

江西腾标认证有限公司

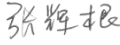
家具定制服务认证技术规范

受控状态：（)

文件编号：CTS TBSC070-2026

版本号：B/2

编制：技术部

审核：张辉根 

批准：周春阳 

1 范围

本标准规定了家具定制服务认证的规范性要求，包括服务要求、管理要求和服务认证评价等内容。

本标准适用于认证机构实施家具定制服务认证活动，也适用于各类提供家具定制服务的组织（含品牌商、制造商、整体家居解决方案提供商等）规范其自身的服务行为，或寻求相关方对其符合性的确认。

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 19001—2016 质量管理体系 要求

GB/T 19004—2011 追求组织的持续成功 质量管理方法

GB/T 19012—2021 质量管理 顾客满意 组织投诉处理指南

GB/T 24421.2—2009 服务业组织标准化工作指南 第2部分：标准体系

GB/T 27400—2020 合格评定 服务认证技术通则

GB/T 27205—2019 合格评定 服务认证方案指南和示例

GB/T 27207—2020 合格评定 服务认证模式选择与应用导则

GB/T 39016—2020 定制家具 通用设计规范

GB/T 37652—2019 家具售后服务要求

GB/T 3324—2017 木家具通用技术条件

GB 18584—2001 室内装饰装修材料 木家具中有害物质限量

3 术语和定义

GB/T 39016—2020 和 GB/T 37652—2019 界定的以及下列术语和定义适用于本文件。

3.1 家具定制服务

指家具定制服务组织受顾客委托，根据顾客的个性化需求、空间尺寸及功能偏好，提供从上门测量、方案设计、材料选配、生产制造、物流配送、安装调试到售后维护的一站式定制服务过程。

3.2 服务接触点

在家具定制服务过程中，服务组织与顾客发生直接互动或间接影响的具体环节，如上门量尺、方案汇报、展厅选材、合同签订、工厂生产进度反馈、配送安装、售后维修等。

3.3 服务特性

家具定制服务过程中固有的、可被顾客体验感知的特征，如专业性、个性化、可靠性、安全性、时效性、环保性。

4 服务要求

4.1 咨询与设计服务

4.1.1 服务组织应在初次接触时充分了解顾客的户型、风格偏好、功能需求及预算，精准定位设计方向。顾客体验感知：设计师很专业，完全理解我的想法和需求。

4.1.2 设计师应结合光环境、动线设计及人体工程学原理，出具多套定制方案，包含效果图、CAD 图纸及详细报价单。顾客体验感知：设计方案非常惊艳，完美匹配我家的风格，空间利用也很充分。

4.1.3 设计过程中，服务组织应提供充足、环保的板材、五金、石材等样品供顾客比对选择，并清晰介绍不同材料特性。顾客体验感知：选材过程很透明，他们讲得很清楚，我选的板材很放心。

4.1.4 设计方案应包含详细的尺寸标注、结构拆解图及安装示意图，确保顾客对最终效果有清晰预期。顾客体验感知：图纸很清楚，我都能看懂内部结构是怎么样的。

4.1.5 在确认方案后，服务组织应签订正式合同，明确项目范围、总价、交付周期、质保条款及违约责任。顾客体验感知：合同条款很清晰，没有隐形收费，时间节点也写得很明白。

4.2 生产与品控服务

4.2.1 生产过程中，服务组织应使用与合同约定一致的板材、五金等原材料，并符合相关环保标准。顾客体验感知：他们承诺的进口五金确实是正品，板材也有一物一码，可以溯源。

4.2.2 应具备数字化或标准化的生产流程，确保产品规格与设计图纸完全一致，尺寸公差在标准范围内。顾客体验感知：家具送到家后，尺寸分毫不差，安装过程非常顺畅。

4.2.3 成品出厂前应经过严格的质量检验，包括外观无划痕、漆面均匀、五金顺滑、结构牢固。顾客体验感知：拆开包装后，所有板材都没有磕碰，表面处理得也很光滑。

4.2.4 对于加工周期较长的项目，服务组织应主动向顾客通报生产进度（如进入下料、封边、组装、质检、出货等阶段）。顾客体验感知：工厂进度会定期在 APP 上更新，我很清楚地知道我的家具做到哪一步了。

4.3 配送与安装服务

4.3.1 服务组织应在约定时间前与顾客确认配送安装时间，并确保一次性准时送达。顾客体验感知：安装师傅很准时，没有让我空等。

4.3.2 配送人员应轻拿轻放，在运输过程中采取完善的产品防护措施。顾客体验感知：物流防护做得很好，到了家里没有任何磕碰。

4.3.3 安装团队应统一着装、文明作业，在施工区域铺设保护垫，安装完成后清理现场、带走垃圾。顾客体验感知：安装师傅很专业，干活利索，走的时候还把垃圾都带走了，非常省心。

4.3.4 安装完成后，应主动与顾客一起进行逐项验收，确认功能完好、表面无损、五金正常，并指导顾客日常使用保养。顾客体验感知：安装完成后，师傅耐心指导我如何使用和维护，服务很贴心。

4.4 售后与补救服务

4.4.1 服务组织应提供明确的质保承诺及售后响应时限。顾客体验感知：他们承诺的服务年限让我很放心，售后卡片就在柜门上。

4.4.2 当接到售后报修时，应在承诺时间内安排人员上门处理。顾客体验感知：我报修后，第二天师傅就上门了，很快就修好了。

4.4.3 对于设计或生产导致的严重问题，应主动启动补救措施，包括免费改造、换货或退货。
顾客体验感知：虽然出了一点小问题，但他们处理得很好，免费帮我更换了，我很满意。

4.4.4 在质保期外，应提供有偿的维护保养服务或零部件供应。顾客体验感知：过了保修期，打个电话他们也愿意上门帮忙调整一下五金，虽然收费，但很省心。

4.5 顾客沟通与信息保密服务

4.5.1 服务组织应建立方便快捷的沟通渠道，确保对顾客问询的及时回复。顾客体验感知：项目有一个专属服务群，设计师、客服都在里面，问什么问题都能很快得到答复。

4.5.2 报价单及最终结算单应清晰罗列所有项目，无隐形收费，费用变动需经顾客书面确认。顾客体验感知：报价单很详细，后来因为尺寸调整加了一点钱，他们也提前跟我说了，明明白白消费。

4.5.3 对顾客的房屋尺寸、户型图、居住信息等敏感数据采取严格保密措施，不外泄。顾客体验感知：他们很注意保护我的隐私，没有到处泄露我家的户型图。

4.5.4 在交付后，应保持联系，定期进行满意度回访。顾客体验感知：入住一个月后他们还打电话问我用着怎么样，感觉不是“一锤子买卖”。

5 管理要求

5.1 通用要求

5.1.1 组织应建立并保持满足 GB/T 19001 和 GB/T 39016-2020 要求的家具定制服务体系，确保其实施和保持，并持续改进其有效性。组织应：

- a) 结合家具定制服务接触理论，识别关键服务环节，建立服务总蓝图；
- b) 确定服务提供的准则和方法；
- c) 确保可获得必要的资源和信息；
- d) 监视、测量和分析；
- e) 实施必要的改进措施。

5.1.2 针对影响服务符合性的外包过程，组织应建立并实施控制程序。

5.2 特定要求

5.2.1 企业治理与管理目标

组织应明确其家具定制服务的业务范围，并建立包含客户视角的管理目标，包括但不限于：

- a) 满意度指标：客户综合满意度；净推荐值（NPS）；
- b) 质量指标：一次安装验收合格率；生产交付准时率；因产品缺陷导致的售后率；
- c) 环保指标：使用板材符合 GB 18584 等环保标准批次占比（应为 100%）；
- d) 安全指标：重大安全事故数（应为 0）；
- e) 合规指标：因虚假宣传或合同欺诈受到的行政处罚数（应为 0）。

5.2.2 组织管理与能力建设

组织应具备满足家具定制服务需求的综合服务能力，包括但不限于：

- a) 资质与信誉：具备合法经营资质，商业信誉良好；
- b) 人才队伍：拥有一支具备专业资质的设计师团队、工艺技师团队及经过专业培训的安装与

售后团队；

c) 技术装备：配备专业设计软件、数字化生产管理系统（ERP/MES）、物流配送管理系统及顾客关系管理系统（CRM）。

5.2.3 设计与方案管理

组织应建立并实施设计与方案管理制度，包括但不限于：

- a) 量尺与记录：制定标准化的上门量尺流程，为每一个订单建立电子档案；
- b) 设计规范：设计应符合 GB/T 39016-2020 要求，确保结构合理、功能完善、符合人体工程学；
- c) 方案审核：建立方案内部审核机制，确保图纸、选材、预算的准确性和一致性；
- d) 变更管理：方案变更应经顾客书面确认，并重新评估工期和费用。

5.2.4 采购与生产管理

组织应建立并实施采购与生产管理制度，包括但不限于：

- a) 供应商管理：建立合格供应商名录，对关键原材料供应商进行定期评审和绩效监控；
- b) 材料检验：建立原材料入厂检验制度，对板材的环保等级、色号、厚度等进行核对检验；
- c) 生产流程控制：建立标准化的生产作业指导书（SOP），明确各工序的质量标准和检验要求；
- d) 过程检验与成品检验：实施首件检验、巡回检验和成品最终检验，建立质量问题追溯体系。

5.2.5 配送与安装管理

组织应建立并实施配送与安装管理制度，包括但不限于：

- a) 配送调度：建立配送调度平台，确保准时送达；
- b) 成品保护：制定配送和在客户现场安装全过程的成品保护标准；
- c) 安装规范：制定标准化的安装操作规程，明确安装流程、调试标准、验收标准及现场管理要求；
- d) 验收与资料归档：安装完成后，与顾客共同验收并签字确认，将资料归档。

5.2.6 售后与补救服务管理

组织应建立并实施售后与补救服务管理制度，包括但不限于：

- a) 质保承诺：明示产品质保期限、服务内容和收费政策；
- b) 故障响应：建立 24 小时服务热线，规定售后报修响应时间；
- c) 服务补救：制定服务补救程序，包括道歉、快速解决方案、根本原因分析及内部改进；
- d) 备件管理：建立常用备件库存管理制度，确保快速响应维修需求。

5.2.7 顾客关系与数字化管理

组织应建立并实施顾客关系与数字化管理制度，包括但不限于：

- a) 信息化平台：运用 CRM 或小程序实现客户服务全流程的数字化管理；
- b) 满意度回访：定期进行客户满意度回访；
- c) 数据安全：对客户信息进行严格保密。

5.2.8 投诉与纠纷处理

组织应建立并实施投诉与纠纷处理机制，包括但不限于：

- a) 在承诺的期限内完成投诉的调查、核实、处理与反馈；
- b) 所有投诉应有完整记录，并可用于趋势分析和改进。

5.2.9 服务改进与知识管理

组织应制定并实施服务改进与知识管理制度，包括但不限于：

- a) 对服务中出现的任何不合格项进行根本原因分析，及时采取纠正和预防措施；
- b) 结合客户反馈、满意度调查、内部审核，定期评审并改进服务体系；
- c) 建立设计、生产、安装领域的案例库。

6 服务认证评价

6.1 认证准则

6.1.1 服务要求测评准则

6.1.1.1 第4章给出的家具定制服务要求，其服务特性的测评应依据附录A表A.1给出的测评工具实施。

6.1.1.2 服务认证审查员基于表A.1实施服务要求（即服务特性）体验测评时：

- a) 表A.1是根据第4章的4.1~4.5要求，赋权量化构建的服务特性体验测评表，设定满分为100分；
- b) 测评内容为明显的“是，否”判断时，可用直接判断法，判定得分和不得分；
- c) 测评内容除了b)情形外，给出基于李克特5点式量表的体验系数 α ，如下：

远低于预期： $0 \leq \alpha \leq 0.2$ ；

- 1. 低于预期： $0.2 < \alpha \leq 0.4$ ；
- 2. 符合预期： $0.4 < \alpha \leq 0.6$ ；
- 3. 高于预期： $0.6 < \alpha \leq 0.8$ ；
- 4. 远高于预期： $0.8 < \alpha \leq 1.0$ 。

5. d) 用表A.1中给定的每一项测评内容的分值乘以该项确定的体验系数 α 后求和，得出服务特性测评基础分；

e) 将服务特性测评基础分乘以体验否决系数E，得出服务特性测评分。其中，体验否决系数 $E=\{0, 1\}$ ，当服务过程中发生下列任一情况时 $E=0$ ，否则 $E=1$ ：

评价期间，因组织责任发生重大产品安全事故且舆论影响恶劣；

评价期间，因虚假宣传或合同欺诈被市场监管部门处罚并公开通报。

f) 评价服务内容不含评价表中部分内容时，可提前说明，按以上评分方法得出总分后按比例换算最后分值。

6.1.1.3 服务特性测评活动，其总分由计算每人（次）测评分的均值获得。

6.1.2 管理要求审核准则

6.1.2.1 第5章给出的管理要求，应依据附录B表B.1给出的审核工具实施。

6.1.2.2 获得认证机构所颁发且有效的质量管理体系认证证书的组织，可由认证机构评估风险后决定是否免除其 GB/T 19001 标准要求的质量管理体系的评价。

6.1.2.3 家具定制服务的管理要求审核通常采用管理体系审核的要求和方法。

6.1.2.4 家具定制服务的特定管理要求（5.2）的审核工具可参照 GB/T 19004-2011 标准给出的成熟度模型，采用五级定性成熟度水平的评价方法。表 1 给出了管理要求如何与成熟度水平相对应的通用模型示例。

表 1 管理成熟度水平通用模型表格

关键要素	管理成熟度水平				
	一级	二级	三级	四级	五级
特定要求	基本水平				最佳实践

6.1.2.5 根据表 B.1 给出的管理要求审核工具实施第 5 章的管理要求的成熟度评价。

6.2 认证结果

6.2.1 结果分级

服务认证结果分为三个等级，从低至高依，分为 3 个等级，如表所示。

6.2.2 等级判定

认证结果的等级判定应综合考虑服务特性测评得分和服务管理审核成熟度等级，具体判定规则如下：

序号	服务特性测评得分	服务管理审核成熟度等级	认证级别
1	60-79	二级及以上	三星
2	80~90	三级及以上	四星
3	90 及以上	四级及以上	五星

附录 A

表 A.1 家具定制服务要求测评表

序号	评价项目（分值）	评价子项目（分值）	评价内容（基于客户视角体验）	给定分值	体验系数 α	评价得分
1	4.1 咨询与设计（20）	4.1.1 需求理解精准性（5）	设计师充分理解了我的户型、风格、功能需求。	1.0		
2		4.1.2 方案创新性与匹配度（5）	设计方案有亮点，考虑周全，与我的想法非常匹配。	1.0		
3		4.1.3 设计专业度（5）	设计符合人体工学，动线和空间利用合理。	1.0		
4		4.1.4 图纸清晰度（5）	效果图和CAD图纸清晰易懂，尺寸标注准确。	1.0		
5		4.1.5 选材专业度（5）	对板材、五金等材料特性及环保等级的介绍清晰。	1.0		
6		4.1.6 样品丰富度（5）	提供的材质样品（板材、颜色、五金）充足。	1.0		
7		4.1.7 报价透明度（5）	报价单项目清晰，无隐形消费，价格变动提前沟通。	1.0		
8		4.1.8 方案修改响应度（5）	对修改意见响应迅速，修改质量好。	1.0		
9		4.1.9 销售/设计师态度（5）	销售和设计师的服务态度热情、专业。	1.0		
10		4.1.10 合同条款明确性（5）	合同包含了交付周期、质保期限、违约责任等关键条款。	1.0		
11		4.1.11 交付时间	承诺的交付周期合理，有明确的起止日期。	1.0		

		承诺 (5)				
12	4.2 生产与品控 (20)	4.2.1 材料一致性 (5)	到货家具所用板材、五金与合同约定完全一致。	1.0		
13		4.2.2 尺寸精准度 (5)	产品尺寸与设计图纸完全一致，安装时严丝合缝。	1.0		
14		4.2.3 工艺细节 (5)	封边、打孔、拼接等工艺精细，无粗糙感。	1.0		
15		4.2.4 漆面/饰面质量 (5)	表面光滑、无气泡、无颗粒，颜色均匀。	1.0		
16		4.2.5 五金件顺滑度 (5)	抽屉、门板开合顺畅，阻尼感好。	1.0		
17		4.2.6 结构牢固度 (5)	柜体结构牢固，承重部位无晃动、无异响。	1.0		
18		4.2.7 包装防护 (5)	包装严实，板材有护角保护，防止运输中磕碰。	1.0		
19		4.2.8 生产进度透明度 (5)	能主动或在告知下了解订单生产到哪一环节。	1.0		
20		4.2.9 环保无异味 (5)	家具安装后闻不到刺激性气味，环保达标。	1.0		
21	4.3 配送与安装 (20)	4.3.1 送货准时性 (5)	物流/安装团队在约定时间准时到达。	1.0		
22		4.3.2 配送前确认 (5)	配送前一天有电话或短信再次确认时间。	1.0		
23		4.3.3 成品保护措施 (5)	搬运过程中，对家具和楼道/电梯做了很好的保护。	1.0		
24		4.3.4 安装师傅着装 (5)	安装师傅统一着装，工具摆放整齐。	1.0		
25		4.3.5 安装现场保护 (5)	在施工区域铺设了保护垫，防止损坏地板。	1.0		

26		4.3.6 安装技术熟练度 (5)	安装过程熟练，速度快，组装精准。	1.0		
27		4.3.7 现场清洁 (5)	安装完成后清理了包装垃圾和灰尘。	1.0		
28		4.3.8 使用指导 (5)	详细介绍了日常使用、清洁和保养方法。	1.0		
29		4.3.9 共同验收 (5)	安装完成后，主动与顾客一起进行逐项验收。	1.0		
30		4.3.10 首次安装成功率 (5)	没有因缺件、错件或尺寸问题导致二次上门安装。	1.0		
31		4.3.11 安装服务整体感 (5)	对安装服务团队的总体感觉很专业、规范。	1.0		
32	4.4 售后与补救 (20)	4.4.1 服务回应及时性 (5)	售后报修后，有人快速响应并记录。	1.0		
33		4.4.2 上门维修及时性 (5)	维修师傅在承诺时间内上门处理。	1.0		
34		4.4.3 维修结果有效性 (5)	维修后问题得到彻底解决，没有反复。	1.0		
35		4.4.4 补救态度积极性 (5)	在发生问题的处理过程中，态度积极，不推卸责任。	1.0		
36		4.4.5 补救方案合理性 (5)	提出的补救方案（维修/更换/赔偿）合理。	1.0		
37		4.4.6 质保承诺兑现 (5)	商家兑现了合同中关于质保的承诺。	1.0		
38		4.4.7 服务人员礼仪 (5)	售后人员态度谦和，沟通礼貌。	1.0		
39		4.4.8 售后回访主动性 (5)	入住一段时间后，主动回访了解使用情况。	1.0		
40		4.4.9 售后流程便捷性 (5)	在线报修或电话报修流程简单，无需反复说明。	1.0		

41	4.5 沟通与安全 (20.0)	4.5.1 专属服务群沟通 (5)	有专门的群或渠道沟通，响应及时。	1.0		
42		4.5.2 问题反馈透明度 (5)	在项目执行中遇到困难，坦诚沟通。	1.0		
43		4.5.3 主动进度更新 (5)	主动告知设计、生产、配送、安装的进度节点。	1.0		
44		4.5.4 个人信息保密 (5)	没有把我的个人信息泄露给第三方。	1.0		
45		4.5.5 退换货流程清晰 (5)	合同中详细规定了退换货的条件和流程。	1.0		
46		4.5.6 费用变动透明 (5)	任何增项或减项都有明确的报价和确认环节。	1.0		
47		4.5.7 品牌信任度 (5)	整个过程让我对这个品牌产生了信任感。	1.0		
48		4.5.8 沟通渠道多样性 (5)	有多种沟通方式可选。	1.0		
49		4.5.9 投诉渠道畅通 (5)	知道如何投诉，并且渠道畅通。	1.0		
50		4.5.10 知识转移程度 (5)	充分了解如何保养和使用定制的家具。	1.0		
总分	100	—	—	50.0	—	—

附录 B

表 B.1 家具定制服务管理成熟度等级描述

考核要求	评定等级及评定要求				
	一级	二级	三级	四级	五级
5.2.1 企业治理与目标	组织未建立明确的家具定制服务管理目标，或目标不可测量。公司管理粗放，对定制服务无系统规划。	组织明确了家具定制服务的管理目标，各项目标可测量。初步明确了设计、生产、安装各环节职责。	组织在相关职能和层次上建立并实施了目标。KPI分解到部门，并系统收集分析。	各项目标如期实现。管理层依据KPI进行决策。通过数据分析识别设计或生产环节的系统性薄弱点。	提供3年以上KPI数据并进行对比。能根据数据预测趋势并推动服务模式创新（如推出全屋智能定制）。在行业内有一定影响力。
5.2.2 组织管理与能力建设	组织缺乏系统的专业人才培养。设计师多为销售型，缺乏专业设计能力。安装工多为外部承包，管理不规范。	组织建立了初步的培训制度。设计师有基础设计软件技能。有基本的信息保密意识。	组织建立了覆盖设计、生产、安装、售后全员的能力管理体系。有标准化培训体系和考核机制。	满足第三级要求。具有科学的员工满意度测评，员工满意度与项目绩效有关联分析。员工的创新意识强。	满足第四级要求。建立了员工满意度与客户满意度的相关性分析。企业被认为是行业人才培养和输出中心。
5.2.3 设计与方案管理	未建立标准化的设计方案管理流程。设计方案多凭设计师个人经验，无标准化图纸要求和审核机制。	组织建立了初步的设计方案管理流程。有基本的设计方案模板和标准图纸要求。	组织建立并实施了标准化的设计方案管理制度（SOP）。有标准化的量尺清单、图纸规范、方案审核流程。	满足第三级要求。并能提供设计优化案例，如通过标准化设计降低出错率。设计过程实现数字化/在线协同。	满足第四级要求。设计管理可实现预测性分析，能主动预警客户趋势并提供引领性方案。
5.2.4 采购与生产管理	未建立系统的采购与生产管理制度。	组织建立了初步的生产管理制度，	组织建立并实施了标准化的采购	满足第三级要求。并能进行质量趋	满足第四级要求。生产管理实现数

	度。生产流程松散，质量控制靠老师傅经验，无系统化的来料或成品检验。	明确了原材料入库的基本检验要求。生产班组有生产记录。	与生产管理制度（SOP）。供应商管理有定期评审，生产过程有标准作业指导书和检验清单。使用ERP系统进行排产和物料管理。	势分析（如每百套产品返修率），系统优化生产工艺。	字化、智能化（如柔性生产线、MES系统自动化排产）。在行业内分享最佳实践。
5.2.5 配送与安装管理	未建立标准化的配送与安装管理制度。物流依赖第三方，不做成品保护；安装工不统一着装，现场脏乱。	组织建立了初步的配送与安装管理流程。对安装工有基本的服务标准要求。	组织建立并实施了标准化的配送与安装管理制度（SOP）。有标准化的成品保护规范、安装操作规程和验收清单。使用配送调度系统。	满足第三级要求。并能通过数据分析提前预警安装拥堵，优化调度策略。安装一次成功率呈改善趋势。	满足第四级要求。配送安装管理实现数字化、智能化（如AI调度、APP实时追踪安装进度）。在行业内分享最佳实践。
5.2.6 售后与补救服务	未建立系统性的售后与补救服务管理制度。售后响应靠个人，无规范流程和承诺。	组织建立了初步的售后管理制度，明确了报修的基本受理流程。有基本的售后记录。	组织建立并实施了标准化的售后与补救服务管理制度（SOP）。有标准化的服务流程、响应时限、常见故障解决方案库。	满足第三级要求。并能进行售后问题趋势分析，找出系统性问题（如某批次五金故障率高中），并推动采购或生产改进。	满足第四级要求。售后管理实现预测性维护，能在客户报修前主动发现潜在问题。能提供行业最佳实践。
5.2.7 顾客关系与数字化	未建立顾客关系与数字化管理制度。客户信息记录不全，无信息化平台。	组织开始记录客户信息，建立了简单的客户档案。开始使用微信群沟通项目进度。	组织建立了标准化的客户关系与数字化管理制度（SOP）。应用CRM系统管理客户信息和项目进度。与	满足第三级要求。并能进行客户满意度NPS趋势分析，洞察客户流失原因。	满足第四级要求。拥有自主研发的数字化平台。客户关系管理实现预测性分析，主动预警客户流失风险。

			顾客建立专属服务群。		
5.2.8 投诉与纠纷处理	未建立投诉与纠纷处理机制。投诉受理、调查、处理、反馈的流程不清晰，记录不完整。	组织建立了投诉处理程序，明确了受理和反馈的基本流程。投诉渠道初步设立。	组织建立并实施了标准化的投诉与纠纷处理程序，明确流程和时限。投诉台账完整，用于改进。	满足第三级要求。并能进行投诉趋势分析，找出系统性问题并采取预防措施。	满足第四级要求，投诉几乎为零，纠纷极少，成为行业处理规范。
5.2.9 服务改进与知识管理	未建立系统性的服务改进措施。项目做完就结束，缺乏知识积累和改进。	组织建立了初步的服务改进措施，对项目中发现的明显问题进行了初步的总结。	组织建立并实施了标准化的服务改进与知识管理制度。定期召开项目总结会。建立了设计和安装案例库。	满足第三级要求。并能提供案例库在多个项目中成功复用的案例，显著降低重复犯错率。	满足第四级要求，并建立了完善的持续改进文化，使服务质量在行业中处于引领地位。知识资产成为核心竞争力。

表 B.2 家具定制服务管理要求成熟度对应分值

特定管理要求	总分值	成熟度分值				
		一级	二级	三级	四级	五级
5.2.1 企业治理与目标	10	2	4	6	8	10
5.2.2 组织管理与能力建设	10	2	4	6	8	10
5.2.3 设计与方案管理	15	3	6	9	12	15
5.2.4 采购与生产管理	10	2	4	6	8	10
5.2.5 配送与安装管理	10	2	4	6	8	10
5.2.6 售后与补救服务	15	3	6	9	12	15
5.2.7 顾客关系与数字化	10	2	4	6	8	10

5.2.8 投诉与纠纷处理	10	2	4	6	8	10
5.2.9 服务改进与知识管理	10	2	4	6	8	10
合计	100	20	40	60	80	100

B.3 在实施家具定制服务管理要求的成熟度评价时：

根据表 B.1 对 5.2.1~5.2.9 的成熟度水平进行逐一评价，如某一条达不到一级成熟度要求，则该条不得分；

b) 将各条成熟度得分累加后，得出管理成熟度总分；

c) 管理成熟度总分乘以管理成熟度否决系数 M，得出管理成熟度最终得分。其中，管理成熟度否决系数 $M=\{0, 1\}$ ，当发生下列任一情况时 $M=0$ ，否则 $M=1$ ：

1. 5.2.1~5.2.9 中，同时有超过 3 项成熟度无法达到一级水平；
2. 5.2.3、5.2.4、5.2.5 中任意一项成熟度无法达到一级水平。

d) 根据管理成熟度总分，管理要求分级规则如下：

3. 19 分（含）~32 分，一级，单项条款得分应不低于“1”分；
4. 32 分（含）~57 分，二级，单项条款得分应不低于“2”分；
5. 57 分（含）~76 分，三级，单项条款得分应不低于“3”分；
6. 76 分（含）~86 分，四级，单项条款得分应不低于“3”分；
7. 86 分（含）~95 分，五级，单项条款得分应不低于“3”分。