**ICS** 03.120.20

**CCS** A 01

**团 体 标 准**

T/CIQA xxx—2025

**品牌消费品鉴定机构及人员管理通用基本规范**

**General specification for brand consumer goods appraisal institution and personal management**

（征求意见稿）

2025-XX-XX 发布 2025-XX-XX实施

中国出入境检验检疫协会 **发 布**

目次

[前言 II](#_Toc192922905)

[1 范围 3](#_Toc192922906)

[2 规范性引用文件 3](#_Toc192922907)

[3 术语和定义 3](#_Toc192922908)

[4 鉴定机构 5](#_Toc192922909)

[5 鉴定人员 5](#_Toc192922910)

[6 仪器与设备 6](#_Toc192922911)

[7 鉴定环境 6](#_Toc192922912)

[8 鉴定程序 6](#_Toc192922913)

[参考文献 12](#_Toc192922926)

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这些专利的责任。

本标准由中国出入境检验检疫协会高端消费品标准化技术委员会（CIQA/TC18）提出并归口。

本文件起草单位：中国海关科学技术研究中心、国家市场监督管理总局发展研究中心、天纺标质检技术服务（天津）有限公司、浙江省检验检疫科学技术研究院、中安防伪技术有限公司、河北省产品质量监督检验研究院、对外经济贸易大学奢侈品研究中心、江苏省纺织产品质量监督检验研究院、北京服装学院、上海得物信息集团有限公司、北京中认检测技术服务有限公司

本文件主要起草人：王琳譞、李桐、张琛、周全盛、张伟娟、柴林玉、谢龙、张梦霞、刘扬、王淇、李鹏、李梦苏、潘璐璐、张小鲁、赵贺、陈梦缘、陈伟、周萌、李昱霏、李萌等

本文件知识产权归中国出入境检验检疫协会所有。任何单位或个人未经许可，不得以营利为目的，印制、出版、翻译、转发或复制全文或部分文字

品牌消费品鉴定机构及人员管理通用基本规范

1. 范围

本文件规定了品牌消费品鉴定机构及人员的资质要求、管理规范、设备标准、质量控制等方面的技术规范。

本文件适用于从事品牌消费品鉴定的机构及人员。

1. 规范性引用文件

本文件没有规范性引用文件。

1. 术语和定义

下列术语和定义适用于本文件。



消费品 consumer produce

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。

[来源：GB/T 35248-2017，2.2]

鉴定 appraisal

通过技术手段按照规定的程序识别可疑假冒产品或正品的活动。

鉴定机构appraisal institutions

依法成立，利用仪器设备、环境设施等技术条件和专业技能，对产品或者其他特定对象进行检验鉴定的专业技术组织。



品牌brand

与营销相关的无形资产，囊括但是不限定于名称，词组，标记，符号，设计或是它们互相组合用以识别某个销售者或某群销售者的产品或服务，并使之与竞争对手的产品和服务相区别，在利益相关者头脑中留下独特的印象，或相关感受，从而产生经济效益及价值。

[来源：ISO 20671-1:2021，3.1]

仿冒品counterfeit product

由非正规供应商生产，或经未授权渠道提供，并被包装为合法正规产品。

[来源：ISO/IEC 20243-1:2023，3.14]

产品标识 label

产品上加贴或悬挂显示的信息

示例：以标志、贴纸、印刷、标签等形式显示的产品相关信息。

[来源：ISO 21041:2018，3.3]

送检样品 test sample

需要通过鉴定程序得出鉴定结论的品牌消费品样品。

对比样品 reference sample

通过送检样品标识的品牌，从品牌商官方渠道获得同一货号同颜色的正品实物。

注 1：如无法获得正品实物，通过品牌皮具官网对公示信息选择适当的采集（如下载、截图等），设置适当条件和保存格式，进行高质量数字化采集，形成正品信息文件。正品信息文件可作为对比样品。

注 2：对于无法通过以上渠道获取正品实物或正品信息文件的，需向品牌商咨询和开展市场调查，形成正品调研文件。正品调研文件可作为对比样品。

1. 鉴定机构
   1. 鉴定机构基本要求

鉴定机构需依法注册，具备独立法人资格。获得相关品牌、行业或政府部门的资质认证。并在接受相关国家单位、行业组织的监管和培训，具备相应资格证书后开展鉴定工作。机构应定期接受监督审核，以确保其持续符合资质要求。同时机构还应不断更新其鉴定标准、技术和方法，以保持其专业性和竞争力。

配备专业的鉴定设备，如高倍显微镜、光谱仪、紫外线灯、放大镜等，用于检测材质、工艺和防伪标识等。设备仪器应经法定计量鉴定机构检定合格，且在鉴定有效期内。

具备符合相关标准的实验室或鉴定环境，并满足相关标准中对设施、设备、人员、鉴定方法、程序和记录以及管理体系等资源要求的规定。确保鉴定工作的科学性、准确性、规范性和公正性。

能够依据相关标准建立完善的鉴定流程和操作规范，确保鉴定结果的可重复性和可追溯性。

* 1. 对比样品库

鉴定机构应建立全面的对比样品库 （样品库），涵盖营业范围内各类品牌及其产品系列。应按照品牌、类型、材质等分类存放，做到数字化管理，便于快速检索和对比。

每个样品库中对比样品都应有详细的档案记录，实物样品保留相应购买或获取信息，信息类文件和调研文件应保留详细来源。无论实物样品、信息类文件或调研文件都应附有品牌消费品产品标识内容、品牌、型号、款式、工艺、材质、购买渠道、价格、编码规则等文字信息，形成管理文件。

鉴定机构应深入研究品牌消费品的特征包括新的防伪技术和仿冒品技术，如镭射标、芯片、二维码等。对比样品数据库应定期进行更新、检查和维护。

* 1. 档案管理

鉴定机构应具有明确每个送检样品在本机构的整个期间能到持续的识别：包括接收、开箱检查、建档登记、拍照存档、内部传递、多轮鉴定、复检核对、封箱寄出等关键环节等，做到均在全闭环监控下进行。鉴定过程中的持续识别形成电子文件连同鉴定原始记录一同保存进行档案管理。

确保每个送检样品的档案记录不被混淆，并能随时调档配合监督。

保证档案记录的完整性和可追溯性，如有可能，档案中可包括在鉴定机构外部的传递。

除非法律另有规定，所有档案都应安全地、妥善地保存。鉴定记录应采用纸质资料、电子数据库或云端服务器等多种方式进行存储，原始记录报告保存2年及以上，确保数据的安全性和可追溯性。已鉴定完毕的送检样品应有鉴定溯源签。

1. 鉴定人员
   1. 资质要求

从事品牌消费品鉴定工作人员，应当具备人力资源与社会劳动保障部或相对应的政府机构、行业社团组织颁发的资格等级证书或能力水平证书。定期参加相应的能力水平考试，以确保具备识别最新仿冒技术的鉴定能力。

* 1. 道德要求

鉴定人员应遵守职业道德，不得参与任何可能影响鉴定结果的活动。应当独立于其出具的鉴定意见书所涉及的利益相关方，不得接受以影响鉴定结果为目的任何利益输送，不受任何可能干扰其技术判断的因素影响，保证其出具的鉴定意见书真实、客观、准确、完整。

* 1. 专业能力要求

5.3.1 材质鉴别能力

应具备相关行业的材质鉴别基础能力，必要时能熟练使用仪器辅助鉴别。如：品牌皮具类鉴定人员应具备区分皮革（牛皮革、鳄鱼皮革等）与合成革的基础能力；品牌饰品、玉石类鉴定人员需具备贵金属以及宝石识别基础能力；品牌鞋服类鉴定人员应具备区分分皮革（牛皮革、鳄鱼皮革等）与合成革的基础能力，也应具备区分丝绸、羊绒等主要材质的基础能力等。

5.3.2 工艺细节鉴别能力

熟悉品牌特有的制作工艺，如缝线、拉链、铆钉、印刻等工艺。

5.3.2 品牌防伪细节鉴别能力

应熟悉品牌消费品最新防伪手段。

1. 管理规范
   1. 鉴定责任要求
      1. 通用要求

鉴定机构及其人员从事鉴定活动应当遵守法律、行政法规、部门规章的规定，遵循客观独立、公平公正、诚实信用原则，恪守职业道德，承担社会责任。

* + 1. 客诉率要求

鉴定机构应当对其出具的鉴定意见书负责，并依法承担法律责任。由于鉴定结果不准确产生的客诉率每年应在10%以内。如客诉率在10%～20%之间，鉴定机构应改进鉴定流程和提高鉴定技术。如客诉率持续两年大于20%，则应停业整改。如整改后依然大于20%，则列入行业黑名单。

* 1. 鉴定保密要求

鉴定机构应通过具有法律效力的承诺，对在实施鉴定活动中获得或产生的所有信息承担管理责任。鉴定机构应将拟在公开场合发布的信息事先通知客户。除非是客户公开的信息或和客户达成了一致的信息，其他所有信息都被认为是专有信息，应视为保密。

* 1. 鉴定管理要求

鉴定机构应拥有多名具备运作鉴定机构的管理人员和具备鉴定能力的技术人员。从事鉴定活动的人员，专职鉴定人员比例不低于50%，鉴定机构应规定所有与鉴定活动相关的人员的能力要求，包括教育、培训、技术知识、技能和经验等要求。鉴定机构应保存涉及鉴定活动的每个人员的监督、教育、培训、技术知识、技能、经验和授权的记录。

鉴定机构应使用规定的鉴定方法和程序，如T/CIQA 101—2024等；应及时记录鉴定过程中观察到的情况和得到的数据，形成鉴定原始记录；对所有鉴定结果予以适当的审核。

* 1. 鉴定价格要求

鉴定机构应建立具体的价格管理制度，规范定价和收费行为。鉴定服务的收费应公开透明，保留收费凭证和相关记录等证据。

* 1. 鉴定合同要求

鉴定机构应有合同或工作指令控制体系，以确保在其专业能力范围内从事工作，有充分的资源来满足要求；并确保被检验项目和样品可以被唯一性识别，以避免混淆。通常情况下，鉴定机构应自行执行合同任务，不得分包。

* 1. 客户反馈及鉴定申诉处理要求

6.6.1 客户反馈

鉴定机构应建立完善的客户反馈和投诉机制，确保能够及时、有效地处理客户的申诉、建议或意见。客户应能够通过多种渠道（如电话、邮件、在线平台等）便捷地提出反馈。机构需对客户反馈进行详细记录、系统分析和快速处理，并在规定时间内向客户反馈处理结果。对于客户投诉，机构应进行根本原因分析，制定并实施纠正措施，同时跟踪有效性，以减少和防止类似问题再次发生。

机构需妥善保存所有投诉、申诉及相关处理措施的记录，以便后续追溯和改进。

6.6.2 客户鉴定申述处理

鉴定机构应建立文件化的鉴定申述处理程序。客户如对鉴定结论有争议，应在收到商品3日—7日内（鉴定机构根据机构等级自行规定）向鉴定机构提出异议，并申请复检。鉴定机构应通过扩大鉴定人员数量或调整相关鉴定人员等方式进行复检，并进行以下处理：

——原鉴定结论为真、复检结论为假的情况，鉴定机构应对货值进行等额赔付，退回鉴定费用；

——原鉴定结论为假，复审结论为真的情况，鉴定机构应根据鉴定费用给予一定赔偿（鉴定机构自行规定）；

——两次鉴定结论不一致，鉴定机构应对客户表达歉意。

如复检后仍存在争议，可通过相应行业组织协调处理。

1. 质量控制
   1. 内部审核

鉴定机构应定期开展内部审核，参与行业能力验证等对比活动，确保鉴定流程和结果的准确性、一致性和合规性。内部审核覆盖所有关键环节，包括但不限于样品管理、检测方法、设备校准、数据记录和报告出具等。审核结果形成书面报告，并针对发现的问题制定纠正措施和预防措施，确保问题得到有效整改。内部审核的频率至少每年一次，或根据实际情况和风险等级进行调整。

* 1. 外部监督

鉴定机构应接受相关主管部门的监督和检查。外部监督包括但不限于相关国家单位和行业组织的定期评审、飞行检查或专项监督。对于外部监督中发现的不符合项，及时采取纠正措施，并在规定时间内提交整改报告，确保问题得到有效解决。

参考文献

1. T/CIQA 101—2024品牌皮具鉴定通用技术规范
2. T/CIQA XXXX—XXXX品牌鞋服鉴定通用技术规范
3. T/CIQA XXXX—XXXX品牌饰品鉴定通用技术规范
4. T/CIQA XXXX—XXXX XXX鉴定通用技术规范
5. …………

**\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**