**《零售企业服务质量评价通则》行业标准**

**（征求意见稿）编制说明**

一、工作简况

**（一）行业背景**

零售服务是零售企业为顾客提供的、与其基本商品相连的、旨在增加顾客购物价值并从中获益的一系列活动。零售服务的重要性来自零售业本身的特点，因为零售业是一个与顾客“高接触”的行业，通过人员、设备、设施、环境、商品等与顾客发生接触性互动。零售服务过程的顾客参与性，服务与商品消费的不可分离性，都决定了服务质量必须经顾客认可，并被顾客所感知和识别。要想在激烈的市场竞争中取得竞争优势，就必须重视服务质量管理。

近年来，中国的消费品市场走过了产品主权时代、渠道主权时代，当前已经进入消费者主权时代。零售企业的核心竞争力已经由以商品（供应商）为中心转向以顾客为中心。特别是在电商的冲击与同质化竞争激烈的当下，越来越多的零售企业已经认识到经营模式转型的重要性，在发展全渠道经营、场景体验、拥抱数字化、提升商品力、打造会员体系等方面积极探索，同时，聚焦客服质量和营销服务两个方面，不断提升客户的满意度、忠诚度和购买意愿，积累了很多成熟的经验。对于如何通过服务质量评价及如何对评价结果进行管理，也处于一个不断总结、实践和提高的循环过程中。同时，服务质量评价也是地方商务主管部门打造服务标杆，提高商业服务质量的重要抓手。以北京为例，北京市商务局连续5年在全市范围组织开展“北京市商业服务业服务质量评价活动”，建立包含现场评价、满意度调查、数据分析等三个维度的评价体系，通过评价带动了服务供给品质、推动行业高质量发展。

**（二）标准修订必要性**

2011年国内贸易行业标准《零售企业服务质量评价准则》（SB/T 10636）发布，对零售企业提高服务质量起到积极作用。随着时间的推移和零售业的发展，原有标准已不适应行业的变化：一是采用5个等级的分类已经不再适合目前行业实际情况：原标准按照每一级别分别提出评价内容的写法，参照实施起来复杂且费时费力，第三方认证已经非常成熟，标准中对认证机构的组织、人员和流程做出的基础规定，已经不符合当下行业实际。在此基础上，商务部下达《零售企业服务质量评价准则》修订任务，对服务质量的评价要素、评价指标等根据市场的变化而进行相应的调整或增加，为行业提供有价值的参考标准。

标准修改过程中，行业专家建议将“准则”做编辑性调整，标准名称修改为《零售企业服务质量评价准则》。

**（三）任务来源**

国内贸易行业标准《零售企业服务质量评价准则》（SB/T 10636）于2022年8月17日经商务部批准列入标准修订计划（《商务部办公厅关于下达2022年第一批商务领域行业标准计划项目的通知》商办建函〔2022〕215号），标准由中国商业联合会牵头起草，全国批发与零售市场标准化技术委员会（TC438）归口。2024年4月18日，商务部办公厅以“商办建函〔2024〕302号”文件下达关于调整商务领域行业标准计划项目的通知，对2015—2022年期间立项的商务领域行业标准计划项目进行清理，《零售企业服务质量评价准则》行业标准修订计划纳入继续执行项目清单。

**（四）主要参加单位和工作组成员**

本标准由中国商业联合会牵头，协同北京商业联合会、宁波商业联合会等地方商业联合会参与标准起草工作。

**（五）主要工作过程**

中国商业联合会在接到标准正式立项通知后，组建了标准起草组，于2023年5月22日下午组织召开了标准启动会，并于2023年9月形成标准工作组讨论稿（一稿）。

2023年9月12日，起草组组织召开《零售企业服务质量评价准则》标准起草会，邀请万商俱乐部、北京金宝汇购物中心等单位共计15人参加研讨会，会上，大家一致认为：将标准重点应放在评价指标上，简化对评价在机构的要求。会后，起草组形成标准工作组讨论稿（二稿）。

2024年4月，标准起草组分别赴长沙、上海调研，根据企业反馈以及现场沟通情况，并参考北京市商业服务业等级划分情况，将服务等级由5级调整到3级，并形成标准工作组讨论稿（三稿）。

2024年8月29日，起草组邀请行业专家和企业代表召开标准研讨会，会议重点讨论了企业自评指标与等级划分条件的关系问题，经共识，删除企业自评指标，并将等级划分条件调整为评价指标体系，为便于使用，有文字形式改为表格。会后，起草组经反复讨论修改，于11月20日形成标准征求意见稿。

二、编制原则和主要内容

**（一）编制原则**

本标准的编制以先进性、科学性和适用性为基本原则。标准充分研究、分析了行业实际情况变化，根据符合现实、符合行业普遍情况对标准进行修订，具有广泛的适用性。同时，本文件严格按照《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》编写。

**（二）主要内容**

**第1章给出了标准适用范围。**

本文件规定了零售企业服务质量评价的目标与原则、评价指标体系、评价程序以及评价结果应用等方面的要求，适用于指导零售企业的服务质量评价活动。

**第2章给出了标准规范性引用文件。第3章给出了术语与定义。**

**第4章给出了开展零售企业服务质量评价目标与原则。**

本章为新增内容，给出了评价目标（了解顾客需求、提升顾客满意度）和评价原则（全面性、客观性和可操作性）。

**第5章给出了评价指标体系的内容。**

1）本章将原标准“零售企业服务质量等级划分条件”规范性附录做出结构调整，成为本章的主体内容；

2）将原标准“零售企业服务质量等级划分条件”里的服务设施、服务环境、商品管理、服务管理、诚信、安全、企业管理等7个方面进行合并、调整和新增，确定评价指标体系包含服务组织、服务人员、商品与服务、服务环境等四个一级指标，组织制度等12个二级指标。

3）细化、简化了相应评价内容，更侧重关注现场和顾客接触的服务要素。评价指标体系使用表格的方式，并给出了相应分数，更便于实际使用。

**第6章给出了评价程序的内容。**

本章给出了确定评价主体、制定评价实施方案和评价实施的内容。在评价资料获取方面，改变过去依赖管理制度审核的方法，标准给出了通过现场观察服务人员与顾客的互动，电话体验客服服务时效、服务态度，现场查验运营记录、服务档案等方法。

**第7章给出了评价结果应用的内容。**

本章将原标准的五级等级修改了三级，参考了北京商务局的评价等级，也更符合当下零售发展实际。

**（三）主要试验（或验证）情况分析**

未涉及。

三、与国际、国外有关法规和标准水平的比对分析

经查询，目前未发现类似标准。

四、与有关现行法律、行政法规和其他强制性标准的关系，配套推荐性标准的情况

本标准符合现行法律、法规、相关强制性标准的要求，与相关行业标准、国家标准相协调、相衔接，与现有标准不存在交叉、重复、矛盾。

五、重大分歧意见的处理过程及依据

标准在修订过程中，广泛征求了各方面的意见和建议，无重大分歧。

六、实施标准所需要的技术改造、成本投入、老旧产品退出市场时间、实施标准可能造成的社会影响等因素分析，以及根据这些因素提出的标准实施日期建议

本标准不涉及技术改造、成本投入、老旧产品退出市场时间等问题。标准实施日期建议为标准发布后1个月。

七、实施标准的有关政策措施

本标准建议作为推荐性行业标准。本不涉及人身、财产安全等方面，因此不必强制使用。标准发布后，除在协会官网发布有关新闻以外，拟由中国商业联合会组织各地行业协会在行业内组织标准的宣贯、培训等活动，做好标准条文解读，开展标准实施和培训。在行业年度调查中，通过对零售企业服务质量情况调查，贯彻标准内容。

八、预期达到的效益、对产业发展的作用等情况

《零售企业服务质量评价通则》行业标准的修订，适应了消费需求升级、零售行业高质量发展趋势，对引领企业建立大服务观，将服务活动与服务意识融入企业运营全流程，逐步形成提升商业服务品质的长效机制，促进服务质量的规范化和标准化，为推进服务业高质量发展做出积极贡献。

九、涉及专利的有关说明

不涉及。

十、其他应予说明的事项

无。