



编号: ZXRZ-TXGZ-005/A1



品牌管理体系认证规则

编制:

张辰

审核:

高金萍

批准:

张景华

2019年12月23日发布

2019年12月23日实施

中旭认证有限公司

ZHONGXU CERTIFICATION CO., LTD.



修 订 记 录

修 订 说 明	修 订 日 期	版 本	批 准
1. 依据国家认监委秘书处印发《国家认监委关于加强认证规则管理的公告》(认监委公告 2025 年第 9 号)以及配套制定的实施指南的要求进行修订	2025 年 06 月 02 日	A / 1	张景辉



目录

1. 适用范围	4
2. 认证依据	4
3. 对认证机构的基本要求	4
4. 对认证人员的基本要求	5
5. 认证程序	6
5.1 认证申请	6
5.2 申请评审	8
5.3 认证合同	8
5.4 审核方案和审核策划	9
5.5 实施审核	13
5.6 初次认证	13
5.7 监督审核	15
5.8 再认证	17
5.9 特殊审核	18
5.10 不符合项及其验证	18
5.11 审核报告	19
5.12 认证决定	20
6. 认证证书和认证标志	21
7. 认证资格的暂停、撤销和注销	23
8. 申诉（投诉）处理	25
9. 信息公开与报告	26
10. 认证记录	27
11. 其他	28
附录 A	31
附录 B	32



1. 适用范围

1.1 为规范中旭认证有限公司（以下简称 ZXRZ）的品牌管理体系认证工作，根据《中华人民共和国认证认可条例》和《认证机构管理办法》等法律法规，结合相关技术标准制定本规则。

1.2 本规则规定了 ZXRZ 实施品牌管理体系认证的程序与管理的基本要求，是 ZXRZ 从事品牌管理体系认证活动的基本依据。必要时，在认证合同中补充相关的技术要求。

1.3 ZXRZ 从事品牌管理体系认证活动应遵守本规则。

2. 认证依据

《商业企业品牌评价与企业文化建设指南》(GB/T 27925) / 《Evaluation of business enterprise brand and guide of enterprise culture》

注：以上认证依据标准均实行现行有效版本的要求。

3. 对认证机构的基本要求

3.1 获得国家认监委批准、取得从事质量管理体系认证的资质，并通过品牌管理体系认证规则的备案。

3.2 开展品牌管理体系认证活动，应当围绕国家经济和社会发展目标，重点服务于经济社会高质量发展，不得影响国家和社会公共利益，不得违背社会公序良俗。

3.3 内部管理和认证活动符合 GB/T 27021.1/ISO/IEC 17021-1 《合格评定管理体系审核认证机构要求第 1 部分：要求》确保 ZXRZ 持续满足开展品牌管理体系认证的基本要求。

3.4 建立风险防范机制，对从事品牌管理体系认证活动可能引发的风险和责任采



取合理有效措施。ZXRZ 对开展的品牌管理体系认证活动可能引发的风险进行了评估，对可能引发的责任做出了充分安排(如储备金)。

3.5 ZXRZ 建立认证人员管理制度，包括认证人员的能力要求准则，选择、评价和聘用程序，以及能力提升机制，确保从事品牌管理体系认证的人员持续具备相应素质和能力。

3.6 在拟开展品牌管理体系认证业务范围（品牌管理体系认证根据企业品牌的水平以及规定的商业品牌评价评分要求相接近的程度判定分值，品牌达到的水平是依据对评价准则中所有要素的综合评价的结果，可允许各行业品牌管理体系在个别要素上有所差距，故业务范围不做专业划分），具备质量管理体系正式审核员注册资格，并通过品牌管理体系的培训且取得合格证书的即为品牌管理体系专业审核员。

3.7 ZXRZ 应对其认证活动的公正性负责，不允许商业、财务或其他压力损害公正性。如：不得将申请认证的组织(以下简称“认证委托人”)是否获得认证与参与认证审核的审核员及其他人员的薪酬挂钩。

3.8 对认证活动中所知悉的国家秘密、商业秘密负有保密义务。应通过在法律上具有强制实施力的协议，确保在认证活动中所获得的信息在未经认证委托人书面同意的情况下，不向第三方透漏(监管有要求的除外)。

3.9 ZXRZ 应对品牌管理体系认证活动的真实性、有效性负责，加强认证人员的管理及素质、能力提升，合理安排审核员的工作量。

3.10 ZXRZ 的品牌管理体系有效证书的数量应与品牌管理体系审核员数量相匹配。

4. 对认证人员的基本要求

4.1 遵守认证认可相关法律法规及规范性文件的要求，具有从事认证工作的基本



职业操守，对认证活动及其结果的真实性承担相应责任。

4.2 认证审核员应取得国家认监委确定的认证人员注册机构批准的质量管理体系正式审核员注册资格，并通过品牌管理体系的培训且取得合格证书的即为品牌管理体系专业审核员。

4.3 不得发生影响认证公正性的行为，应主动告知认证机构他们所了解的任何可能使其或认证机构陷入利益冲突的情况。因认证人员未履行告知义务而导致非公正性认证结果的，认证人员应当负有连带责任(如承担因此造成的经济损失)。

4.4 按要求接受人员注册/保持注册所要求的继续教育培训，以及机构要求的能力(包括知识和技能)提升活动，以持续具备从事品牌管理体系认证工作相适宜的能力。

5. 认证程序

5.1 认证申请

5.1.1 ZXRZ 应向认证委托人至少公开以下信息：

- (1) 可开展认证业务的范围；
- (2) 开展品牌管理体系认证活动所依据的认证标准或其他规范性要求以及相关的认证方案、认证流程；
- (3) 授予、拒绝、保持、更新、暂停(恢复)或撤销认证以及扩大或缩小认证范围的程序规定；
- (4) 拟向组织获取的信息以及保密规定；
- (5) 认证收费标准；
- (6) 认证证书、认证标志及相关的规定；
- (7) 对认证过程和结果的申诉、投诉规定；



(8) 认证标准换版的规定；

(9) 其他需要公开的信息。

5.1.2 提出认证申请时，认证委托人应具备以下条件：

(1) 取得法人资格(或其组成部分)；

(2) 取得相关法规规定的行政许可(适用时)；

(3) 已按认证标准建立品牌管理体系体系，且运行满三个月；

(4) 未被行政监管部门责令停业整顿；

(5) 未被列入国家企业信用信息公示系统和“信用中国”发布的严重违法失信名单。

(6) 一年内未发生行政监管部门责令停产整顿的重大质量事故；

(7) 一年内未发生国家监督抽查(以下简称“国抽”)不合格，或发生国抽不合格但已按相关规定整改合格；

(8) 其他应具备的条件。

5.1.3 ZXRZ 应要求认证委托人提供以下信息和文件资料：

(1) 认证申请，包括认证委托人的名称、地址、认证标准、申请的认证范围、认证范围内组织人员数量；

(2) 法律地位的证明性文件，当品牌管理体系覆盖多个法律实体时，应提供每个法律实体的法律地位证明性文件；

(3) 申请认证范围所涉及的法律法规要求的行政许可文件、资质证书、强制性认证证书等；

(4) 组织机构及职责

(5) 企业(包括其商品和服务)的能力、品质、价值、声誉、影响和企业文化等要



素；

- (6) 品牌管理体系运行满足三个月的证据；
- (7) 一年内所发生的事故、行政处罚、国抽不合格，一年内所发生其他抽查不合格的情况以及整改情况；
- (8) 其他需要提供的文件。

5.2 申请评审

5.2.1 ZXRZ 建立《申请受理与审核管理程序》，对认证委托人提交的申请文件和资料实施申请评审。根据申请认证的活动范围及场所、管理体系范围覆盖的有效人数、完成审核所需时间和其他影响认证活动的因素，综合确定是否受理认证申请并保存相应评审记录。

5.2.2 满足以下条件的，认证机构可以受理认证申请：

- (1) 认证委托人已具备受理条件(见 5.1.2) ；
- (2) 认证机构具备实施认证的能力；
- (3) 双方就认证事宜达成一致。

5.2.3 对于新的认证委托人，认证机构应按照初次认证开展认证活动，无论其是否持有其他认证机构颁发的品牌管理体系有效证书。

5.2.4 认证机构应将申请评审的结果告知认证委托人。

5.3 认证合同

5.3.1 通过申请评审后，ZXRZ 应与认证委托人签订具有法律效力的认证合同，以明确认证委托人和认证机构的责任。

5.3.2 认证机构的责任至少包括：

- (1) 及时向符合认证要求并已缴纳认证费用的组织颁发认证证书，通过其网站



或者其他形式向社会公布获证信息；

(2) 对获证组织品牌管理体系运行情况进行有效监督，发现获证组织的品牌管理体系不能持续符合认证要求的，应及时暂停或者撤销其认证证书；

(3) 因认证机构原因(如机构或其质量管理体系认证资质被注销或撤销)导致获证组织的品牌管理体系证书无法有效保持的，需及时告知获证组织并做出妥善处理，并承担由此导致的获证组织的经济损失。

5.3.3 获证组织的责任至少包括：

(1) 遵守认证程序要求，认证过程如实提供相关材料和信息，通过品牌管理体系认证并持续有效运行品牌管理体系；

(2) 配合认证监管部门的监督检查，配合认证机构对投诉的调查；

(3) 应当在广告、宣传等活动中正确使用认证证书、认证标志和有关信息，认证证书注销或被暂停、撤销的，不得继续使用该证书和相关认证标志、信息；

(4) 发生如下情况，应及时向认证机构通报：发生事故、受到市场监管部门行政处罚、被市场监管部门公布存在不符合、被媒体曝光存在品牌管理体系不能正常运行或发生重大变更，以及其他应通报的情况等；

(5) 承担选择认证机构的风险，如：因认证机构资质被撤销而带来的认证证书无法使用的风险。

(6) 按合同约定及时向认证机构缴纳认证费用。

5.4 审核方案和审核策划

5.4.1 审核方案

5.4.1.1 ZXRZ 应针对每一认证委托人建立认证周期内的审核方案，以清晰地识别所需的审核活动。



5.4.1.2 初次认证的审核方案应包括两阶段初次审核、获证后的监督审核和认证到期前进行的再认证审核。

注：一个认证周期通常为 3 年，从初次认证(或再认证)决定算起，至认证的有效期截止。

5.4.1.3 初次认证审核和再认证审核是对认证委托人完整体系的审核，应覆盖 GB/T 27925 所有要求，认证证书有效期内的监督审核应覆盖 GB/T 27925 所有要求。

5.4.1.4 初次认证及再认证后的第一次监督审核应在证书签发起 12 个月内进行。此后，监督审核应至少每个日历年(应进行再认证的年份除外)进行一次，且两次监督审核的时间间隔不得超过 15 个月。

5.4.1.5 认证机构应考虑认证委托人商业企业在品牌建设过程中所采用的方式、方法和形式与标准评分项要求的适宜性和有效性，以确保品牌管理体系评价可持续性。

5.4.2 审核时间

5.4.2.1 审核时间包括在认证委托人现场的审核时间以及在现场审核以外的实施策划、文件审核和编写审核报告等活动的时间。审核时间以人天计，1 人天为 8 小时。如果每天的实际工作时间不足 8 小时，则应延长审核天数以满足人天要求。

5.4.2.2 ZXRZ 依据附录 A 所规定的审核时间为基础，考虑认证委托人有效人数、品牌管理体系的风险类型等因素，建立文件化的不同类型审核的审核时间(包括现场审核时间)的确定方法。

注：品牌管理体系的要素要求均一致，风险等级统一为中风险。



5.4.2.3 每次审核的审核时间的确定过程应形成记录，尤其是减少审核时间的理由，减少的时间不得超过附录 A 所规定的审核时间的 30%，现场审核时间不得少于所确定的审核时间的 80%。

5.4.2.4 ZXRZ 建立《申请受理与审核管理程序》确定结合审核时间的方法，品牌管理体系和其他管理体系实施结合审核时，结合审核的总审核时间不得少于多个单独体系所需审核时间之和的 80%。

5.4.3 多场所抽样方案

5.4.3.1 ZXRZ 应建立并实施多场所组织认证抽样的规则并遵照执行，策划并保留多场所组织的抽样及确定审核时间的记录。

5.4.3.2 多场所抽样应基于与认证委托人活动或过程性质相关的品牌管理体系的评价，如果多个场所未涵盖相同的活动、过程，则不应抽样，应当逐一到各场所进行审核。对多个相似场所可进行抽样审核，抽样数量应不少于按以下方法计算的结果：

(1) 初次认证审核： $Y=\sqrt{X}$

(2) 监督审核： $Y=0.6\sqrt{X}$

(3) 再认证审核： $Y=0.8\sqrt{X}$

注：其中 Y 为抽样的数量，结果向上取整；X 为相似场所的总体数量。

5.4.3.3 分场所审核人日的计算方法参见 5.4.2，且现场审核时间不得少于附录 A 所确定的现场审核时间的 50%。

5.4.4 组建审核组

5.4.4.1 ZXRZ 应根据实现审核目的所需的能力和公正性要求组建审核组，每个审核组应包括：



(1) 审核组长，认证机构应建立审核组长的选择、培训以及任用的管理制度，审核组长应当具有管理和领导审核组达成审核目标的知识和技能，其能力应至少满足 GB/T 19011《管理体系审核指南》标准中对审核组长的通用要求；

(2) 至少一名品牌管理体系专业审核员。品牌管理体系和其他管理体系实施结合审核的，审核组还应包括其他管理体系的专业人员，确保专业人员的能力覆盖实施结合审核的全部管理体系；

5.4.4.2 审核组成员不得与认证委托人存在利益关系。

5.4.5 远程审核方法

5.4.5.1 品牌管理体系认证审核应在认证委托人的现场实施，初次认证以及认证周期内的每年度的监督审核和再认证审核活动，应包括访问认证委托人现场的现场审核。

5.4.5.2 因安全因素的考虑，审核组可在认证委托人的现场采用远程审核方法对认证委托人的某个过程的运作情况实施审核。

5.4.5.3 审核中采用远程审核方法的，远程审核时间不得超过现场审核时间的30%，并应在审核计划、审核记录及审核报告中予以注明。

5.4.6 审核计划

5.4.6.1 ZXRZ 应策划审核方案，每次审核的审核组应制定书面的审核计划。审核计划至少包括以下内容：审核目的、审核准则、审核范围、现场审核的日期、时间安排和场所、审核组成员（其中：审核员应标明认证人员注册号）及审核任务安排。

5.4.6.2 现场审核应安排在认证委托人的生产或服务处于正常运行时进行。

5.4.6.3 在审核活动开始前，审核组应将审核计划提交给认证委托人确认，遇



特殊情况临时变更计划时，应及时将变更情况通知认证委托人，并协商一致后实施。

5.5 实施审核

5.5.1 审核组应当按照审核计划的安排完成审核工作。并采用中文记录审核过程，可使用图片、音像等作为补充材料。

5.5.2 审核组应当会同认证委托方召开首、末次会议，认证委托方的最高管理者（因特殊原因不能参加的，应授权高级管理层其他成员）、品牌管理体系相关的职能部门负责人员应该参加会议。缺席应记录理由。审核组应当保留首、末次会议签到表，并按国家认监委的要求完成首、末次会议现场审核的网络签到。

5.5.3 发生下列情况时，审核组应向认证机构报告，经同意后终止审核：

- (1) 认证委托人对审核活动不予配合，审核活动无法进行；
- (2) 认证委托人实际情况与申请材料有重大不一致；
- (3) 其他导致审核程序无法完成的情况。

5.6 初次认证

5.6.1 初次认证审核分为两个阶段实施，第一阶段审核和第二阶段审核。

5.6.1.1 第一阶段审核的目的是通过了解认证委托人的品牌管理体系 和其对第二阶段的准备情况，确定其是否具备接受第二阶段审核的条件并策划第二阶段审核的关注点。第一阶段审核的内容应至少覆盖以下内容：

- (1) 了解认证委托人的情况，包括其商品和服务质量以及适用的相关标准；
- (2) 评审认证委托人品牌管理体系文件，确认其组织业务活动及商品和服务相吻合并已有效运行 3 个月以上；
- (3) 审核认证委托人理解和实施品牌管理体系标准的情况，特别是对品牌管理



关键绩效、过程和运行及品牌目标识别情况；

(4) 认证委托人是否为第二阶段审核做好准备，已实施了内审和管理评审；

(5) 确认认证委托人品牌管理体系认证范围覆盖范围内有效人数和场所；

(6) 认证委托人的商品和服务符合品牌管理体系相关法律法规及强制性标准的情况；

(7) 认证委托人是否为第二阶段审核做好准备已实施了安排。

(8) 此外，还应收集和确认以下信息：

a 文件描述的管理体系范围与现场运行情况的一致性；

b 商品和服务现场的状况、流程、班次安排；

c 适用时，运作场所及现场的分布、距离及所处区域；

5.6.1.2 为达到第一阶段审核的目的和要求，除下列情况外，第一阶段审核活动应在认证委托人现场实施：

(1) 认证委托人已获 ZXRZ 颁发的其他领域的有效认证证书，认证机构已对认证委托人品牌管理体系有充分了解；

(2) 认证机构有充足的理由证明认证委托人的商品或服务的品牌知名度高、具有显著性，通过对其提交文件和资料的审核可以达到第一阶段审核的目的和要求；

(3) 认证委托人获得其他认证机构颁发的有效的品牌管理体系认证证书，通过对其文件和资料的审核可以达到第一阶段审核的目的和要求。

注：认证机构应记录未在现场进行第一阶段审核的理由

5.6.1.3 第一阶段非现场审核的要求：

(1) 无需编制第一阶段的：审核计划、核查记录；

(2) 审核员根据所分配的审核任务，通过索取/查阅认证委托人有关文件和资料、



借助通讯工具的沟通、与认证委托人代表在其现场外的场所的面谈等方式，收集信息，必要时加以确认。

5.6.1.4 审核组应将第一阶段审核情况形成书面文件告知认证委托人。对在第二阶段审核中可能被判定为不符合项的重要关键点，要及时提醒认证委托人特别关注。

5.6.1.5 第二阶段审核目的是评价认证委托人品牌管理体系的实施情况，包括对 GB/T 27925 标准要求的符合性和体系的有效性。应当在认证委托人现场进行。重点是审核品牌管理体系符合 GB/T 27925 标准要求和有效运行情况，应至少覆盖以下内容：

- (1) 与适用的品牌管理体系标准或其他规范性文件要求的符合情况及证据；
- (2) 依据品牌管理体系关键绩效、目标和指标，对绩效进行的监视、测量、报告和评审；
- (3) 认证委托人实施品牌管理体系的能力以及在符合适用法律法规要求方面的绩效；
- (4) 对品牌管理体系覆盖的过程和活动的管理及控制情况；
- (5) 内部审核和管理评审是否有效；
- (6) 针对认证委托人品牌管理体系的管理职责；

5.7 监督审核

5.7.1 ZXRZ 应对持有其颁发的品牌管理体系证书的组织进行有效跟踪，包括依据审核方案对获证组织开展的监督审核，以确定获证客户持续有效运行品牌管理体系并符合认证要求。

5.7.2 每次监督审核应尽可能覆盖认证范围内的有代表性的名称、标识、形象设



计等；并确保在认证证书有效期内的监督审核覆盖认证范围内的所有代表性的服务过程、行业类别的典型商品/服务。

5.7.3 监督审核应至少每个日历年（应进行再认证的年份除外）进行一次。初次认证后的第一次监督审核应在认证决定日期起 12 个月内进行。

5.7.4 超过期限而未能实施监督审核的，应按暂停证书或撤销证书处理。

5.7.5 监督审核的时间，应根据获证组织当前情况（有效人数）确定，应不少于初次认证审核时间的 1/3。

5.7.6 监督审核的审核组，应符合 5.4.4 条和 5.4.6 条的要求。

5.7.7 监督审核时至少应审核以下内容：

- (1) 内部审核和管理评审是否规范和有效，针对内审发现的问题或投诉的问题，及时制定并实施了有效的持续改进；
- (2) 对上次审核中确定的不符合项采取的纠正和纠正措施是否继续有效；
- (3) 企业品牌目标和指标是否实现，方案是否可行。目标没有实现的，获证客户在内部管理评审时是否及时调查并采取了改进措施；
- (4) 品牌管理体系覆盖的活动涉及法律法规规定的，是否持续符合相关规定；
- (5) 上次审核以来品牌管理体系覆盖的活动、运行体系的资源、体系文件是否有变更；
- (6) 获证客户对认证标志的使用或对认证资格的引用是否符合相关的规定；
- (7) 是否及时接受和处理投诉，检查申诉、投诉与争议的记录，确认当出现有不符合或不能满足认证机构要求的情况时，是否已检查其自身体系与程序并采取了适当的纠正措施；
- (8) 国家行政主管部门的检查/督查情况。



5.7.9 在监督审核中发现的不符合项，ZXRZ 应要求获证客户分析原因，规定时限要求获证客户完成纠正和纠正措施并提供纠正和纠正措施有效性的证据。ZXRZ 应采用适宜的方式及时验证获证客户对不符合项进行处置的效果。

5.7.10 监督审核的审核报告，应按 5.7.8 条列明的审核要求逐项描述或引用审核证据、审核发现和审核结论。

5.7.11 ZXRZ 根据监督审核报告及其他相关信息，作出继续保持或暂停、撤销认证证书的决定。

5.8 再认证

5.8.1 认证证书期满前，若获证客户申请继续持有认证证书，应至少在认证证书到期前 3 个月向认证机构提出再认证申请，逾期则按初次认证申请处理。

5.8.2 ZXRZ 依据审核方案实施再认证审核，以判断获证组织的品牌管理体系作为一个整体与 GB/T 27925 标准持续符合性和运行的有效性。

5.8.3 再认证审核应在获证组织现场进行，并至少应在认证证书到期前 1 个月完成。再认证审核的内容至少应包括：

- (1) 结合其内外部有关企业品牌管理方面的变化情况，确认获证组织品牌管理体系有效性及认证范围的持续相关性和适宜性；
- (2) 品牌管理体系绩效持续改进的证实；
- (3) 品牌管理体系在实现获证组织目标和品牌管理体系预期结果方面的有效性。

5.8.4 再认证审核策划时应考虑获证组织最近一个认证周期内的品牌管理体系绩效，包括调阅以往的监督审核报告。

5.8.5 再认证审核的审核时间应按 5.4.2 的要求，根据获证组织当前情况(有效人数和品牌管理体系 风险类型)来确定，不少于初次认证审核时间的 2/3。



5.9 特殊审核

5.9.1 扩大认证范围

对于已授予的认证，认证机构应对扩大认证范围的申请进行评审，并确定任何必要的审核活动，以做出是否可予扩大的决定。这类审核活动可以结合监督审核同时进行。

5.9.2 提前较短时间通知的审核

为调查投诉、质量事故、对变更做出回应或对被暂停的客户进行追踪，可能需要在提前较短时间或不通知获证组织的情况下进行审核：

- (1) 认证机构应说明并使获证组织提前了解将在何种条件下进行此类审核；
- (2) 由于获证组织缺乏对审核组成员的任命表示反对的机会，认证机构应在指派审核组时给予更多的关注；
- (3) 获证组织在国家行政主管部门的检查/督查发现书面不合格时，自市场监管部门发出通报起 30 日内，ZXRZ 应对该组织实施监督审核。

注：如获证客户未履行及时报送义务导致 ZXRZ 未能及时实施监督审核，ZXRZ 在获悉后第一时间立即启动暂停证书程序，对其认证证书进行暂停。

5.10 不符合项及其验证

5.10.1 对审核中发现的不符合项，ZXRZ 应要求认证委托人在规定时限内进行分析原因，采取相应的纠正措施。

5.10.2 ZXRZ 应对认证委托人采取的纠正措施的有效性进行验证。认证委托人可以针对轻微不符合项制定纠正措施计划，由 ZXRZ 在下次审核时验证。

5.10.3 严重不符合项的验证时限应满足以下要求：

- (1) 初次认证：在二阶段审核结束之日起 6 个月内完成；



(2) 监督审核：在审核结束之日起 3 个月内完成；

(3) 再认证：在审核结束之日起 1 个月内完成。

5.10.4 对于认证委托人未能在规定的时限内完成对不符合项所采取措施的情况，ZXRZ 不应做出授予认证、保持认证或更新认证的决定。

5.11 审核报告

5.11.1 ZXRZ 应就每次审核向认证委托人提供书面的审核报告。审核组长应对审核报告的内容负责。

5.11.2 审核报告由审核组组长签字，应准确、简明和清晰地描述审核活动的主要内容和认证委托人品牌管理体系 真实状况，对照 GB/T 27925 标准的符合性和有效性的客观证据信息，及对认证结论的推荐意见。

5.11.3 审核报告至少包括或引用以下内容：

- (1) 认证机构名称
- (2) 认证委托人名称、地址信息及其代表等；
- (3) 审核类型(例如初次、监督、再认证或其他类型审核)；
- (4) 结合、联合或一体化审核情况(适用时)；
- (5) 审核准则
- (6) 审核目的及其是否达到的确认；
- (7) 审核范围，特别是标识出所审核的组织、职能单元或过程，以及审核时间；
- (8) 任何偏离审核计划的情况及其理由；
- (9) 任何影响审核方案的重要事项；
- (10) 审核组成员姓名、身份及任何与审核组同行的人员；
- (11) 审核活动(现场或非现场，永久或临时场所)的实施日期和地点；



(12) 与审核类型的要求一致的审核证据、审核发现和审核结论，重点反映认证委托人主要商品和服务提供过程与控制情况、内部审核和管理评审的过程、所取得的绩效，认证委托人的实际情况与预期目标之间存在的差距和改进的机会；

(13) 行政监管部门在企业品牌方面抽查的不合格情况，及相关原因分析和整改措施的有效性(适用时)；

(14) 上次审核后发生的影响认证委托人品牌管理体系的重要变更(适用时)；

(15) 认证委托人对认证证书和认证标志的使用进行着有效的控制(适用时)；

(16) 对以前不符合采取的纠正措施有效性的验证情况(适用时)；

(17) 识别出的任何未解决的问题；

(18) 说明审核基于对可获得信息的抽样过程的免责声明；

(19) 审核组的推荐意见以及对认证范围适宜性的结论。

5.11.4 ZXRZ 应保留用于证实审核报告中相关信息的证据。

5.11.5 ZXRZ 认证机构应将审核报告提交认证委托人。

5.11.6 ZXRZ 对终止审核的项目，审核组应将终止审核的原因以及已开展的工作情况形成报告，认证机构应将此报告提交给认证委托人。

5.12 认证决定

5.12.1 ZXRZ 对审核报告、不符合项的纠正和纠正措施及其结果进行综合评价基础上，作出认证决定。认证决定人员应为 ZXRZ 管理控制下的专职认证人员，审核组成员不得参与对审核项目的认证决定，能力应满足 ZXRZ 资质审批的相关要求。ZXRZ 认证决定过程不外包。

5.12.2 ZXRZ 在作出认证决定前应确认如下情形：

5.12.2 认证机构应有充分的证据确认认证委托人满足下列条件时，做出授予、



更新、扩大认证范围的决定：

(1) 5.1.2 中的认证条件；

(2) 对于严重不符合，已评审、接受并验证了纠正措施的有效性；对于轻微不符合，已评审、接受了认证委托人的纠正措施或计划采取的纠正措施；

(3) 认证委托人的品牌管理体系 总体符合 GB/T 27925 标准要求且运行有效；

(4) 认证委托人按照认证合同规定履行了相关义务。

5.12.3 初次认证审核的认证决定应在现场审核后 6 个月内完成。否则应在推荐认证注册前再实施一次第二阶段审核。

5.12.4 再认证审核的认证决定应在上一认证周期认证证书到期前完成。否则应在推荐认证注册前再实施一次第二阶段审核。

5.12.5 认证委托人不能满足 5.12.2 要求的，认证机构应以书面形式告知并说明其未通过认证的原因。

5.12.6 对于监督审核，认证机构在满足下列条件时，可根据审核组长的肯定性结论保持对获证组织的认证，无需再进行独立的认证决定：

(1) 监督审核未发现严重不符合项及其他可能导致认证资格暂停、撤销的情况；

(2) 获证组织认证信息未发生变更，不存在扩大、缩小认证范围的情况；

(3) 认证机构建立了监督审核的监视机制并予以实施，可确保监督审核活动的有效性。

6. 认证证书和认证标志

6.1 总则

6.1.1 ZXRZ 制定《认证证书和标志管理程序》要求获证组织正确使用品牌管理体系认证证书和认证标志，以满足《认证证书和认证标志管理办法》中相关规定。



6.1.2 获证组织可以在认证有效期内使用品牌管理体系认证标志，并接受认证机构的监督管理。

6.1.3 获证组织应当在广告等有关宣传中正确使用品牌管理体系认证标志，不得在商品上标注品牌管理体系认证标志。

6.1.4 认证机构发现获证组织未正确使用认证证书和认证标志的，应当要求获证组织立即采取有效纠正措施，并跟踪监督纠正情况。

6.2 认证证书

6.2.1 ZXRZ 应及时向认证决定符合要求的组织出具认证证书，认证证书的签发日期不应早于做出认证决定日期。

6.2.2 品牌管理体系认证证书的有效期限最长为 3 年，初次认证证书有效期的起算日期为认证决定日期，再认证证书有效期的起算日期不得晚于最近一次有效认证证书的截止日期。

6.2.3 对每张品牌管理体系认证证书应赋予一个认证证书编号，认证证书编号应遵循一定的规律，具体详见附录 B。

6.2.4 认证证书在中华人民共和国境内使用的，证书使用的语言至少应包括中文。

6.2.5 认证证书应真实、准确，不产生误导，至少包含以下信息：

(1) 获证组织名称、统一社会信用代码、注册地址、认证范围所覆盖的经营地址。若认证的品牌管理体系覆盖多场所，应表述认证所覆盖的所有场所的地址信息；注：认证证书中可不包括临时场所，当在认证证书上展示临时场所时，应注明这些场所为临时场所。

(2) 品牌管理体系所覆盖的商品、服务的范围；包括每个场所相应的认证范围，且没有误导或歧义(适用时)；



(3) $Y = \sqrt{X}$

(4) 截止日期，证书应注明：获证客户必须定期接受监督审核并经审核合格此证书方继续有效的提示信息。

(5) 证书编号；

(6) ZXRZ 名称、地址；

(7) 认证标志、相关的认可标识及认可注册号（适用时）；

(8) 证书信息及证书状态的查询途径。ZXRZ 除公布认证证书在本机构网站上的查询方式外，还应在证书上注明：“本证书信息可在国家认证认可监督管理委员会官方网站（www.cnca.gov.cn）上查询”，以便于社会监督。

7. 认证资格的暂停、撤销和注销

7.1 总则

ZXRZ 制定《认证决定管理程序》，明确暂停、撤销和注销的文件化管理要求并遵照实施。

7.2 认证资格的暂停

7.2.1 获证客户有以下情形之一的，ZXRZ 应在调查核实后的 5 个工作日内暂停其认证证书，并保留相应证据。

(1) 品牌管理体系持续或严重不满足认证要求，包括对品牌管理体系运行有效性要求的；

(2) 不满足品牌管理体系适用的法律法规要求，且未采取有效纠正措施的；

(3) 发生较大或重大质量事故，反映获证组织品牌管理体系运行存在重大缺陷的；

(4) 拒绝配合市场监管部门的认证执法监督检查，或者提供虚假材料或信息的；



(5) 持有的与品牌管理体系 范围有关的行政许可证明、资质证书、强制性认证证书等过期失效；

(6) 不能按照规定的时间间隔接受监督审核的；

(7) 未按相关规定正确引用和宣传获得的认证资格和有关 信息，包括认证证书和认证标志的使用，造成严重影响或后果的；

(8) 不承担、履行认证合同约定的责任和义务的；

(9) 被有关行政监管部门责令停业整顿的；

(10) 发生与企业品牌相关的重大舆情；

(11) 主动请求暂停的；

(12) 其他应当暂停认证证书的情况。

7.2.2 ZXRZ 根据暂停的原因和性质确定暂停期限，暂停期限最长不得超过 6 个月。

7.2.3 ZXRZ 应以适当方式公开暂停认证证书的信息，明确暂停的起始日期和暂停期限，并声明在暂停期间获证客户不得以任何方式使用认证证书、认证标识或引用认证信息。

7.2.4 暂停期间，如获证组织采取有效的纠正措施，造成暂停的原因已消除的，ZXRZ 恢复其认证资格，并保留相应的证据。

7.3 认证资格的撤销

7.3.1 获证客户有以下情形之一的，ZXRZ 应在获得相关信息并调查核实后 5 个工作日内撤销其认证证书。

(1) 被注销或撤销法律地位证明文件的；

(2) 被国家企业信用信息公示系统和“信用中国”列入严重违法失信名单的；



(3) 拒绝配合认证监管部门实施的监督检查，或者对有关事项的询问和调查提供了虚假材料或信息的；

(4) 拒绝接受国家行政主管部门抽查的；

(5) 出现质量事故的；

(6) 有其他严重违反法律法规行为的；

(7) 暂停认证证书的期限已满但导致暂停的问题未得到解决或纠正的（包括持有的与品牌管理体系 范围有关的行政许可证明、资质证书、强制性认证证书等已经过期失效）；

(8) 没有运行品牌管理体系 或者已不具备运行条件的；

(9) 不按相关规定正确引用和宣传获得的认证信息，造成严重影响或后果，或者 ZXRZ 已要求其纠正但超过 1 个月仍未纠正的；

(10) 其他应当撤销认证证书的。

7.3.2 撤销认证证书后，ZXRZ 应及时收回撤销的认证证书。若无法收回，ZXRZ 应及时在相关媒体和网站上公布或声明撤销决定。

注：无法收回的原因包括但不限于：获证客户已经注销法人、不予配合等。

7.4 认证资格的注销

获证组织主动申请不再保持认证资格时，认证机构应注销其认证资格，并保留相应证据。

8. 申诉（投诉）处理

8.1 ZXRZ 制定《申诉投诉管理程序》包含申诉(投诉)处理制度并遵照执行。认证委托人或认证委托人对认证决定有异议的，可以向 ZXRZ 提出申诉。任何组织和个人对认证过程和决定有异议的，可以向 ZXRZ 提出投诉。



8.2 申诉(投诉)的提交、调查和决定不应造成针对申诉人/ 投诉人的歧视。ZXRZ 对申诉人(投诉人)、申诉(投诉)事项的信息应予以保密。

8.3 ZXRZ 应及时、公正、有效地处理申诉(投诉),采取必要的纠正措施。对申诉(投诉)的处理决定,应由与申诉(投诉)事项无关的人员做出,或经其审核和批准,并应在 60 日内将处理结果书面告知申诉人(投诉人)。

8.4 对 ZXRZ 未遵守认证相关法律法规或本规则,并导致自身合法权益受到严重侵害的,可以直接向认证机构所在地市场监管部门或国家认监委投诉。

9. 信息公开与报告

9.1 ZXRZ 制定《认证信息管理程序》,并遵照执行。并按照国家认监委关于认证信息上报的要求,按时上报认证相关信息,至少包括:

- (1) 上一年度工作报告;
- (2) 社会责任报告;
- (3) 认证计划及认证结果;
- (4) 认证证书的状态;
- (5) 其他应报告的信息。

9.2 认证机构应至少在审核实施前 3 天,将审核计划上报国家认监委相关网站,并应在上报认证证书信息的同时,上报管理体系审核结果信息。

9.3 认证机构在颁发认证证书后,应在次月 10 日前,将认证结果相关信息报送国家认监委。

ZXRZ 应通过其网站或者其他形式,向公众提供查询认证证书有效性的方式。

9.4 认证机构应通过其网站或者其他方式公开暂停、撤销、注销认证证书的信息,暂停证书的,还应明确暂停的起始日期和暂停期限。认证机构应在暂停、撤销、



注销认证证书之日起 2 个工作日内，按规定程序和要求报国家认监委。

9.5 获证组织发生重大质量事故的，认证机构应在事故发生之日起 2 个工作日内，将该组织的认证情况及最近一个认证周期的认证材料报送获证组织所在地市场监管部门。

10. 认证记录

10.1 认证机构应建立文件化的认证记录、认证资料归档留存制度，记录认证活动全过程并妥善保存，归档留存时间为认证证书有效期届满或者被注销、撤销之日起 2 年以上。

10.2 认证记录应真实、准确、完整，以证实认证活动得到有效实施。认证记录包括但不限于：

- (1) 认证申请书；
- (2) 认证申请评审记录；
- (3) 认证合同；
- (4) 审核方案；
- (5) 审核计划；
- (6) 首、末次会议签到表；
- (7) 现场审核记录；
- (8) 不符合项报告及验证记录；
- (9) 审核报告；
- (10) 认证决定记录。

10.3 在认证证书有效期内，认证活动参与各方签字或者盖章的认证记录、资料等，应保存具有法律效力的纸质版原件。签字或盖章的认证记录至少包括：



- (1) 认证申请书；
- (2) 认证合同；
- (3) 审核计划；
- (4) 首、末次会议签到表；
- (5) 不符合项报告及验证记录。

10.4 认证记录应使用中文，以电子文档的形式保存认证记录的，应采用不可编辑的方式。

11. 其他

11.1 本规则内容按照国家市场监管部门统一制订发布的 GB/T 27925 标准的要求执行落实，确保组织能够及时获得最新版标准认证。

11.2 内部审核

ZXRZ 制定了《内部审核和管理评审程序》，包含文件化的内部审核程序并遵照执行，确保至少每年对品牌管理体系认证开展情况实施内部审核。内部审核应包括对本规则执行情况的自查，并保持相应记录和报告。

11.3 同行评议

ZXRZ 应积极配合国家认证监管部门组织安排的对本机构实施的同行评议活动，并在要求的时间内对同行评议中发现的品牌管理体系认证活动中存在的问题采取有效的纠正措施，以持续符合本规则的要求。

11.4 认证数据安全

认证机构应严格落实《中华人民共和国数据安全法》和《中华人民共和国网络安全法》等法律法规要求，在中华人民共和国境内开展品牌管理体系认证活动中收集和产生的重要信息和数据应当在境内存储，确保信息和数据处于



有效保护和合法利用的状态。未经安全评估和网信等相关部门批准，认证机构不得向境外传输、提供、公开存储于中华人民共和国境内的数据。法律、行政法规另有规定的，依照其规定。

12. 附则

12.1 本规则包含的术语具有如下含义：

12.1.1 认证委托人：申请认证并接受认证审核的组织。

12.1.2 品牌管理体系认证业务范围：以品牌管理体系 相关过程及预期结果的共性为特征的领域。

注：认证业务范围类别与品牌管理体系 范围内的商品、和服务有关，认证业务范围也被称作“技术领域”、“行业”等。

12.1.3 专职认证人员：是指满足以下条件之一的认证人员：

(1) 与认证机构建立劳动关系并签订劳动合同的工作人员；

(2) 认证机构返聘的具有认证人员注册资格的退休人员和企事业单位内退人员；

(3) 认证机构的出资方为事业单位时，由出资方任命在认证机构任职的事业编制人员。

12.1.4 审核时间：策划并完成一次完整有效的管理体系审核所需要的时间。

12.1.5 现场审核时间：审核时间的一部分，包括从首次会议到末次会议之间实施审核活动的所有时间。

12.1.6 远程审核方法：利用信息和通信技术（ICT）在认证委托人所在地以外的任何地方实施审核活动所采用的方法。



12.1.7 严重不符合：影响管理体系实现预期结果的能力的不符合。

注：严重不符合可能是下列情况：

过程控制是否有效或者商品或服务能否满足规定要求存在严重的怀疑。

— 多项轻微不符合都与同一要求或问题有关，可能表明存在系统性失效，从而构成一项严重不符合。

12.1.8 轻微不符合：不影响管理体系实现预期结果的能力的不符合。

12.1.9 ZXRZ 开展品牌管理体系 及相关技术标准的宣贯培训，确保全体认证人员正确理解和执行品牌管理体系 标准。



附录 A

品牌管理体系认证审核时间要求

有效人数	审核时间		有效人数	审核时间	
	第 1 阶段+第 2 阶段(人天)			第 1 阶段+第 2 阶段(人天)	
1-45	2.5		1176-1550	12	
46-65	3		1551-2025	13	
66-85	4		2026-2675	14	
86-125	5		2676-3450	15	
126-175	6		3451-4350	16	
176-275	7		4351-5450	17	
276-425	8		5451-6800	18	
426-625	9		6801-8500	19	
626-875	10		8501-10700	20	
876-1175	11		>10700	遵循上述递进规律递进	

注：

- 有效人数包括认证范围内涉及的所有人员(含每个班次的人员)。覆盖于认证范围内的非固定人员(如：承包商人员)和兼职人员也应包括在有效人数内。
- 对非固定人员(包括季节性人员、临时人员和分包商人员)和兼职人员的有效人数核定，可根据其实际工作小时数予以适当减少或换算成等效的全职人员数。
- 组织正常工作期间(包括轮班)安排的审核时间可以计入有效的管理体系认证审核时间，但往返多审核场所之间所花费的时间不计入有效的管理体系认证审核时间。



附录 B

B.1 品牌管理体系认证证书编号由认证机构批准号、获证年份号、诚信管理体系英文缩写、顺序号、认证周期、认可标识和子证书号构成，格式如下：

XXXX	XX	PP	XXXX	RO(1、2...)	X	-X
(机构批准号)	(发证年号)	(项目缩写)	(顺序号)	(认证周期)	(认可标识)	(子证书号)

多场所组织的子证书注册号应与总部的注册号相同，在注册号后加子证书的分号：-1, -2, ...

通过认可的认可机构代码，如：C-CNAS,A-ANAB,U-UKAS,Z-未认可, ……)

后缀表示初次认证或再认证换证号：初次认证为R0，第一次再认证换证为R1，第二次再认证换证为R2, ……

一个认证机构当年发出证书的顺序累计号：001, 002, ……

证书所属项目代号：PP为品牌管理体系简称

证书发出年份：23-2023, 24-2024, ……

认证机构获得认监委机构批准号的后三/四位数字流水号(外资机构只有两位，末位以字母F补位)

B.2 同一个组织的认证范围覆盖多个场所并需要颁发子证书时，在子认证证书编号后加上“-”和序号，如-1(-2, -3, …)。



B.3 有效期内换发证书，认证证书编号中的机构注册号、年份号、顺序号和认证的有效期保持不变，应注明换证日期。

B.4 再认证完成后换发证书，按 B.1 规定重新赋予认证证书编号，第一次再认证为“R1”，第二次再认证为“R2”，依此类推。

B.5 撤销证书后，原认证证书编号废止，不再它用。