ICS 03.100.01
A 10

SB

中华人民共和国国内贸易行业标准

SB/T XXXXX—XXXX

购物中心等级划分规范

Specification on classification of shopping centers

（征求意见稿）

XXXX－XX－XX 发布　　XXXX－XX－XX 实施

中华人民共和国商务部　发布

目　　次

前言 II
1　范围 1
2　规范性引用文件 1
3　术语和定义 1
4　购物中心的主要类型 1
5　等级划分 2
6　等级评价原则 2
7　等级评价细则 2
参考文献 12

前　　言

本标准按照GB/T 1.1-2009给出的规则起草。

本标准由中华人民共和国商务部提出并归口。

本标准起草单位：中国连锁经营协会、万达商业地产股份有公司、永旺(中国)投资有限公司、沃尔玛亚洲不动产、九洲远景(上海)投资管理有限公司、银泰商业集团。

本标准主要起草人：吴国华、裴亮、武瑞玲、曲德君、陈德力、朱菁、潘丽君、王敬、武斌、胡进、张勇、李满。

购物中心等级划分规范

1 范围

本标准规定了购物中心主要类型、购物中心等级划分、等级评定原则及细则。

本标准适用于在中华人民共和国境内开展经营的各类购物中心。本标准不适用于厂家直销店购物中心(factory outlets)。

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，仅所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 18883-2002 室内空气质量指标

GB 50763 无障碍设计规范

JGJ 26 严寒和寒冷地区居住建筑节能设计标准

JGJ 48 商店建筑设计规范

3 术语和定义

下列术语和定义适用于本文件。

3.1 购物中心 shopping center/shopping mall

是多种零售店铺、服务设施集中在由企业有计划地开发、管理、运营的一个建筑物内或一个区域内，向消费者提供综合性服务的商业集合体。

[GB/T 18106-2004，定义4.1.11]

4 购物中心的主要类型

4.1 都市型购物中心

4.1.1 功能定位：以满足中高收入人群的高端和时尚购物需求为主，配套餐饮服务的时尚休闲特色较为突出。

4.1.2 选址：位于城市的核心商圈或中心商务区。

4.1.3 规模体量：不包含停车场的建筑面积在 50000 ㎡以上。

4.1.4 商圈辐射范围：可以覆盖甚至超出所在城市。

4.1.5 建筑形态：街区型或封闭型。

4.2 地区型购物中心

4.2.1 功能定位：购物、餐饮、休闲和服务功能齐备，所提供的产品和服务种类丰富，可满足不同收入水平顾客的一站式消费需求。
4.2.2 选址：位于城市新区或城乡结合部的商业中心或社区聚集区，紧邻交通主干道或城市交通节点。
4.2.3 规模体量：不包含停车场的建筑面积在 50000 ㎡以上。
4.2.4 辐射范围：在人口密集的大中城市，辐射半径大约在 5 km以上。
4.2.5 建筑及形态：以封闭的独立建筑体为主。

4.3 社区型购物中心

4.3.1 功能定位：配备必要的餐饮和休闲娱乐设施，服务功能齐全，以满足周边居民日常生活所需为主。
4.3.2 选址：位于居民聚居区的中心或周边，交通便利。
4.3.3 规模体量：不包含停车场的建筑面积为（10000-50000）㎡。
4.3.4 辐射范围：在人口密集的大中城市，辐射半径大约 3 km以内。
4.3.5 建筑形态：以封闭的独立建筑体为主。

4.4 厂家直销店购物中心 factory outlets

4.4.1 功能定位：以品牌生产商或经销商开设的零售商店为主体，以销售打折商品为特色。
4.4.2 选址：在交通便利或远离市中心的交通主干道旁，或开设在旅游风景区附近。
4.4.3 规模体量：不包含停车场的建筑面积约在 50000m^2以上。
4.4.4 辐射范围：辐射所在城市或周边城市群。
4.4.5 建筑形态：街区型或封闭型，以街区型为主。

5 等级划分

5.1 等级划分原则

5.1.1 购物中心可划分为宝鼎级和金鼎级,金鼎级高于宝鼎级。
5.1.2 金鼎级购物中心按评估指标又分为都市型、地区型和社区型三类。

5.2 等级划分依据

购物中心划分以业态与品牌、经营与管理、服务与设施、诚信与和谐、安全及保障、环保与节能、信息与智能为依据。

6 等级评价条件

6.1.1 等级划分及评定采取企业自愿申报，分级评定的方法。凡连续经营一年（含）以上、建筑面积在 10000 ㎡（含）以上的购物中心均可申报向所在省、自治区、直辖市、计划单列市或全国购物中心等级划分及评定机构（指商务部或其委托的机构）等级评定机构申报。
6.1.2 宝鼎级购物中心由省、自治区、直辖市、计划单列市或全国购物中心等级划分及评定机构(指商务部或其委托的机构)根据 7.1 评定,之后向全国购物中心等级划分及评定机构(指商务部或其委托的机构)推荐参评金鼎级购物中心;金鼎级购物中心由全国购物中心等级划分及评定机构根据

7.2 评定。所评定的宝鼎级和金鼎级购物中心名单要求在全国购物中心等级划分及评定机构网站及相关网站向社会公示,公示期不少于 20 个工作日。

7 等级评定细则

7.1 宝鼎级购物中心划分及评定细则

7.1.1 评定方法

7.1.1.1 满分为 100 分

7.1.1.2 记分方法:总得分为各项三级指标得分之和。定性指标计分方法为:达标满分,不达标零分。

7.1.1.3 总得分超过 95 分(含)以上可列入宝鼎级购物中心备选名单。

7.1.2 评定要求

宝鼎级购物中心等级指标及分值见表 1.

表 1 宝鼎级购物中心评定指标及分值

一级指标	二级指标	三级指标	分值
业态与品牌 20 分	业态与品牌 20 分	有清晰的功能定位	10 分
		所涵盖的商业业态齐全,包括购物,餐饮,休闲娱乐、服务等四大类，,业态组合比例适合当地消费习惯和水平	10 分
经营与管理 20 分	经营与管理 20 分	a)具有统一经营管理的管理规划	4 分
		b)具各完善的经营营理制度,并有中长期、年度,月度经营计划	4 分
		o)具备完备的财务管理制度,并有长短期财务规划和分析报告	4 分
		d)具备完善的人力资源管理制度,不断提升员工的工作技能和服务水平	4 分
		e)具备清晰的企业文化和经营理念.重视企业文化的建设和宣传推广	4 分
服务与设施 20 分	硬件设施 3 分	a)遵循分区明确、联系紧密、功能合理、相互助益的原则,为各个商业业态提供良好的内部场地和空间条件	1 分
		b)合理设置外部广场空间,停车场等不同功能空间	1 分
		c）满足不同商业业态对建筑功能、空间、结构的要求,同时符合经营和管理的要求	1 分

一级指标	二级指标	三级指标	分值
	经营环境 7 分	a)地处交通便利、多条公交或地铁直达，消费者方便前往的区域	1 分
		b)配备大型停车场,能基本满足顾客停车需求	1 分
		c)购物环境舒造,照明,空调等系统设计合理,光线.温度舒适度好,背景音乐系统设置好,广播/提示不影响顾客的购物情绪	1 分
		d)电梯、扶梯数量分布合理，动线结合适度,便于顾客使用	1.5 分
		e)店面的送货动线布局合理,各商户货运方便	1 分
		f）所有公共区域空间设置合理.公共休息设施数量适度分布合理	1 分
		g)外立面招牌、广告位设计数量和规划合理基本满足商户要求	0.5 分
	商品服务 3 分	a)具备完善的商品质量管理机制和保障措施	1 分
		b)严格执行《中华人民共和国产品质量法》《中作人民其和国产品价格法》的规定	1 分
		c)自检或第三方机构抽检商晶质量合格率不低于 90%	1 分
	人员服务 2 分	a)工作人员(包括购物中心和商户的全部服务人员)均经过服务培训,具有良好的服务意识和服务水平	1 分
		b)定期对全体员工进行服务技能培训	1 分
	环境卫生 5 分	a)建筑设计符合 JG/48 的规定.空气质量符合 GB/T18883 和《公其场所集中空调通风系统卫生管理办法》的要求	1 分
		b)保持卖场空气流通，,新风量在 30m'/(h.人)以上	0.5 分
		c)卖场内噪音控制在 60dB 以下	0.5 分
		d)温湿度执行国家和当地政府制定的相关规定	1 分
		e)执行《公共场所卫生管理条例》的有并规定	1 分
		f）配备专职卫生保洁人员，并按照制定的保洁制度执行	1 分
诚信与和谐10分	消费者关系 4 分	a)执行对消费者的各项服务承诺	2 分
		b}定期进行消费者调意度测评,清费者满意度 70%以上	2 分
	商户关系 3 分	a)执行《零售商供应商公平交易管理办法》履行与商户的协议,有良好的履约精神	2 分
		b)定期进行商户满意度测评,商户满意度 70%以上；设有公共投诉邮箱	1 分
	监督部门认可 3 分	a)在工商、质检税务部门记录良好	2 分
		b)在卫生、环保,监督郎门记录良好	1 分
安全及保障10分	消防安全 5 分	a)有健全的消防安全管理制度	1 分

一级指标	二级指标	三级指标	分值
		b)设置专职消防管理部门,并配备相应的专业人员	1 分
		c)制定完备的消防应急预案	1 分
		d)对全体员工定期进行培训和消防演练并有详细记录	0.5 分
		e)各种必备的消防设施设备完好.安全、标示明确	1 分
		f)2 年内无重大火灾事故	0.5 分
	治安安全 5 分	a)有健全的治安管理制度	1 分
		b)设置专职治安管理部门并配备相应的专业人员	1 分
		C）制定完备的突发事件处理预案	1 分
		d)对全体员工定期进行预案演练.并有评细记录	0.5 分
		e)各种必备的防盗、防抢设施设备完好，安全,标示明确	1 分
		f)2 年内无重大安全事故	0.5 分
环保与节能10分	制度保证 4 分	a)有水、电,气等主要能源消耗，主要节能环保目标,并满足相关规范要求	2 分
		b)设置相应的管理部门,并配备专职管理人员	2 分
	环保措施 4 分	a)具备完青的节能降耗操作规范，,配备具有相关技术的设施设备	2 分
		b)定期对空调,照明、供热等进行检查.测试和堆护	2 分
	环保宣传 2 分	a 定期对员工选行绿色环保宣传和培训,提高员工的环保意识和技能	1 分
		b)积极推广新型绿色环保商品	1 分
信息与智能10分		a）远用 IT 系统和无线网絡	5 分
		b)提供真实,有效的商品价格信息	3 分
		e)不断提升信息化管理水平	2 分

7.2 金鼎级购物中心划分及评定细则

7.2.1 评定方法

7.2.1.1 金鼎级购物中心在宝鼎级购物中心的基础上产生。

7.2.1.2 满分为 100 分。

7.2.1.3 记分方法:总得分为各项三级指标得分之和。定量指标计分方法为:满分 100 分,按项目实际 指标对应满分指标等比例打分。定性指标计分方法为;达标满分,不达标零分。

7.2.1.4 对应申报奖项类别的评分标准,总得分超过 95 分(含)以上可列入对应获奖类别购物中心备选名单。

7.2.2 评定要求

7.2.2.1 都市型金鼎级购物中心等级指标及分值见表 2。

表2 都市型金鼎级购物中心评定指标及分值

一级指标	二级指标	三级指标	分值
业态与品牌 15 分	品类及业态覆盖程度	a）覆盖≥5 个购物品类及业态，	5 分
		b)覆盖≥5 个餐饮品类及业态；	
		c）覆盖≥3 个体闲娱乐品类及业态	
	国际品牌占比	d）国际品牌占比≥25%	5 分
	连锁品牌占比	e）连锁经营品牌≥60%	3 分
	特色本土品牌占比	f）特色本土品牌≥10%	2 分
经营与管理 25 分	空置率	a)空置率≤5%	5 分
	销售额	b）年销售额≥10 亿元	5 分
		c)平均销售年坪效(GLA)≥15 000 元/(㎡• a)	5 分
	客流	d)日均客流≥20 000 人次/d	5 分
	租金	e)平均租金年坪效(GLA)≥2500 元/(㎡• - a)	5 分
服务与设备 20 分	服务	有完善的商品质量管理机制，有健全的商品质量保障措施,所有商户抽检商品质量合格率不低于 90%	2 分
		有 1 个总服务台或 1 个以上的分服务台或咨询处	1 分
		有清晰,完善的标识系统;有平面导视图，并及时更新商户信息	1 分
	客户管理	有完善的会员制度:具备完善的客户管理部门.完善的客户信息系统,能够宝现日常的客户服务.投诉等;能够每年执行消费者定量调研	2 分
		有 VIP 贵宾制度,提供积分、优惠等客户增值计划	2 分
	设施	每 100 m”建筑面积停车位≥0.8 个	2 分
		公共通道每 60 m 行走距离内有一组（包含自动手扶电梯、垂直客梯、坡道电梯等不包含消防电梯及楼梯）每组单项运力≥200 人/min	2 分
		每 5 000 ㎡建筑面积一组洗手间，每组蹲位数量 15 个;每是至少一组包括无障碍洗手间(首层除外；)至少一组组母婴卫生间	2 分
		符合 GB50763;≥90%公共面积无障碍可达;≥70%经营面积无障碍可达	2 分
		母婴室	2 分
		采用较高级建筑材料装修地面、墙面和天花，色调柔和，照明度良好，有良好的通风及空调系统，温湿度适宜	2 分
诚信与和谐	消费者关系	维护消费者合法权益,消费者请意度 90%以上	4 分

一级指标	二级指标	三级指标	分值
10 分	商户关系	维护公平交易秩序,商户满意度 85%以上;设有公共投诉邮箱	3 分
	员工关系	维护员工合法权益,员工满意度 80%以上	3 分
安全及保障 10 分	消防安全	消防制度健全,设备完好。对员工进行定期培训和演练。有完备的消防预案。3 年内无火灾事故	3 分
	治安安全	治安管理部门健全，;安全防范制度完善。有应急突发事件预案。连续 3 年内无安全事故	3 分
	无事故率	1 年内发生有人员受轻微伤.财产损失超过 10000 元的意外事故，治安事件总计次数/全年天数 X100%≥99%	4 分
环保与节能 10 分	节能标准	符合 JGJ26;有明确的节能操作规范	10 分
信息与智能 10 分	信息管理	具备完善的的经营管理体系,能够定期对商户经营情况进行统计管理	3 分
		具备完善的信息化管理系统对客流进行统计，实现每日分时段分出入口的客流统计	3 分
	信息服务	wifi 覆盖	2 分
		具备官方网站/短信/微博使用,能够实现购物中心的展示和查询	2 分

7.2.2.2 地区型金鼎级购物中心等级指标及分值见表 3。

表 3 地区型金鼎级购物中心评定指标及分值

一级指标	二级指标	三级指标	分值
业态与品牌 15 分	品类及业态覆盖程度	a）覆盖≥5 个购物品类及业态， b）覆盖≥4 个餐饮品类及业态； c）覆盖≥2 个体闲娱乐品类及业态	5 分
	国际品牌占比	d）国际品牌占比≥20%	5 分
	连锁品牌占比	e）连锁经营品牌≥60%	3 分
	特色本土品牌占比	f）特色本土品牌≥15%	2 分
经营与管理 25 分	空置率	a）空置率≤5%	5 分
	销售额	b）年销售额≥7 亿元	5 分
		c）平均销售年坪效(GLA)≥10000 元/(㎡· a)	5 分
	客流	d）日均客流≥30 000 人次/d	5 分
	租金	e）平均租金年坪效(GLA)≥1500 元/(㎡·－a)	5 分
服务与设备 20 分	服务	有完善的商品质量管理机制，有健全的商品质量保障措施,所有商户抽检商品质量合格率不低于 90%	2 分
		有 1 个总服务台或 1 个以上的分服务台或咨询处	1 分
		有清晰,完善的标识系统;有平面导视图，并及时更新商户信息	1 分

	客户管理	有完善的会员制度:具备完善的客户管理部门.完善的客户信息系统,能够宝现日常的客户服务.投诉等;能够每年执行消费者定量调研	2 分
		有 VIP 贵宾制度,提供积分、优惠等客户增值计划	2 分
	设施	每 100 m”建筑面积停车位≥1.5 个	2 分
		公共通道每 60 m 行走距离内有一组（包含自动手扶电梯、垂直客梯、坡道电梯等不包含消防电梯及楼梯）每组单项运力≥150 人/min	2 分
		每 5 000 ㎡建筑面积一组洗手间，每组蹲位数量 12 个;每是至少一组包括无障碍洗手间(首层除外)；至少一组组母婴卫生间	2 分
		无障碍设施符合 GB50763;≥90%公共面积无障碍可达；≥70%经营面积无障碍可达	2 分
		母婴室	2 分
		采用较高级建筑材料装修地面、墙面和天花，色调柔和，照明度良好，有良好的通风及空调系统，温湿度适宜	2 分
诚信与和谐 10 分	消费者关系	维护消费者合法权益,消费者请意度 90%以上	4 分
	商户关系	维护公平交易秩序,商户满意度 85%以上;设有公共投诉邮箱	3 分
	员工关系	维护员工合法权益,员工满意度 80%以上	3 分
安全及保障 10 分	消防安全	消防制度健全,设备完好。对员工进行定期培训和演练。有完备的消防预案。3 年内无火灾事故	3 分
	治安安全	治安管理部门健全，;安全防范制度完善。有应急突发事件预案。连续 3 年内无安全事故	3 分
	无事故率	1 年内发生有人员受轻微伤.财产损失超过 10000 元的意外事故，治安事件总计次数/全年天数 X100%≥99%	4 分
环保与节能 10 分	节能标准	符合 JGJ26;有明确的节能操作规范	10 分
信息与智能 10 分	信息管理	具备完善的的经营管理体系,能够定期对商户经营情况进行统计管理	3 分
		具备完善的信息化管理系统对客流进行统计，实现每日分时段分出入口的客流统计	3 分
	信息服务	wifi 覆盖	2 分
		具备官方网站/短信/微博使用,能够实现购物中心的展示和查询	2 分

7.2.2.3 社区型金鼎级购物中心等级指标及分值见表 4。

表 4 社区型金鼎级购物中心评定指标及分值

一级指标	二级指标	三级指标	分值
业态与品牌 15 分	品类及业态覆盖程度	a）覆盖≥3 个购物品类及业态， b）覆盖≥4 个餐饮品类及业态； c）覆盖≥3 个体闲娱乐品类及业态 d）覆盖≥1 个休闲娱乐商户类别	5 分
	连锁品牌占比	e）连锁经营品牌≥50%	5 分
	特色本土品牌占比	f）特色本土品牌≥30%	5 分
经营与管理	空置率	a）空置率≤5%	5 分

一级指标	二级指标	三级指标	分值
25 分	销售额	b）年销售额≥2 亿元	5 分
		c）平均销售年坪效(GLA)≥5000 元/(㎡/a)	5 分
	客流	d）日均客流≥10 000 人次/d	5 分
	租金	e）平均租金年坪效(GLA)≥700 元/(㎡/ a)	5 分
服务与设备 20 分	服务	有完善的商品质量管理机制，有健全的商品质量保障措施,所有商户抽检商品质量合格率不低于 90%	2 分
		有 1 个总服务台或 1 个以上的分服务台或咨询处	1 分
		有清晰,完善的标识系统;有平面导视图，并及时更新商户信息	1 分
	客户管理	有完善的会员制度:具备完善的客户管理部门.完善的客户信息系统,能够宝现日常的客户服务.投诉等;能够每年执行消费者定量调研	2 分
		有 VIP 贵宾制度,提供积分、优惠等客户增值计划	2 分
	设施	每 100 m”建筑面积停车位≥1 个	2 分
		公共通道每 60 m 行走距离内有一组（包含自动手扶电梯、垂直客梯、坡道电梯等不包含消防电梯及楼梯）每组单项运力≥120 人/min	2 分
		每 4 000 ㎡建筑面积一组洗手间，每组蹲位数量 10 个;每是至少一组包括无障碍洗手间(首层除外)；至少一组组母婴卫生间	2 分
		符合 GB50763;≥90%公共面积无障碍可达；≥70%经营面积无障碍可达	2 分
		母婴室	2 分
		采用较高级建筑材料装修地面、墙面和天花，色调柔和，照明度良好，有良好的通风及空调系统，温湿度适宜	2 分
诚信与和谐 10 分	消费者关系	维护消费者合法权益,消费者请意度 90%以上	4 分
	商户关系	维护公平交易秩序,商户满意度 85%以上;设有公共投诉邮箱	3 分
	员工关系	维护员工合法权益,员工满意度 80%以上	3 分
安全及保障 10 分	消防安全	消防制度健全,设备完好。对员工进行定期培训和演练。有完备的消防预案。3 年内无火灾事故	4 分
	治安安全	治安管理部门健全，;安全防范制度完善。有应急突发事件预案。连续 3 年内无安全事故	3 分
	无事故率	1 年内发生有人员受轻微伤.财产损失超过 10000 元的意外事故，治安事件总计次数/全年天数 X100%≥99%	3 分
环保与节能 10 分	节能标准	符合 JGJ26;有明确的节能操作规范	10 分
信息与智能 10 分	信息管理	具备完善的的经营管理体系,能够定期对商户经营情况进行统计管理	3 分
		具备完善的信息化管理系统对客流进行统计，实现每日分时段分出入口的客流统计	3 分

一级指标	二级指标	三级指标	分值
	信息服务	wifi 覆盖	2 分
		具备官方网站/短信/微博使用,能够实现购物中心的展示和查询	2 分

参 考 文 献

[1] GB/T 18106- 2004 零售业态分类.
[2] GB/T 27916- 2011 百货店等级划分及评定.
[3] SB/T 10599- 2011 购物中心建设及管理技术规范.
[4] SB/T 10813- 2012 购物中心业态组合规范.
[5] 中华人民共和国消费者权益保护法(中华人民共和国主席令第十一号)
[6] 中华人民共和国劳动法(中华人民共和国主席令第二十八号)
[7] 零售商供应商公平交易管理办法.商务部,2006年第17号令
[8] 中华人民共 和国消防法(中华人民共和国主席令第六号)
[9] 生产安全 事故报告和调查处理条例(中华人民共和四国务院令第493号)
[10] 中华人民共和国传染病防治法(中华人民共和国主席令第十七号)