



中华人民共和国认证认可行业标准

RB/T 291—2018

电子商务平台所售认证产品抽查技术规范

Specifications for supervision and inspection of certified products sold on
electronic commerce platforms

2018-06-04 发布

2018-12-01 实施

中国国家认证认可监督管理委员会 发 布

目 次

前言 I

引言 II

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 抽查活动过程和一般要求 2

6 抽查活动要求 4

附录 A（资料性附录） 电子商务平台所售认证产品抽查任务的主要内容 7

附录 B（资料性附录） 电子商务平台所售认证产品抽查实施方案的主要内容 8

附录 C（规范性附录） 电子商务平台所售认证产品抽查活动总结报告 9

参考文献 10

前 言

本标准按照 GB/T 1.1—2009 给出的规则起草。

本标准由国家认证认可监督管理委员会提出并归口。

本标准起草单位：国家认证认可监督管理委员会认证认可技术研究所、浙江方圆检测集团股份有限公司、威凯认证检测有限公司、广东产品质量监督检验研究院、上海市质量技术监督局、中国家用电器研究院、国家电线电缆质量监督检验中心（江苏）、中国合格评定国家认可中心、广州质量监督检测研究院、佛山市质量计量监督检测中心、深圳市计量质量检测研究院、深圳市标准技术研究院、国家玩具质量监督检验中心（汕头）、中国赛宝实验室、阿里巴巴（中国）有限公司、北京京东世纪贸易有限公司、唯品会（中国）有限公司、北京世纪卓越信息技术有限公司、苏宁云商股份有限公司、中粮电子商务投资有限公司（我买网）、中国质量认证中心、华夏认证中心、清华大学公共安全研究院、天津泰达建设集团、中国标准化研究院、中创国新（北京）科技发展有限公司。

本标准主要起草人：吴海文、王姣、童艳、朱珈、沈小华、鲍振鑫、孙焰、严涛、郑慷、莎日娜、杨静、黄锐洲、何云福、沙梅、黄开胜、张引、李乐琴、金科、王幼平、陆伟、佟海燕、黄时炜、鲍振宇、董君兰、刘国荣、李荣、刘晓臣、崔文喆、王诗宇、袁征、孙彬、赵高琼、郑春海、邓文焕、朴影、林翔、贾梦雅、杜玉、乔青松、刘建毅、张超、郑增尧、林旋琴、盖红星、申世飞、杨锐、徐刚、吴超男、唐正香。

引 言

电子商务平台所售认证产品抽查活动是对在电子商务平台上流通的认证产品进行的监督管理,也是获证产品市场抽查工作的重要一环,是实现获得认证的产品质量安全保障的重要手段,也是确保电子商务平台上流通的获证产品持续符合法律法规及技术标准要求的重要手段之一,在提高认证有效性,维护产品认证制度的权威性及广大消费者的合法权益等方面发挥着重要作用。

对各类型电子商务平台的调研结果显示,大型电子商务平台根据自身特点建立了相应的品控作业指导书,但指导书模式各异;而小型电子商务平台基本没有开展相关的抽查工作,也没有类似的抽查作业指导书。本标准在归纳分析多年来电子商务平台所售的经认证的强制性产品获证产品和有机认证产品监督抽查工作的实践、经验和统计数据的基础上,充分运用“双随机”(即随机抽取检查对象、随机选派检查人员)工作机制及“大数据”等创新方式方法,通过对政府部门、社会组织或个人以及各类电子商务平台等各使用方的关注点、侧重点细致调研,主动识别电子商务平台上开展抽查活动过程中的风险点,重点关注认证产品备选库的建立、抽样、样品验视与封识、样品确认、检测、检测结果确认、异议处理等影响抽查活动证据链完整性、充分性的主要环节,提炼抽查方法、抽查技术要求并对抽查活动进行规范化、标准化设计,可较好地防范工作过程中风险的发生,能够满足各相关使用方的需求,为该项活动持续和健康发展奠定良好的技术基础。

电子商务平台所售认证产品抽查技术规范

1 范围

本标准规定了电子商务平台所售认证产品抽查技术的总则、抽查程序和相关要求。
本标准适用于开展电子商务平台所售认证产品抽查活动的各相关方。

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。

GB/T 28863 商品质量监督抽样检验程序具有先验质量信息的情形
GB/T 31524—2015 电子商务平台运营与技术规范

3 术语和定义

GB/T 28863 和 GB/T 31524 界定的以及下列术语和定义适用于本文件。为了便于使用,以下重复列出了 GB/T 28863、GB/T 31524 中的某些术语和定义。

3.1

电子商务 electronic commerce

以电子形式进行的商务活动。

注:经济活动主体之间利用现代信息技术和网络技术(含互联网、移动网络和其他信息网络)开展商务活动,实现网上接洽、签约、支付等关键商务活动环节的部分或全部电子化,包括货物交易、服务交易和知识产权交易等。

[GB/T 31524—2015,3.1]

3.2

电子商务平台 electronic commerce platform

电子商务活动中为交易双方或多方提供交易撮合及相关服务的信息网络系统总和。

[GB/T 31524—2015,3.2]

3.3

相关方 stakeholder

与电子商务平台上所售认证产品开展的抽查活动过程或结果有利益关系的个人或组织。

注:相关方通常包括但不限于组织者、实施者、抽样者、检查对象、确认方、检测机构及社会消费团体或个人等。

3.4

组织者 organizer

确立电子商务平台认证产品抽查产品范围、发布抽查任务并协调监督抽查活动过程的组织。

注:组织者也可以是社会消费团体或个人。

3.5

实施者 implementer

根据抽查任务制定抽查实施方案,并实施抽查任务的组织。

3.6

抽样者 sampling personal

在电子商务平台认证产品抽查活动中执行抽样任务的组织或个人。

3.7

检查对象 testing objects

对电子商务平台认证产品质量承担责任的组织。

3.8

确认方 the party of confirming

认证产品包装或者铭牌上标注的生产者或持证者、经销商及进口领域的代理商或经销商。

3.9

检测机构 testing laboratory

从事认证产品检测活动的实验室。

3.10

样品(样本) sample

按一定程序从总体中抽取的一组(一个或多个)单位商品。

[GB/T 28863—2012,3.1.11]

4 总则

4.1 基本原则

抽查过程应遵循随机性原则,体现电子商务平台认证产品的整体状况,抽查实施过程应当客观、公正、可追溯。

4.2 基本要求

4.2.1 组织者确定抽查任务及全过程的监督协调。

4.2.2 实施者应制定抽查实施方案,实施抽查活动,向组织者上报抽查总结报告。

4.2.3 抽样者应按照抽查实施方案实施抽样活动,保证抽样过程的客观、公正。

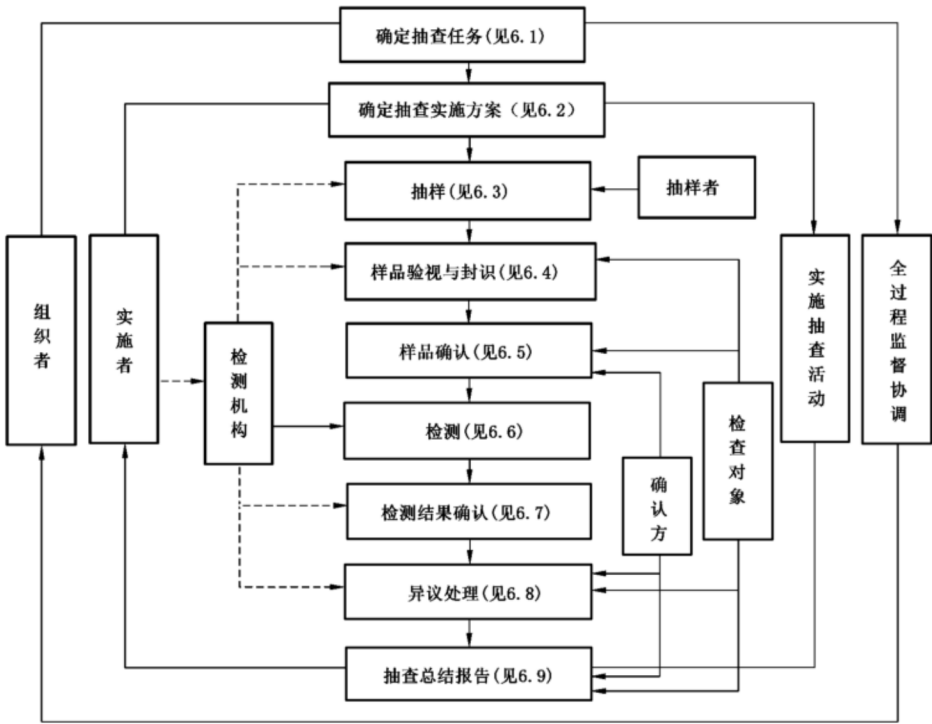
4.2.4 检查对象应参与样品验视与封样,配合对实施者提供的样品确认通知书和待确认材料、检测结果确认通知书和检测报告予以确认。

4.2.5 确认方应对实施者提供的样品确认通知书和待确认材料、检测结果确认通知书和检测报告予以确认。

4.2.6 检测机构应承检样品、出具检测报告和结论,向实施者提供检测技术支持。

5 抽查活动过程和一般要求

5.1 抽查活动主要包括:确定抽查任务、确定抽查实施方案、抽样、样品验视与封识、样品确认、检测、检测结果确认、异议处理和抽查总结报告 9 个环节(见图 1)。



注：----->表示当实施者和检测机构分属不同个体或组织时，抽样、样品验视与封识、样品确认、检测结果确认、异议处理环节的相关活动可由实施者委托给检测机构进行实施。

图 1 抽查活动过程图

5.2 抽查活动过程一般要求及证实方法与本标准条款的对应关系见表 1。

表 1 抽查过程一般要求列表

序号	主要环节	时间要求	证明文件要求	证实方法
1	确定抽查任务	30 个~90 个自然日	抽查任务文件编写及发布要求	6.1
2	确定抽查实施方案	30 个自然日	认证产品备选库的建立要求及抽查实施方案的编写备案要求	6.2
3	抽样	45 个自然日	抽样步骤要求、抽样信息资料记录及存档要求	6.3
4	样品验视与封识	30 个自然日	验视与封识步骤要求、过程信息资料记录及确认、存档要求	6.4
5	样品确认	15 个自然日	检查对象和确认方样品确认要求、确认信息资料及过程记录、存档要求	6.5
6	检测	30 个~90 个自然日	检测要求及检测报告要求	6.6
7	检测结果确认	15 个自然日	检查对象和确认方检测结果确认要求、确认信息资料及过程记录、存档要求	6.7

表 1 (续)

序号	主要环节	时间要求	证明文件要求	证实方法
8	异议处理	5 个~15 个自然日	实施者、检查对象和确认方异议处理要求、确认信息资料及过程记录、存档要求	6.8
9	抽查总结报告	30 个自然日	实施者抽查档案资料及总结报告编写、存档或报送要求	6.9

5.3 各环节选取按照各相关方不同属性分为 3 种情况：

- a) 当组织者、实施者、检查对象、抽样者、检测机构、确认方分属不同个体或组织时,各相关方应按照各环节开展抽查活动；
- b) 当组织者同为检查对象,实施者同为抽样者、检测机构时,组织者/检查对象应按照 6.1 的要求确定抽查任务,实施者/抽样者/检测机构应按照 6.2、6.3、6.5.2、6.5.3、6.5.4、6.6、6.7、6.8 和 6.9 要求开展抽查活动；
- c) 当组织者为社会消费团体或个人或组织者同为抽样者,实施者同为检测机构时,组织者应按照 6.3(除 6.3.1 外)的要求抽样,实施者/检测机构应按照 6.6 要求开展检测活动,并向组织者提交抽查总结报告。

6 抽查活动要求

6.1 确定抽查任务

6.1.1 组织者确定抽查产品类别。宜优先选择历年抽查合格率低、消费者投诉率高或差评率较高、国家年度重点检查、能够体现电子商务平台获证产品的整体状况的认证产品类别。

6.1.2 组织者筛选并确定符合资质的检测机构。

6.1.3 组织者发出电子商务平台认证产品抽查任务。任务内容包括但不限于:抽查任务发出、抽查目的、抽查原则、抽查任务要求、经费预算和相关要求等(参见附录 A)。

6.2 确定抽查实施方案

6.2.1 确定检查对象

实施者获取抽查任务后确定检查对象。检查对象选择宜考虑知名度、访问量、销售额、影响力、历年抽查情况等因素。

6.2.2 确定认证产品备选库

6.2.2.1 根据抽查任务中确定的抽查产品类别,实施者应逐个对检测对象的目标产品进行搜索,选择综合排名最高或者销量排名最高的产品,点击产品链接进入商品页面。将页面展示的产品品牌、名称、型号、宣传内容等认证产品信息与认证产品证书信息库校核后,保留并记录符合要求的认证产品信息和相关产品链接,建立认证产品备选库。

6.2.2.2 备选库应能提供确认方信息,且产品信息不得重复。产品信息条数应为抽查计划批次数的 1.5 倍以上。

6.2.2.3 认证产品备选库应在 30 个自然日内报组织者备案。

6.2.3 编制抽查实施方案

实施者应编制抽查实施方案,方案内容包括但不限于:抽查目的、抽查原则、抽查依据、实施计划、程序和相关要求、判定原则、检测报告出具、样品管理和经费预算等(参见附录 B)。

6.3 抽样

6.3.1 抽样者按 6.2.2 实施者确定的认证产品备选库依次购买样品。

6.3.2 抽样者按照认证产品备选库产品链接进入产品页面后,浏览页面内显示的产品名称、产品型号等认证信息,再次确认与认证产品备选库信息一致性。认证信息包括但不限于提供认证证书图片、展示产品铭牌上认证标志、宣称在售产品获得认证等。

6.3.3 抽样者购样过程,需记录认证产品购页面链接网址,产品页面会有多次跳转,对每一次跳转后的页面均要截图留存,购样结束后应索取发票,填写发票信息和样品寄送地址。抽样者应尽量避免暴露抽查行为。

6.3.4 认证产品经物流网络抵达指定的寄送地址后,抽样者应从各个角度对认证产品外包装完整性进行拍照,尤其是快递单和发票应拍照留存。

6.3.5 抽样完成后,抽样者应整理认证产品电子信息资料并存档,同时报实施者备案。有条件时,应对认证产品抽取过程全程监控或视频记录并存档。

6.3.6 抽样者应在抽样结束后 5 个自然日将样品移交检测机构。

6.4 样品验视与封识

6.4.1 实施者向检查对象下发抽样通知书,并组织样品验视和封识。

6.4.2 样品检测前,实施者、检测机构、检查对象可对待检样品验视。验视应确定样品完整性及与抽取产品的一致性。对完整性和一致性不足的样品退换货;对于完整一致的样品,应拍照留存认证信息,包括但不限于厂商、品牌、规格、型号、包装、认证标志等。有条件时对验视过程全程录像。

6.4.3 验视包括现场验视和非现场验视,现场验视和非现场验视应满足以下要求:

a) 现场验视:

- 1) 实施者、检测机构、检查对象可对样品进行封识;
- 2) 检查对象可随机指定备用样品。

b) 非现场验视:

- 1) 实施者、检测机构可在样品上封识。由实施者或委托检测机构将验视过程图片或视频等技术资料、封识图片发送给检查对象,由检查对象在封识图片上签字确认。确认期为 5 个自然日,逾期未确认的,视为已确认。实施者或委托的检测机构应妥善留存寄送凭证备查;
- 2) 检查对象可委托实施者随机指定备用样品。备用样品需用标记明示并妥善保存以备复检。

6.5 样品确认

6.5.1 按照 6.4 完成样品验视与封识后,检查对象和确认方应分别按照 6.5.1.1 和 6.5.1.2 进行样品确认。当检查对象同为确认方时,按照 6.5.1.1 进行样品确认。

6.5.1.1 检查对象对样品确认。完成样品验视与封识后,现场验视的,检查对象现场对样品进行确认。非现场验视的,检查对象应在样品确认期内对实施者发送的样品确认通知书、待确认材料如抽查产品清单、购买订单、发票、照片、视频等进行书面回函确认。

6.5.1.2 确认方对样品确认。完成样品验视与封识后,现场验视的,确认方(生产者或持证者)可选择进

行现场确认。非现场验视的,确认方应在样品确认期内对实施者发送的样品确认通知书、待确认材料如抽查产品清单、购买订单、发票、照片、视频等进行书面回函确认。

6.5.2 样品确认期为自签收样品确认通知书等确认材料之日起 15 个自然日内。逾期无书面回复的,视为确认该样品为检查对象/确认方的产品。实施者应妥善留存寄送凭证备查。

6.5.3 若检查对象/确认方确认样品不是其产品时,由检查对象与确认方在样品确认期内共同提供充分和有效的证据进行证明,实施者应认真核查。

6.5.4 样品经核查确认不是检查对象/确认方的,检测机构不予检测。

6.6 检测

6.6.1 检测机构应妥善保存样品,并根据抽查实施方案和抽样信息进行检测。

6.6.2 承担检测任务的检测机构应当保证检测工作的科学、公正、准确,如实上报检测结果,并对检测工作负责,不得分包检测任务。

6.6.3 检测过程中如遇样品失效或者其他致使检测无法进行的情况,检测机构应如实记录即时情况,提供充分的证明材料上报实施者。

6.6.4 检测机构应在检测结束后 30 个自然日内出具抽查检测报告,确保检测报告内容真实齐全、数据准确、结论明确。

6.6.5 检测工作结束后,检测机构应当在实施方案规定的时间内将检测报告、检测结果汇总信息或抽查产品质量分析报告有关情况报送实施者。

6.7 检测结果确认

6.7.1 实施者应及时将检测报告和检测结果确认通知书书面告知检查对象和(或)确认方,也可以委托检测机构告知。实施者或委托的检测机构应妥善留存寄送凭证备查。

6.7.2 检测结果确认期为自签收检测结果确认通知书之日起 15 个自然日内。

6.8 异议处理

6.8.1 检查对象和(或)确认方对检测结果有异议的,可在检测结果确认期内向实施者提出书面复检申请并提供异议证据,复检任务可由原检测机构承担。按照 6.7.2 要求,逾期未提出异议的,视为承认检测结果。

6.8.2 有异议时,实施者应核实异议证据,也可委托检测机构核实。对需要复检并具备检测条件的,应在原样上进行复检,否则应启用备样进行复检,并出具检测报告。复检结论为最终结论。

6.8.3 检测机构应在复检工作完成后 5 个自然日内书面告知检查对象及确认方最终结论,并在 15 个自然日内将复检结果报送实施者。

6.9 抽查总结报告

6.9.1 实施者应按照抽查实施方案的要求,汇总抽查档案资料及抽查工作情况,编写抽查总结报告,上报组织者。

6.9.2 抽查档案资料包括但不限于以下内容:抽查实施方案、抽样实施过程记录、抽样单、样品确认通知书及样品确认相关证明材料和寄送凭证、原始记录、检测数据、检测报告及其发放记录、检测结果确认通知书及检测结果确认相关证明材料和寄送凭证、异议处理和复检有关资料、样品管理记录等。

6.9.3 抽查档案资料管理按照抽查实施方案的相关规定进行。

6.9.4 抽查总结报告内容宜包含:抽查基本情况、抽查的检测依据和检测项目、抽查总体情况、抽查结果分析、抽查合格与不合格名单、不合格产品后处理情况、存在的问题和工作建议。电子商务平台所售认证产品抽查活动总结报告的内容和格式见附录 C。

附 录 A
(资料性附录)

电子商务平台所售认证产品抽查任务的主要内容

电子商务平台所售认证产品抽查任务主要包括：

- a) 抽查任务发出：
 - 1) 确定抽查任务委托对象：明确的抽查任务委托对象全称，或遴选抽查任务委托对象的相关要求，包括抽查任务委托对象的资质和条件、遴选程序和时间节点等；
 - 2) 抽查任务发出方式：通过纸质或电子文件通知、公告等方式定向或非定向传递给抽查任务拟委托的对象。
- b) 抽查目的；
- c) 抽查原则：抽查方式、抽查范围选取原则和数量等；
- d) 抽查任务要求：明确抽查活动各阶段活动目标、相关要求和时间节点，包括抽查实施方案、检测结果资料汇总及总结报告上报、抽查活动过程控制要求等；
- e) 经费预算和相关要求：经费额度、预算说明要求等。

附 录 B
(资料性附录)

电子商务平台所售认证产品抽查实施方案的主要内容

电子商务平台所售认证产品抽查实施方案主要包括：

- a) 抽查目的:抽查产品的主要特征介绍,全国企业数量及年总产(销)量、企业分布和产业集中区域等行业基本情况,抽查产品的质量状况,目前存在的主要质量问题,明确抽查目的和意义;
- b) 抽查原则:抽查方式、抽查范围和数量等;
- c) 抽查依据:
 - 1) 法律法规;
 - 2) 产品标准;
 - 3) 检测项目。
- d) 实施计划、程序和相关要求:明确各阶段活动内容及其相关要求和时间节点,包括认证产品抽查备选库建立、抽样、检测、结果确认、异议处理、材料汇总上报、抽查档案资料管理等;
- e) 判定原则;
- f) 检测报告出具;
- g) 样品管理;
- h) 经费预算。

附 录 C
(规范性附录)

电子商务平台所售认证产品抽查活动总结报告

图 C.1 给出了电子商务平台所售认证产品抽查活动总结报告的内容和格式。

电子商务平台所售认证产品抽查活动总结报告

一、抽查活动的基本情况

表 1 电子商务平台所售认证产品抽查活动实施情况统计表

实施单位	检查对象	产品类别	认证产品备选库的生产企业、经销商或进口商(家)	实施抽查的生产企业、经销商或进口商(家)	完成抽样的生产企业、经销商或进口商(家)	抽查产品总批数	完成抽样工作天数	完成检测工作天数

二、抽查的检测依据和检测项目

三、抽查的具体结果

表 2 抽查产品合格率统计表

抽查产品	实施单位	检查对象	抽查产品批数	合格产品批数	合格率

表 3 抽查合格与不合格产品信息统计表

产品种类	产品名称(标称)	生产企业名称(标称)	规格型号	生产日期(批号)	发证机构名称	认证证书号	检测标准和项目	不合格检测项目	承检单位	备注

四、抽查的结果分析

(一) 总体结论

(二) 主要问题

(三) 不合格产品后处理情况

(三) 结果分析

五、本次抽查活动的收获和不足

(一) 收获

(二) 不足

六、有关抽查活动的意见和建议

图 C.1 电子商务平台所售认证产品抽查活动总结报告的内容和格式

参 考 文 献

- [1] GB/T 18811—2012 电子商务基本术语
 - [2] GB/Z 20539—2006 电子商务业务过程和信息建模指南
 - [3] GB/T 27000—2006 合格评定 词汇和通用原则
 - [4] GB/T 31782—2015 电子商务可信交易要求
-

中华人民共和国认证认可
行 业 标 准
电子商务平台所售认证产品抽查技术规范
RB/T 291—2018

*

中国标准出版社出版发行
北京市朝阳区和平里西街甲2号(100029)
北京市西城区三里河北街16号(100045)
网址 www.spc.net.cn
总编室:(010)68533533 发行中心:(010)51780238
读者服务部:(010)68523946
中国标准出版社秦皇岛印刷厂印刷
各地新华书店经销

*

开本 880×1230 1/16 印张 1 字数 24 千字
2018年8月第一版 2018年8月第一次印刷

*

书号: 155066·2-44873 定价 18.00 元

如有印装差错 由本社发行中心调换
版权专有 侵权必究
举报电话:(010)68510107



RB/T 291—2018