范惠磷、李向荣、崔璨、章皎琅、马啟田、栗燕、刘扬、黄永钦、杨健、路彤、刘霞、夏国强、丁一夫、肖磊、彭涛、余洋、周旋、杨丽云、李荣、魏文锋、赖静、刘继顺、刘翼、严妍、霍炜强、张诚轩。



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，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术语和定义、总则、基本要求、组织管理、财务保障、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。

类似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。

T/CPQS XXXX—2022 消费品测评工作指南

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。

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 总则

4.1 遵守本文件良好行为规范的消费品测评机构，应将测评机构的名称和地址、独立与公正性承诺以及现有和计划开展测评活动的领域范围告知社会公众。

4.2 对于接受本文件的其他测评机构就本文件实施方面提出的建议和意见，消费品测评机构应向他们提供充足的提建议和意见的机会，并妥善处理任何建议和意见。

5 基本要求

5.1 基本条件

消费品测评机构应具备独立法人资格，对测评活动承担法律责任。

消费品测评机构的人员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，并按照消费品测评机构的管理要求工作。

5.2 主体责任

消费品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 独立公正

消费品测评机构应坚持自身的独立性、客观性、公正性，不得接受以影响测评结果为目的的任何利益输送，不开展以盈利为目的的商业测评。

5.4 工作要求

消费品测评机构宜按T/CPQS XXXX—202X《消费品测评工作指南》的相关要求开展测评工作。

6 组织管理

6.1 总体要求

- 6.1.1 消费品测评机构宜组建测评工作组，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，以保障消费品测评工作的实施。
- 6.1.3 消费品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，消费品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 消费品测评机构每年宜至少组织一次消费品测评专题研讨和技术交流活动，结合实际情况可和测评内容发布或宣传活动同期举行。
- 6.6.2 消费品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 消费品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 财务保障

7.1 财务独立

消费品测评机构应具备开展测评活动所需的资金，以保证测评工作的独立性、公证性、公益性。消费品测评机构应有其收入来源的说明，并提供事实依据。

7.2 预算合理

宜对消费品测评活动各环节所需的费用支出作出预算，保证财务的合理性。

8 委托检测

8.1 委托协议

消费品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。

消费品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。

8.2 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；
- 按照消费品测评机构的要求安排检测活动的见证；
- 承诺遵守消费品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。

9 风险管理

消费品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。

10 数据管理

消费品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。

11 声明管理

11.1 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。

11.2 权利声明

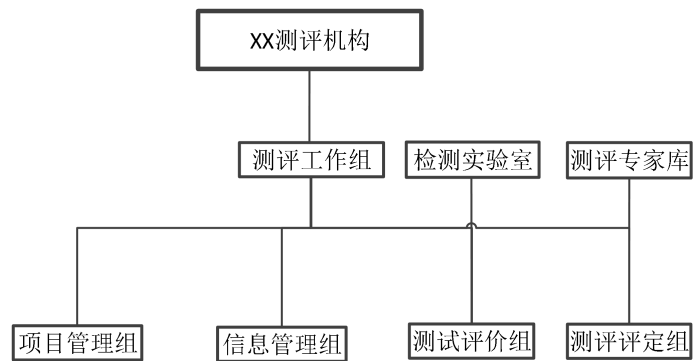
测评报告中应陈述权利声明。

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)
消费品测评工作组织设计图

消费品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的需要组建。

图 A. 1 消费品测评工作组织设计图



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] RB/T 055—2020 合格评定 服务特性测评实验室能力指南
- [4] ISO 10377:2013 Consumer product safety - Guidelines for suppliers
- [5] ISO 26000:2010 Guidance on Social Responsibility

