



抓标准 强管理 促发展

—— 流通标准宣贯案例集

商务部流通业发展司

二〇一四年九月

编委会名单

INTRODUCTION

主 编：向 欣

副 主 编：王德生 徐 敏 赵 箭

编写成员：林 健 董 博 蔡少锋

朱玉梅 果 然 牛宜斌

张 晶

流通标准化建设作为重要的基础工作，对转变流通业发展方式，实现流通业科学发展，提高流通领域各行业服务质量、经营管理和技术水平等，具有重要的意义和作用。党的十八届三中全会《决定》明确提出，政府要加强标准的制定和实施，要求将标准作为政府提高宏观管理水平、转变职能的重要抓手。近年来，商务部着力推进流通标准化工作，陆续出台了《商务领域标准化管理办法》、《关于“十二五”时期流通标准化建设的指导意见》等一系列政策、法规，加大了对流通标准化工作的指导，流通标准化工作取得明显进展，但标准的宣传贯彻始终是流通标准化工作的短板和薄弱环节，亟需在工作中着力加强和大力推进。

为此，商务部流通发展司组织编写了《抓标准 强管理 促发展——流通标准化宣贯案例集》，旨在通过梳理流通标准化工作经验，为各级商务主管部门、相关协会和企业标准推广应用工作中提供借鉴和参考，进而推动各领域、各行业提高标准应用水平。下一步，商务部将继续完善流通标准体系，提升标准的先进性、科学性、配套性和导向性，更加注重推动标准的贯彻和实施，使标准化在流通领域发挥出应有的作用。

《汇编》编写过程中，得到各地商务主管部门、商务部流通产业促进中心、相关行业协会、标准化技术委员会和行业龙头企业的大力支持，在此表示感谢！■

编委会

2014年9月15日

流通标准化管理案例

1. 以电子商务、服务质量管理为重点加快推进上海流通标准化建设
——上海市商务委员会 002
2. 努力抓好标准化建设 促进商贸流通业发展
——四川省商务厅 004
3. 以81890为平台，推进社区服务标准化建设
——浙江省宁波市海曙区 006

流通标准化推广案例

1. 以标准宣贯为契机，全面提升百货业经营管理水平
——中国百货商业协会 012
2. 技能标准提高零售业基层岗位规范
——深圳市零售业协会 016
3. 标准化引导洗染行业健康发展
——全国洗染标准化技术委员会 018
4. 地方行业标准引导本地企业规范经营
——四川省洗染行业协会 022
5. 标准推动拍卖行业规范化经营
——中国拍卖行业协会 024
6. 引领标准化 开辟农产品流通行业新局面
——全国城市农贸中心联合会 028
7. 加快行业标准体系建设 发展农机现代流通
——中国农业机械流通协会 031
8. 标准引导我国购物中心规范化发展
——中国连锁经营协会 034

9. 服务标准化成为行业健康发展有力保障	
——中国旧货业协会寄卖工作委员会	037
10. 标准树立取向 示范引领未来	
——上海市眼镜行业协会	040
11. 充分发挥标准优势，引领川菜产业规范科学发展	
——四川旅游学院	044

流通标准化应用案例

1. 创建服务标准化体系 树立企业新标杆	
——上海三联（集团）有限公司	050
2. “三标一体化”促进传统商业开展电子商务业务	
——安徽商之都股份有限公司	055
3. 依托标准，提升无障碍服务水平	
——北京翠微大厦股份有限公司	058
4. 构建购物中心安全运营管理标准化保障体系	
——万达商业管理有限公司	061
5. 大力推行标准化管理 全力打造优质服务品牌	
——山东省聊城市百货大楼有限责任公司	065
6. 铸就商贸流通全过程标准化	
——山东新星集团有限公司	069
7. 物流标准化管理助推企业实现新跨越	
——青岛福兴祥物流有限公司	073
8. 争当国际货代业排头兵，打造服务标准化新高地	
——上海新景程国际物流有限公司	076
9. 标准化推动电子贸易货代物流不断发展	
——电子贸易产业技术创新战略联盟	081
10. 建设企业标准化体系 提升“智慧贸易”功能	
——浙江塑料城网上交易市场	084
11. 服务标准化让企业插上腾飞的翅膀	
——山东省济南阳光大姐服务有限责任公司	087
12. 服务标准化让企业发展驶入快车道	
——湖南颐而康保健连锁股份有限公司	091

13. 标准化助力企业成长	
——真功夫餐饮管理有限公司	095
14. 服务标准化是企业规范运作的基础	
——河北省嘉海拍卖有限公司	099
15. 服务标准化让企业在竞争中立于不败之地	
——江苏恒晶装饰工程有限公司	102

流通标准化管理案例

地方商务主管部门是推动标准化建设工作的生力军，是推广商贸服务业标准化的排头兵。各地商务主管部门职责众多，一方面要对整个省市的标准化体系做出规划，另一方面还要组织每年的标准报送，重点还要指导标准的宣传和贯彻工作。积极的工作态度和科学的工作方法是标准化工作持续推进的重要保障。



以电子商务、服务质量管理为重点 加快推进上海流通标准化建设

——上海市商务委员会

根据商务部《商务领域标准化管理办法》(以下简称《管理办法》)、《关于十二五时期流通标准化建设的指导意见》(以下简称《指导意见》),以及开展商务诚信建设试点工作要求,上海市商务委坚持抓好流通标准化管理,以提高电子商务、服务质量标准化管理水平为重点,加快推进流通标准化建设。

一、统一认识,建立机制,打好基础

近年来,上海市商务委把推进标准化建设作为优化流通业结构和提升产业竞争力的重要抓手。为切实贯彻《管理办法》和《指导意见》精神,扎实推进本市流通标准化建设工作,上海市商务委成立了标准化建设推进工作组。由委领导担任组长,相关处室、行业协会、重点企业共同参加,专门研究并负责推进标准化建设工作。工作组摸清了现状,分析了形势,明确了任务和分工,制定了推进计划。各相关处室会同质量技术监督部门和相关行业协会研究并编制标准和规范,形成“政府推动,行业自律,企业规范”的推进机制。

按照工作计划,上海市商务委认真组织开展宣传和动员工作,分别通过区县商务部门、行业协会、重点企业三个层面宣传和解

读《管理办法》和《指导意见》,理解精神,统一市和区县商务部门、行业协会和重点企业各级领导对于加快推进流通领域标准化建设重要意义的思想认识。全面摸清上海市流通标准化管理开展情况,对现有标准进行了梳理,做到心中有数,方向明确,重点突出,并结合上海产业发展实际把电子商务、服务质量、购物中心、生活服务业、大型居住区商业配套、超市绿色门店和二手车交易市场设立等7个领域的标准化建设列为当前的主要推进项目。其中,电子商务、服务质量的标准化建设作为重中之重。

二、把握重点,加快推进,力求突破

流通标准化涉及的门类多、范围广,需要推进和完善的领域和行业较多。因此,标准化建设工作不可能一蹴而就,需要长期坚持,分步实施,逐步推进。上海市商务委根据《指导意见》提出“突出重点,满足急需”的原则,结合上海的实际情况和自身特点,在把握重点行业、重点领域,以点带面,寻求突破方面,作出了积极的探索。

一是率先推进上海电子商务的标准化。电子商务是当前流通领域的“新生力量”,具有典型性,需要重点关注和推动。主要完成

了三项工作：形成“一个体系”，即研究论证了《上海市电子商务标准体系框架》，为进一步规范本市电子商务发展，奠定了基础，明确了方向。制定“一个计划”，即《电子商务标准三年行动计划》，由点到面、由局部到整体、由近期到远期，确定了电子商务标准化工作的总体思路、步骤、方法。制订“两个地方标准”，即《电子商务服务平台入驻商户管理规范》和《电子商务服务平台售后服务管理规范》。

二是积极推进服务质量标准化。服务质量标准化建设涉及消费者切身利益，是必须关注和重视的重要领域。长期以来，在商贸服务业方面，上海市先后编制、颁布了一批地方标准，但仍然存在不少空白领域。2012年以来，上海市商务委选择了服务质量地方标准仍然空白、且行业影响力较大的黄金饰品、医药、糖烟酒茶（南北货），超市（大型超市）等4个行业，启动服务质量标准编制工作，先后制定了《食品零售商店服务规范》、《连锁超市服务质量规范》、《药品零售商店服务规范》、《黄金珠宝饰品零售经营服务规范》。上海市商务委加强与市标准化办公室和行业协会的联系，落实地方标准的审核、发布、监管等工作。目前，上海市质监局已颁布地方标准《食品零售商店服务规范》（DB31/T762-2013），另外3个规范将于近期颁布。

三、加强宣贯，落实管理，力求实效

在加快推进标准化建设过程中，上海市商务委不仅抓紧编制修订各类标准，还注重抓好标准的宣贯和实施与行业管理标准化工作。

一是抓好已颁布标准的宣贯工作。组织各区县商务部门、行业协会和重点企业等单位，采用媒体、网站宣传，印发标准解读材

料，举办培训和讲座等多种方式，指导并帮助各类流通企业深入理解标准内涵，明确执行标准所要开展的工作，结合实际研究制订本单位的制度或措施，以此加快推进标准的贯彻实施。

二是抓好标准执行的协调沟通工作。按照推进工作组的分工，强化协调沟通机制，切实做好标准执行中的监督、评估和反馈工作。上海市商务委注重行业间、企业间的沟通交流，推广标准制订好的行业、标准执行佳的企业的经验。上海市商务委还注重听取和搜集行业协会、重点企业对标准的反馈意见，为标准的进一步完善和广泛应用创造条件，夯实基础。

三是抓好诚信经营管理。上海市商务委积极开展企业信用分类评级活动。例如采用红星美凯龙公司的商户管理模式，对大型超市公司、商业预付卡发卡企业、药品流通企业的信用进行分类管理，发动企业积极参与分级评定，把评定结果作为行业准入、资质认定、行业管理、政策支持等方面的重要参考依据。我委还推动企业建立信用档案，加强对上下游合作企业的信用管理，准确记录合作方产品质量、服务质量等信息，加强风险防范，为消费者提供安全放心的产品和服务。

努力抓好标准化建设 促进商贸流通业发展

——四川省商务厅

近年来，四川省商务厅坚持把标准化工作作为促进商贸流通业科学发展的重要基础性工作来抓，结合四川实际，大力推进商贸流通业标准化体系建设，对于提高商贸流通业服务水平，促进商贸流通业在标准化、规范化的轨道上健康发展，起到了积极的推动作用。四川省商务厅标准化建设工作主要体现在以下几个方面：

一、加强制度建设，打好工作基础

四川省商务厅坚持把制度建设作为推进标准化工作的重要抓手，扎实推进标准化工作。一是抓好建章立制。根据《中华人民共和国标准化法》和《商务领域标准化管理办法（试行）》等相关规定，结合四川省实际，制定了《四川省商务领域标准化工作管理办法（试行）》，对商务领域制修订标准的提出、申报、立项等程序作了明确规定，确保了商务领域标准化工作的规范有序。二是建立部门协调机制。四川省商务厅加强与省质监部门的协调配合，建立了部门协调机制，理顺了工作程序。在地方标准立项环节，每年底经广泛征求意见，拟订下一年度制定标准方向，再向省质监局申报标准立项计划，提高标准制定的针对性；在标准起草环节，督促起草单位主动征求省质监局的意见，避免“走弯路”；在标准初审、终审环节，加强与省质监局协调配合，共同参与，确保了制定标准的质量。

二、坚持系统规划，构建标准体系

商贸流通业涉及众多行业，点多面广，但多年以来这些行业标准化建设工作滞后，有些行业甚至存在标准空白。在推进标准化建设工作中，四川省商务厅注重及时跟踪与研究国际、国家和行业标准，结合地方实际，适应市场需求，针对零售、批发、餐饮、洗染等与国计民生密切相关的重点领域，加强标准系统规划，逐步完善标准化体系。近年来，四川省在商贸流通领域共立项地方标准27个，行业标准4个。其中，已发布地方标准9个，行业标准1个，初步构建起商贸流通业标准化体系。同时，我厅将具有四川特色的川菜标准作为一个系统工程，在“十二五”期间分步实施，目前《中国川菜烹饪工作标准》、《中国川菜传统名点标准》已经正式发布为地方标准，《四川省餐饮行业团膳服务规范》、《中国川菜经典菜肴制作工艺规范》已经立项地方标准，即将进入终审。《川菜烹饪工艺》（DB51/T 1416-2011）作为行业标准已经正式发布。

三、依托院校协会，做好制订工作

标准化工作专业性、技术性强，行业协会集中了同行业的专业人才，院校具有较强的科研力量，他们懂技术、了解企业、熟悉市场，鼓励和引导协会、院校参与标准制定工作，有利于增强标准的操作性，提高标准

制定的质量。在推进标准化工作中，四川省商务厅注重发挥行业协会、高等院校的作用。一方面，充分发挥行业协会熟悉行业发展实际情况的特点，委托行业协会组织专家小组进行集中攻关，依托行业协会搞好相关标准制订工作。另一方面，利用高等院校专业水平高、科研能力强的特点，部分商务领域地方标准委托有关院校来完成，保证了制、修订标准的质量。

四、突出宣传贯彻，抓好标准推广

工作中，我厅坚持把开展标准宣贯工作，作为引领规范行业发展的重要手段。一方面，加大了对已颁布标准的宣传贯彻和推广力度，鼓励有条件的企业开展企业标准的研究制定工作，促进企业的管理水平和服务质量的提高。另一方面，通过发挥标准在规范市场秩序、提升服务质量、促进产业升级的技术支撑作用，将各项标准转化为流通行业的行为准则，有效地带动行业规范化管理。《四川省洗染企业等级划分规定》、《四川省洗染业服务质量规定》和《四川省洗染业服务规范》三个洗染行业地方标准发布后，厅里指导省洗染行业协会组织全省 100 余家洗染企业，对制定标准的意义和主要标准的内容进行宣传贯彻，大力推动标准的实施，并成功利用上述标准解决了数起高档衣物洗涤事故纠纷，对推动洗染行业走标准化、规范化发展之路，起到良好的效果。

五、建立激励机制，用好政策引导

为全面推进商务领域标准化进程，四川省商务厅积极争取省级财政对标准的修制订工作的支持。设立了商务领域标准化专项扶持资金，采取项目管理方式，主要支持行业商协会、院校、企事业等单位，开展商务领域标准的编制修订、宣传推广、贯彻执行、行业评比等，对经省级标准化管理部门终审

并发布的标准，采取以奖代补的方式，给予一次性补助，通过发挥财政资金的杠杆作用，有效地调动了各方参与标准制修订工作的积极性。

对于开展商贸流通业标准化建设工作，四川省商务厅在长期的工作实践中，总结出几点体会：

一是领导重视是关键。近年来，商务部积极指导和支持各省开展标准化建设工作。四川省商务厅将标准化工作纳入商贸流通工作的重要议事日程，从标准立项到评审、宣贯，厅领导都给予高度重视。标准化建设工作的顺利、有效推进，离不开商务部的关心、帮助和指导，离不开各级领导的重视和支持。二是作好规划是基础。标准化建设工作科技含量高，业务知识范围广，工作周期长，涉及若干行业，没有一个长远的系统规划，标准化建设难以有序开展。实践证明，加强标准化工作的系统规划，突出重点领域，急缓结合分类分层次推进标准制订工作，是保证标准化建设有序开展，构建商贸流通标准化体系的基础。三是政策引导是支撑。商贸流通领域标准化工作基础较为薄弱，因此，建立政策支撑体系，加强政策引导，十分必要。近年来，中央和地方财政对标准化建设的经费投入逐年增加，为加快标准化工作的进程创造了条件，充分调动了各方面参与商贸流通标准化工作的积极性，保障了标准化工作顺畅高效开展。四是标准宣贯是关键。标准化是组织现代化、集约化、规范化生产经营的重要保证，是加快技术进步、加强科学管理的重要手段，而标准的推广应用是标准化建设的关键环节。实践证明，只有加大对已颁布标准的宣传贯彻力度，不断提高商贸流通领域标准的应用水平，引导广大企业切实将相关标准落实到经营管理的各个环节，才能真正发挥标准在促进商贸流通业发展中的基础性、导向性作用。

以81890为平台，推进社区服务标准化建设 ——浙江省宁波市海曙区

81890 试点项目开展区域为宁波市海曙区行政区域。海曙区作为宁波市最为繁华的中心城区，东临奉化江，北濒余姚江，西南与鄞州区接壤。全区面积 29.4 平方公里，户籍总户数 112502 户，总人口为 298843 人。81890，是宁波话“拨一拨就灵”的谐音，建于 2001 年 8 月 18 日，是宁波市海曙区委、区政府设立的旨在转变政府职能，改进机关作风、优化投资环境，促进城乡经济繁荣、培育家庭服务市场，安置富余劳动就业、发展社会组织，促进社会和谐进步、解决供需信息不对称，提高市民生活质量、不断提升社会管理和公共服务水平，着力建设服务型政府的重要举措。“政府搭台、市场运作、社会参与”，81890 以政府提供公共运作成本，无偿为市民、企业提供全方位信息服务，同时联动 167 家海曙区家政服务加盟企业，为市民解决求助事项和提供家政服务，办结率 100%。

试点项目创建工作围绕社区家政服务信息对接和服务提供，体现了行业特色性、代表性和区域性要求，以

81890 市民生活公共信息服务为重点，覆盖家庭清洁卫生服务、家庭护理服务、家庭物品搬运服务、家庭装饰与维修服务等社区家政服务，共安排了 8 个试点示范创建点，基本涉及了区域重点家政服务行业 and 单位。

自 2009 年项目启动以来，充分发挥了标准化基础、保障和引领作用，示范试点工作有序、有效开展，取得了阶段性成果，并形成了良好的工作机制，其主要体现在“四个力字”上。

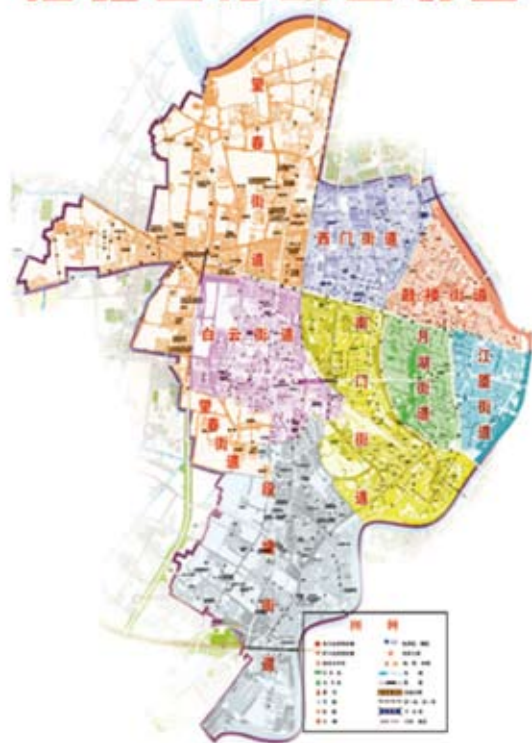
一、组织有序、各方得力，确保了标准化工作有序进行。一是领导高度重视，全面统筹协调，指导思想明确，政策措施保障，形成了政企互动良好的工作局面。宁波市海曙区家政服务标准化建设工作得到市、区二



级政府和领导的高度重视，家政标准化试点项目被列入宁波市贸易局、市质量技术监督局和海曙区人民政府年度重点工作，列入海曙区委区政府日常会议议程。区政府领导多次主持召开会议，研究和集中解决试点工作中的实际问题，同时划拨专项建设资金用于海曙区社区家政服务业标准化建设，直接投资总额超过 80 万元，确保了标准化各项工作的顺利开展。二是科学划分，合理选择试点单位，根据试点项目的特点进行合理划分，属技术研发的交由专业学术研究机构完成，属行政监管的明确责任承担部门，属企业自身发展项目的引导企业自主完成。三是严格项目管理，确保工作质量。通过制定《宁波市海曙区社区家政服务业标准化建设工作发展规划》、《宁波市海曙区社区家政服务业标准化试点活动实施方案》等文件，明确了项目目标、承担单位和进度要求，将工作成效定期上报区政府，落实政府相关职能部门的配合职责；与专业技术机构签订项目合同及经费使用协议，对每个项目进行过程监督和评审验收，以达到合同各项要求；通过公约形式明确试点企业责任。四是市行业主管单位对试点建设情况进行动态跟踪指导，及时发现问题，指引方向。五是顾客满意度测评和监督考评相结合，促进了顾客满意度的稳步提高，确保了标准化工作的持续改进。

二、体系完备，支撑给力，不断夯实示范企业管理基础。一是研制科学合理的标准体系。建立了以 81890 服务标准体系为总领、试点单位企业标准体系为补充的标准总体系，并在试点单位实践基础上对体系进行补充、修改和完善。标准体系涵盖了市民生活公共信息服务、家庭清洁卫生、家庭装饰和维修、家庭物品搬运、家庭护理等主要服务门类，

海曙区行政区划图



与宁波市海曙区家政服务项目实现了较好的匹配，发挥了标准体系的技术与管理的支撑作用。二是通过试点单位创建活动带动行业标准化工作。通过对试点企业进行集中培训、监督评价，试点单位根据体系运行要求建立完善相关服务保障标准，并积极向家政从业人员宣贯标准。三是多手段提高全市社区家政服务业标准化整体水平。明确首批试点企业 7 家，第二批试点企业 2 家，根据项目建设要求又于 2011 年底重新调整为 8 家试点单位，通过政策保障、宣传动员、宣贯培训、技能比武、公益活动、示范带动，结合家政等级评定、星级家政员评定和标准实施监督检查活动，逐步向其他会员企业拓展，使标准逐步向全方位覆盖。

三、创新实践、实施努力，不断提高家政服务业标准实施力度。一是勇于探索，开展研究，创新实践。家庭服务行业技术含量

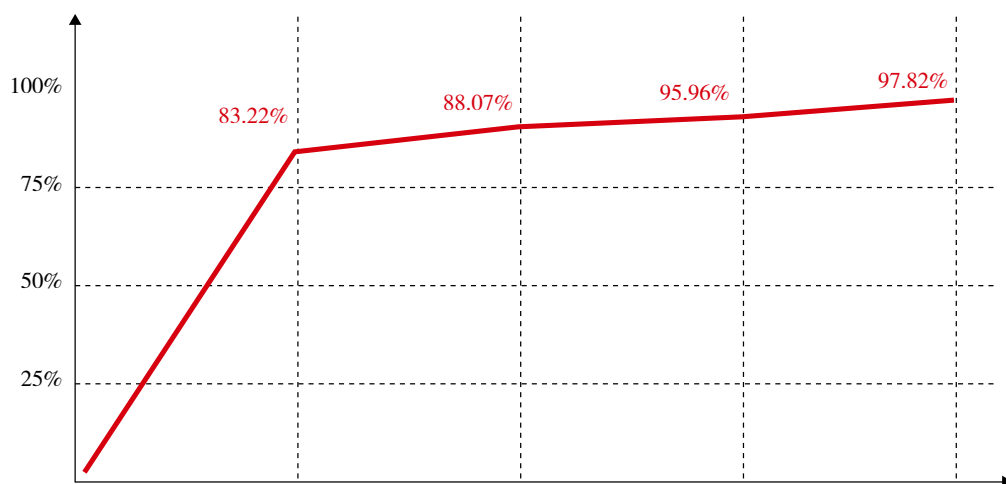


相对较低，管理人员和服务人员很多都是下岗失业人员或者是农村务工人员，综合素质相对不高。因此，企业在管理和发展方面受到很大制约。项目开展期间，试点单位勇于探索，创新实践，以标准研制为突破口，先后研制了《家庭母婴护理服务规范》、《家庭物品搬运服务规范》、《家庭保洁服务规范》、《代办代购服务规范》、《家政企业等级标准》、《家政从业人员资格等级标准》、《市民生活公共信息服务平台》等七项宁波市地方标准，其中五项标准立项为国内贸易行业标准，并通过了国家商务部组织的专家评审，同时指导试点单位编制了 500 多项企业标准。通过研制标准，企业和员工有了具体的服务参照标准，提升服务水平，增强企业的综合竞争力。二是在实施过程中，加强监督考核评价，政企互动，内外结合，注重实效，积极开展了试点企业标准监督考核评价，并在全市 800 多家企业推广应用。通过标准制定、标准实施和标准实施监督等一系列标准化工作，有效提升企业管理水平，同时，积极引入社会监督制度，针对加盟企业的服务行为，81890 想办法引入社会各方力量，形成全社会共同监督的良好氛围。一方面，81890 聘请市、

区二级部分人大代表、政协委员和社区热心市民作为义务监督员对加盟企业的服务进行监督，监督结果也纳入加盟企业考核。另一方面，81890 积极与宁波人民广播电台、宁波电视台、《东南商报》、《钱江晚报》等新闻媒体合作，先后开通了 81890《爱晚亭》、《社区天地》、《老少广播》、《81890 生活现场》、《巴士资讯站——81890 咨询专栏》等栏目，进一步拓宽了社会监督的渠道和力度。

四、试点有效，带动有力，促使家政服务水平的整体提升。一是顾客满意度稳步提升。满意度测评是衡量标准化活动试点项目建设成果和评价日常工作成效并实现持续改进的重要工具。标准化建设领导小组办公室运用专业化的测评模型，结合国标委《关于推进服务标准化试点工作的意见》“顾客





满意度调查方法”要求，开展顾客满意度调查。据统计，到2012年9月，顾客满意度为97.82%。二是形成了家政服务业标准化管理的新模式。家政标准化试点项目建设整合政府、协会和企业各方力量，形成了标准化工作以“政府引导，协会主导，企业支撑，社会参与”的新模式。三年多来，市、区二级政府，十余个政府部门，十余家企业参与到标准化试点项目建设中，政府为标准化试点工作提供“人”、“财”、“物”的资源保障，不仅为标准化试点项目建设奠定了基础，更为家政服务业标准化工作的长期有效开展积

累了经验。三是建立了家政服务业标准化新机制。标准化建设领导小组和办公室的设立，以试点企业建立企业内部标准化管理组织，形成了协会和企业标准化的组织保障；开展专兼职人员标准化知识培训，夯实了标准化人力资源；通过座谈、信函等形式对标准体系进行修改与完善，建立健全了服务标准体系，扩大了服务标准的覆盖范围。四是取得了家政服务业新成效。推动了服务产业的快速发展，取得良好的经济效益。协会通过开展社区家政服务业标准化工作，培育了服务产业，规范了服务市场。同时增加了就业岗位，取得了良好的社会效益。再则树立了城市环境的良好形象。过去一些服务信息小广告见楼道就贴、见门缝就塞的现象无形中逐渐消失了。通过社区家政服务业标准化工作的推进与深入，家政服务企业自身的品牌意识加强，服务更趋标准化、规范化，从而引导消费者消费更理性。

经过几年的实践和探索，81890服务业试点工作积累了一些成功的经验，在未来的工作中，将主要围绕以下几个方面继续做好标准化工作：

一是进一步发挥示范创建领导组织的体



制、机制作用,不断加强组织推进的统筹协调、整体联动和日常管理,促使“政府引导,协会主导,企业支撑,社会参与”标准化管理模式持续有效发挥,真正形成“常态化、长效化”示范推进工作格局。二是进一步优化体系框架的顶层设计和总体布局,结合各示范点实际和体系框架要求,不断明确总体标准体系与各子体系间的衔接与协调,确保标准体系的规范性、完整性和协调性,并进一步细化完善服务规范。三是进一步抓住加强和创新社会管理和公共服务有利机遇,充分发挥示范试点后发效应,不断深化创新实践,进一步拓展服务领域,积极参与家政服务国家、行业及地方标准的制订,为推动我国家政服务标准化做出新贡献。

流通标准推广案例

行业协会作为政府与企业之间的桥梁和纽带，在推动标准化建设方面发挥着极其重要的作用。在标准制定过程中，行业协会比政府更了解企业，更熟悉市场，为标准的制定提供了科学的依据。标准公布实施后，行业协会依据对标准内容深入理解的优势，指导企业进行贯彻落实，加大宣传力度，组织研讨和培训。



以标准宣贯为契机，全面提升百货业经营管理水平

——中国百货商业协会

中国百货商业协会于1990年成立，是经民政部批准，在国务院国有资产监督管理委员会和商务部的指导下，具有社会团体法人资格的社团组织，是全国百货行业性、非营利性社团组织。协会拥有企业会员近800家，团体会员60多家，联系着近15000家间接会员。

一、百货店分等定级标准基本情况

为提升零售企业服务水平、改善服务环境、促进诚信经营、加强知识产权保护、培育民族品牌，引导零售业规范发展、提升行业竞争力，2009年，中国百货协会在《达标百货店规范》、《金鼎百货店规范》的基础上制定了《百货店等级划分及评定》（GB/T 27916—2011）国家标准。《百货店等级划分及评定》国家标准的发布，是中国百货行业发展上一项富有开创性的重大举措，百货行业首次拥有了自己行业的国家标准。为进一步推动标准宣贯实施，中国百货协会在行业内大力开展贯彻标准的工作，深入学习标准精神，组织标准的培训，深入开展百货店分等定级

工作，对已有的达标百货店、金鼎百货店按照标准进行复查，审核等，对未开展的地区将区别部署进行，一个学习宣传标准，贯彻标准的工作将在行业内陆续展开。

二、推动标准宣贯与实施

（一）分批次、分步骤深入贯标，使贯标稳步扎实。依据《达标百货店规范》、《金



《金鼎百货店规范》，分三批实施了贯标工作。第一批，在北京、天津、上海、重庆、大连、南京、青岛、长沙、西安 9 个城市开展先行试点，有近千家百货店报名参与贯标，经审核验收共有 223 家“达标百货店”，其中 35 家“金鼎百货店”达标。第二批在省会以上城市贯标，经最终审核有 215 家“达标百货店”，其中 74 家“金鼎百货店”达标。在此基础上，商务部、中国百货商业协会起草了 2007 年中国百货行业发展报告，并编制了中国百货业发展景气指数。第三批在全国地级以上城市贯标，经各省市审定有 524 家百货店符合达标百货店标准要求。

经过三批贯标，在地级以上城市累积共 1000 家 6000 平方米以上的百货店参加了贯标工作，有 962 家达到达标百货店标准，其中 109 家达到金鼎百货店标准，另有二十多家达标百货店在申请金鼎百货店的审核中。通过分步实施，逐层开展，国标的贯标工作得以扎实、顺利实施。

（二）贯标与复查相结合，动态监管，确保贯标的实际效果。2009 年之后，协会按照国家标准，先后分三次对全国部分城市（上海、武汉、青岛）的 18 家金鼎百货店进行了复查，实施动态监督管理。各地金鼎百货店复查自查准备认真。经过认真的贯标复查，参与贯彻国标复查的金鼎百货店，基本都达到国标的要求，对两家 90 分以下的单位，提出限期整改的要求。上海市每年对该市的达标百货店进行一次复查，天津市正在积极展开全市的达标百货店、金鼎百货店复查。动态监督管理的实施保证了国标贯彻的连续性，也有效促进了金鼎百货店、达标百货店管理水平的提升，确保了标准的实施效果。



三、贯标成效

（一）百货店贯标促进了和谐商业的发展。近年来，我国百货业销售额每年都以两位数的速度激增，在 2011 年以来百货企业销售增速回落的情况下，许多百货企业仍然发展势头良好。企业市场规模不断扩大，现代流通方式从无到有，商品的市场化程度从低到高，在国民经济和社会发展中的作用日益突出。但是，在快速发展的过程中行业仍然存在一些问题，开展贯彻《百货店等级划分及评定》的国家标准，引导企业对照规范标准找差距，从服务、管理、诚信、环境、安全、节能等方面，进一步提升百货店经营管理水平和服务水平。

借助于百货店等级划分及评定的基础，在行业中大力倡导诚信经营。协会于 2007 年 1 月组织第一批全国 35 家金鼎百货店向全行业发布诚信促销宣言，提倡真折明扣，反对返券促销，坚决不搞虚构价格后的返券促销，在全国引起了强烈反响，对盛行一时的返券促销活动进行了有效遏制；北京市召集全市 47 家达标百货店发出诚信促销倡议书。百货店的贯标对构建和谐的商业氛围，对解决零售业普遍存在的问题产生了积极的影响作用。

（二）百货店贯标带动了消费结构的持续升级与调整。近年来，我国城市和农村

居民家庭的恩格尔系数呈不断下降的趋势；伴随着国民经济的发展，诸如住房、汽车、信息、餐饮、娱乐、旅游等已成为城乡居民消费的热点领域。随着消费结构的持续升级，部分大中城市居民消费已经由实物消费为主转向实物消费与服务消费并重发展，消费观念向品牌化、环保化、个性化和时尚化方向转变。

消费结构的升级，促使零售企业开始关注消费变动趋势，调整商品结构，重视品牌建设，做好产需关系衔接，用以满足人们不断调整的消费需求。参加贯标的百货企业，不断调整经销的品牌结构，开发自有品牌，哈尔滨中央红集团中央商城大力开发自有品牌，先后在服装、珠宝、食品等多个品类商品中开发了中央红、中央城、家乡源、大萝新、小月亮等自有品牌，如中央红珠宝原先是一个知名度不高的品牌，销售处于下游，经中央商城重新设计、整合，赋予了“中央红”珠宝信誉之城的新内涵，销售跃居商城销售第四位，为商城赢得了良好的社会效益与经济效益。针对服务消费比重加大的变化，企业开始注重提升自身服务质量，如为消费者提供礼品包装、商品邮寄、广播服务、退换货、专业咨询和特殊商品回访等附加服务，普遍增加了向消费者提供休息区、最新商品信息、微信营销等新的内容，还有一对一的贵宾服务等。

（三）百货店贯标推进了有关方面行业管理、服务模式的转换。百货店贯标是政府职能转变后，对行业管理、服务模式的一种新探索，是引导行业规范发展的有效平台，是维护市场公平竞争的有效手段，是政府部门联系、了解、服务企业的有效

途径与抓手。

商务部 2007 年在与中央电视台举办的“品牌之路”主题晚会上，通过百货店贯标的平台，邀全国 35 家金鼎百货店发表了品牌宣言，“全力落实国家品牌战略，勇担民族责任，充分发挥金鼎百货店的品牌效应，为民族品牌搭建成长的平台，推进民族品牌健康、可持续地发展。”此举，进一步体现了百货店贯标对行业管理模式转换的作用。

哈尔滨市把百货店贯标作为行业管理的重要方式和基础性工作。通过贯标全面掌握了全市企业销售情况、营业面积、从业人员等方面的基本情况，为制定科学合理的行业规划和相关政策，提供了宏观调控依据。贯标过程行业主管部门加强了与企业联系，促进了企业管理水平，并以此建立了良好的相互支持与信任。

（四）百货店贯标推动了企业经营方式的转变。《百货店等级划分及评定》是百货行业第一个最全面的国家标准，对提升百货店经营管理水平起到了重要作用。西藏拉萨百货大楼在百货店贯标中，自觉对照标准找差距，他们会同自治区、拉萨市商务主管部门，共同筹资六千多万元，按照标准对商场软件、硬件设施进行了全面升级改造，成为西藏雪





域高原唯一的金鼎百货店。

北京王府井百货大楼在百货店贯标中积极转变企业经营方式，他们从自身发展历程和百货业发展趋势中意识到，联营经营模式已经对百货企业的连锁化、规模化发展形成一定的制约，果断对经营模式进行了大胆探索：加大与上游供应商源头的合作；推行集采方式，逐步加大自营比重；引进境外商品，实现品牌代理，推动企业连锁的发展；适时开展自有品牌的开发；共同谋求经营规模的扩大等。王府井百货大楼在经营模式转变上走在了行业的前列。

（五）百货店贯标促进了行业企业绿色低碳可持续发展。节能降耗是企业可持续发展中不可忽视的因素，也是标准中的重要内容。商业企业是用电大户，节约能源，减少费用支出，是企业提高运行质量的重要途径。辽宁沈阳商业城在贯标中，投入 2000 多万元，安装了地源热泵、冰蓄冷节能减排系统，企

业冬季供暖由原来的每平方米 32.67 元下降到 20.63 元，同比节约 36.85%。夏季制冷由原来的每平方米 33.33 元下降到 11.98 元，同比节约 64.06%。每年为企业节省 200 多万元的费用。同时，一年可减少燃煤 4000 多吨，减少烟气排放 5200 万立方米，减少细颗粒物排放 17 吨，减少二氧化碳排放 1 万吨，减少二氧化硫排放 94 吨，被沈阳市评为“节能示范企业”。

安徽合肥鼓楼商厦将贯标与节能降耗结合起来，不断探索节能降耗的新方法、新思路，一次性投入 300 多万元，对企业空调、电梯、照明、节水龙头、雨水收集等进行了改造，仅节能灯改造一项每年可为企业节约支出 30 余万元。他们还编印了《节能手册》，从身边点滴做起，有效提升了企业的经营水平。

技能标准提高零售业基层岗位规范

——深圳市零售业协会

深圳市零售商业行业协会成立于1997年7月，是由各大型超市、百货商场等食品销售、流通企业和食品相关的品牌连锁企业及机构自愿参加组成的社会组织，共有会员270多家。协会自成立以来，高度重视自身公信力的建设和维护，积极开展行业自律，引导行业规范发展，得到政府的高度评价，被评为“深圳市5A级社会组织”。

一、标准建立的目的和意义

随着零售业不断发展，市场日益繁荣，商品大大丰富了人民生活，人们对服务质量要求越来越高。然而，行业员工不断流失已经成为制约行业发展的重要因素。据《2012中国连锁行业人力资源状况调查报告摘要》，零售企业的基层员工中，40%的企业流失率都超过30%，其中流失率最高的企业达九成。深圳各大型百货、超市长期缺工在10%左右，部分企业高达30%以上。如何留住员工，提升员工技能和价值已经是零售业发展中亟待解决的问题。因此，行业发展迫切需要先进、实用、统一的基层岗位技能标准以及相应的教材、培训体系和全行业认可的通用证书。

二、搜集行业意见，编制行业标准

为解决行业难题，深圳市零售商业行业

协会从2006年至2012年，组织本行业部分优秀企业共同编制全国《零售业基层岗位技能要求》(SB/T 10512.1-2008)——防损员、收银员、营业员、生鲜工、收货员、前台接待员、连锁店店长、采购员、招商员等九个标准(下面简称“系列标准”)，2008年12月起，此九项标准由商务部陆续公告并实施。

为了进一步贯彻和实施该系列标准，协会成立了7个教研组，组织企业专家按照标准要求陆续编制了防损员、生鲜工、营业员等七本贯标教材，已由中国劳动社会保障出版社印刷出版3本，还有四本正在印刷中；同时各教研组根据岗位需求，制定了各岗位的培训、考核认证体系，开始在企业员工培训和零售行业技能大赛中使用标准、教材和培训考核体系。

三、实践标准，开展技能大赛

从2009年标准正式实施开始，协会每年



举行的技能大赛针对标准要求对行业员工进行普遍的理论培训和考核，通过初赛、复赛，选拔优秀选手进入总决赛。经过 5 届技能大赛，深圳零售业累计近 500000 人参加了技能岗位的培训考核与选拔，近 2000 人参加了总决赛。其中获得深圳市五一劳动奖章的有 1 人，获得深圳市三八红旗手的有 3 人。有近 8000 人因为技能大赛获得名次而受到企业重用。

四、标准化工作的主要成效

通过开展多姿多彩的培训和竞赛活动，

一方面促进了零售业员工管理的标准化，引导社会各界和零售企业共同重视基层员工，重视技能人才的培养；另一方面极大地提升了基层员工的服务水平和专业技能，丰富了员工的工作和业余生活。不少员工反映，在竞赛的激励下，本来认为做零售没有前途，现在不仅能学到技术，还有获得市级五一劳动奖章或三八红旗手的机会，从而打消了离开企业、离开深圳的念头。

该系列标准在深圳市零售商场的实际应用中取得了明显的效果。这种由企业共同编制标准，共同撰写贯标教材，共同参与技能大赛的方法，让该《系列标准》成为了零售行业基层员工和人力资源工作的基本准则，是获得企业赞誉和支持的典型成功案例。

五、未来标准化工作重点

标准化工作是一个循序渐进的过程，需要持之以恒，不断提升，零售协会将一如既往开展标准工作：一是继续完善、提升现有服务标准体系。二是和深圳市人保局合作，开始在企业内全面开展系列基层岗位培训、考核、认证工作，争取做到企业员工持证上岗。三是开展行业技能运动会，全面普及专业技能理论知识和实操竞赛水平，丰富员工生活。



标准化引导洗染行业健康发展

——全国洗染标准化技术委员会

2012年5月,全国洗染标准化技术委员会成立大会在京召开。会议通过了《全国洗染标准化技术委员会章程》、《全国洗染标准化技术委员会秘书处工作细则》和《第一届全国洗染标准化技术委员会第一次全体会议工作报告》,颁发了委员证书,并依照会章开启了“洗标委”成员发展和认定工作,设计了洗标委的会标。

一、洗染行业标准化现状

我国洗染行业的标准化工作始于本世纪初,与发达国家相差近五十年的时间。在洗



染行业快速发展的推动下,在政府相关部门的高度重视下,近年来洗染行业的标准化工作进步较快,国家商务部先后出台了《洗染行业管理办法》和部分行业标准,各地方行业主管部门也陆续发布了多项地方标准,企业对标准化工作的意识也得到了不断加强,诚信经营、规范发展逐步成为行业人士的共识。但与发达国家和地区相比,我国洗染行业标准体系还有很大差距,因此,加强洗染行业标准化体系研究,建立一套完善的、科学的洗染标准体系,加大标准的宣贯力度就显得尤为重要。

二、洗染标准委主要工作情况

(一)健全组织,完善工作制度。为使全国洗染行业标准化建设工作更加统一、规范、有效的开展,经国家标准化管理委员会

批准,由国家商务部归口管理,成立了全国洗染标准化技术委员会(以下简称“洗标委”)。2012年5月3日,洗标委成立大会在京召开。会议通过了《全国洗染标准化技术委员会章程》、《全国洗染标准化技术委员会秘书处工作细则》和《第一届全国洗染标准化技术委员会第一次全体会议工作报告》,颁发了委员证书,并依照会章开启了“洗标委”成员发展和认定工作,设计了洗标委的会标。

2013年,全国洗染标准化技术委员会洗染服务分技术委员会获批成立,秘书处由广东省标准化协会和广东省洗染行业协会联合承担,办公室设在广东省标准化协会。广东省质量技术监督局负责分技术委员会的日常管理。洗标委队伍的不断壮大,标志着我国洗染行业向标准化规范化方面又迈出了一大步,成为洗染行业发展的又一个里程碑。

(二)组织标准的申报、制定和审定。目前已经颁布的全国性洗染行业标准基本上是由中国商业联合会洗染专业委员会(以下简称“洗染委”)和洗标委提出并组织编写的。以生活衣物洗染、公用纺织品洗涤企业、化料、机械生产企业、专家、技术精英为主体的专家组,积极开展行业调研,先后完成了《洗染业服务经营规范》(SB/T 10624—2011)、《洗染业服务质量要求》(SB/T 10625—2011)、《洗染业术语》(SB/T 10783—2012)、《洗染服务合约技术规范》(SB/T 10784—2012)、《西服、



西裤熨烫质量要求》(SB/T 10785—2012)、《公用纺织品清洗质量要求》(SB/T 10786—2012)、《洗染店达标条件》(SB/T 10988—2013)、《衣物洗涤质量要求》(SB/T 10989—2013)等行业标准。

(三)开展标准宣贯活动。1、根据目前洗染业相关标准及规范,整理编制了洗染业标准知识题库,题量达500余道,供行业内宣传、考试、竞赛等活动使用。2、在“2012(第十三届)中国国际洗染业展览会”期间举办了“全国洗染业知识竞赛”。竞赛采用现场知识问答形式,考核试题涵盖《皮革毛皮衣物洗染规范》、《洗染业服务质量要求》、《洗染业服务经营规范》、《洗染业管理办法》、《商务部关于“十二五”期间进一步发展洗染业的指导意见》行业标准、指导意见以及部分洗染技术知识内容。对获得前十名的选手进行了表彰。3、在“中国洗衣”网站上开辟了“洗染标准委”专栏,注册了“全国洗染标委会”微博。利用网站、期刊和微博等媒介,全面开展标准的宣讲工作。





（四）培养标准化工作技术人才。组织洗染相关单位标准化工作骨干参加由洗染委和洗标委举办的“标准化知识与标准编写培训班”，考试合格者获得了由中国商业联合会、全国洗染标准化技术委员会颁发的资格证书。为行业和企业培养了一批编写标准的骨干，提升了行业、企业的标准化管理水平。

（五）开展标准课题研究。针对洗染行业标准体系建设滞后、体系框架不系统、结构不平衡、内容不完善等问题，受商务部委托，完成了《洗染行业标准体系研究》报告。内容主要从我国洗染行业总体情况、国内、外洗染行业标准化现状以及我国标准化体系建设等方面做出了研究和阐述，并将根

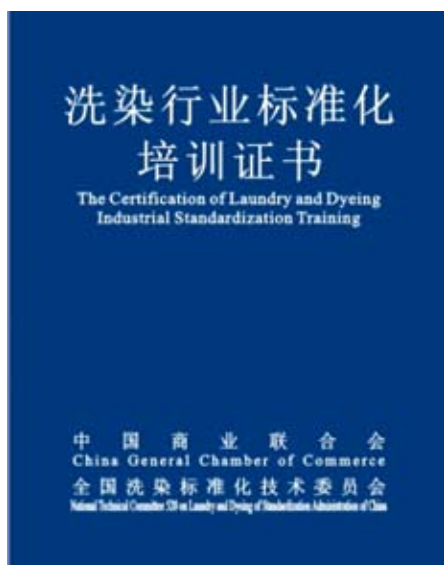
据国家标准化工作的方针政策，结合我国洗染业发展现况，适当采纳国际标准经验和国外先进标准，研究并提出有关洗染专业标准化工作方针、政策和技术措施的长远规划建议，制订和完善本专业的标准体系。

三、对标准化工作的思考

（一）加快标准制定，确保工作质量。在确保完成已经立项的标准工作的基础上，加快洗染基础类、管理类、技术类标准的制定工作，充分发挥标准在规范行业发展中的基础作用，促进企业经营管理和服务规范化水平的提升。

（二）开展形式多样的宣贯活动，把标准的实施工作落到实处。以培训、媒体宣传和知识竞赛等形式，增强洗染从业者对洗染业标准化建设重要性的认识，使宣传标准、学习标准、实施标准逐步成为洗染业经营者的自觉行动；洗标委与洗染行业相关行业的标准机构和专家进行广泛的沟通交流，收集、整理、编辑了《洗染业标准汇





编》一书,作为行业贯彻实施标准的工具书,预计 2014 年底出版。

(三) 加快标准化人才队伍建设。开展标准化技术培训,引导企业实施标准化人才培养计划,加强对标准化从业人员的培训,培养具备标准化知识、专业技术、掌握规则的标准化人才。

(四) 加强标准化信息平台建设。加强标准化信息平台建设。在“中国洗衣”网站、期刊及相关媒体上及时发布国家、行业、地方洗染业相关标准,建立和完善行业标准资源数据库,以信息技术为手段,建立高效、及时、准确、权威的标准化服务平台,形成互动的沟通渠道,提升标准化管理和服务水平。

地方行业标准引导本地企业规范经营

——四川省洗染行业协会

四川省洗染行业协会成立于 2008 年 3 月 12 日，是经四川省民政厅批准依法成立的行业性、具有法人资格的社会团体，业务上接受四川省商务厅的指导。是由从事洗染行业及相关经营、生产、服务、管理、设备、化料、教学、技术理论研究的企事业单位、群众团体和个人自愿组成的地方性的非营利、行业性法人社会团体。

一、地方标准制定与实施的背景和意义

我省洗染行业从新中国成立至今，特别是改革开放以来，发展迅猛。已经由传统的洗涤方式发展转变为现代化的高科技的机械化操作，由个体小作坊发展到产业化规模化生产经营。截止 2012 年底，据不完全统计，全省共有各类洗衣企业（个体户）约 2.5 万家，从业人员约 15 万人左右，加上洗涤设备制造、洗涤原料生产供应等相关辅助配套企业，整个行业每年产值约 150 亿元左右。洗染行业的发展促进了我省旅游行业、服装行业、机

械制造业、化工制造业、商业流通领域的经济发展，解决了 15 万人的工作或就业，为四川省国民经济发展和保持社会稳定起到了巨大的作用。

由于受多重因素制约，四川省洗染行业尚无一部统一的行业规范质量标准，给全省洗染行业发展带来了诸多不利因素。洗染行业事关广大民生和消费者的切身利益，行业如果缺乏规范管理，技术培训指导，无评判和执行标准，就会造成事故纠纷频繁，严重影响社会安定和谐。为此，四川省洗染行业协会从 2010 年 3 月份开始，向省商务厅提出申请报告，要求组织起草四川省《洗染业服务质量规范》、《洗染业服务规范》、《洗染企业等级划分规定》等三个地方行业标准。2011 年 4 月，四川省《洗染业服务质量规定》、《洗染业服务规范》、《洗染企业等级划分规定》地方标准，经省质量技术监督局批准正式发布。2011 年 6 月 1 日正式实施。



二、标准的宣贯和推广

为了更好地宣传贯彻实施四川省洗染业地方标准，扩大其影响力，让四川省洗染业地方标准的执行力更好地深入到行业中去，运用到行业中去，2012年7月，由四川省商务厅亲自指导，拨出专项资金，会同四川省消费者协会，四川省质量监督局并委托四川省洗染行业协会承办，召集了全省各地、市、州相关单位及重点企业负责人，在成都成功地举办了“2012四川省洗染业地方标准宣传贯彻大会”，会上商务厅就全省宣传贯彻洗染业地方标准作了具体的安排和布置，并要求全省从业人员认真学习标准，执行标准，按标准的要求规范行业的发展。

大会上，对一批表现好的、影响力大的、规范的、诚信的洗染企业及个人进行了表彰，其中，35家企业，56名个人获得了四川省洗染行业“先进单位”和“先进个人”荣誉称号，并给他们颁发了奖牌和证书。

值得一提的是，《洗染业服务规范》在帮助会员单位应对民事诉讼案件中发挥了重要作用。2013年5月，一位顾客到富士净干洗服务有限公司清洗高档杰尼亚西装，取衣时未提出异议，7天后将衣物退回，声称被洗坏，要求赔偿。后经店员检查，发现衣服局部出现轻微色差。富士净公司经过联系权威洗染技师，对该件衣服进行了鉴定和处理救治，经过处理后局部有色差的地方全部消失。客户再次取衣时，认为衣物已经失去了原有的挺括感和骨质感，与原来的衣物品质有较大差距，要求富士净公司全额赔偿或重新购买一件相同的西服。客户在市消协调解无果的情况下，对富士净公司提出了法律诉讼。一审判决富士净公司按照扣除西装折旧费10%后的金额进行赔偿，共计14580元。判决生效后公司决定立即向四川省洗染行业



协会提出法律、政策、技术咨询援助要求，四川省洗染行业协会协助富士净公司提出了上诉，并建议人民法院参照2011年发布的四川省《洗染业服务规范》地方标准进行裁决。在二审判决中，法院参照四川省质量技术监督局发布的《洗染业服务规范》关于赔偿原则的细则，裁定按照西服原价值16200元的20%进行赔偿，共计3240元。在此次民事诉讼过程中，《洗染业服务规范》为法院审判提供了重要依据，标准内容也因此得到了切实贯彻，企业以切身经历深刻的体会到贯彻执行标准的重要性。

三、保障措施

为了更加广泛地、深入地将四川省洗染业地方标准宣传贯彻到洗涤行业和广大消费者，省商务厅拨出专项资金、由商务厅服贸处组织领导，具体负责制定贯标方案、委托四川省洗染行业协会在全省各地开展了多种多样的方式宣传贯彻四川省洗染业地方标准。汇编和发放了大量四川省洗染业地方标准文件和学习资料进行宣传贯彻，并利用省电视台、报纸、网络短信等现代传媒工具进行广泛宣传。

经过大力宣传贯彻，四川省洗染行业的发展正逐步得到了规范，服务质量明显提高，纠纷事故显著下降，全省洗染行业正朝着健康有序规范化发展。

标准推动拍卖行业规范化经营

——中国拍卖行业协会

中国拍卖行业协会成立于 1995 年，一直致力于推进中国拍卖行业和市场的发展，是世界拍卖业与中国拍卖业交流与融合的最重要平台。业务职能涵盖了《中华人民共和国拍卖法》规定的拍卖师管理、拍卖企业自律和监督，以及拍卖业务推进、政策协调、信息服务和咨询等全方位内容。

一、构建标准体系，加强行业自律

（一）拍卖行业的首个国家标准

标准化工作是提高拍卖服务质量和管理水平的基础，是优化产业结构的重要依据，是规范拍卖市场秩序的重要手段，是维护拍卖活动各方合法权益，促进拍卖业有序健康发展的有效措施。我国拍卖业从恢复发展至今仅二十余载，国内众多拍卖企业尚不了解标准化工作的主要任务和内容，也未能很好地运用标准化的原理和方法开展业务经营，在一定程度上制约了企业自身和拍卖行业的发展。

为指导拍卖企业规范经营开展企业标准化评估工作，充分发挥标准化对拍卖企业以及拍卖业的重要支撑作用，2009 ~ 2011 年间中国拍卖行业协会组织上海、黑龙江、福建、四川、湖北、广西等省级协会和国内多家综合性拍卖企业，以及会计师事务所的有关专家和人员制定了《拍卖企业的等级评估

与等级划分》(GB/T

27968-2011) 国

家标准，是我

国拍卖业首个

国家标准，于

2011 年 2 月 31

日正式发布。该

国家标准在深入进行理论探讨和中国拍卖行业协会近十年的拍卖企业资质评定工作实践基础上，对全国拍卖企业开展分等定级的标准化评估提出了全面、系统、科学的要求。

该标准在内容上涵盖了我国拍卖企业的规范性、诚信度、可持续发展能力、经营状况和社会贡献等 5 个方面，并主要围绕这 5 个方面设计了 20 项核心评价指标，以全面、系统地评价企业从事拍卖业务的综合能力和实际业绩。为全国五千多家拍卖企业的标准化评估工作提供了统一指导，有力地支持和推动拍卖行业的自律和诚信体系建设。





（二）拍卖行业标准体系初步形成

自2012年1月1日起，先后有国家标准《拍卖企业的等级评估与等级划分》和行业标准《拍卖术语》(SB/T 10641-2011)、《拍卖师操作规范》(SB/T10692-2012)、《机动车拍卖规程》(SB/T10691-2012)、《不动产拍卖规程》(SB/T 10690-2012)等五项拍卖业标准正式实施。这也是自2010年拍卖行业为艺术品市场贡献第一项行业标准——《文物艺术品拍卖规程》以来，拍卖业标准实施最为集中的一年。

一项国家标准、五项行业标准的发布和实施，标志着中国拍卖业由此全面进入了拍卖师、拍卖企业均有规可依的“拍卖标准化时代”，将对已恢复发展26年的中国拍卖业服务品质和企业管理水平的提升发挥重要作用，至此拍卖行业的标准体系初步形成。

在继续完善拍卖标准体系的同时，

中拍协将工作重点放在已发布标准的宣贯上。2012年7月4日，全国拍卖业标

准宣贯活动在北京正式启动。国家商务部、人力资源社会保障部等各部委领导参加，共同启动“拍卖标准化时代”，为宣贯活动揭幕。来自全国各地的200余名拍卖行业代表共同见证“中国拍卖业进入标准化时代”的历史性时刻。

二、大力开展标准化宣贯工作

为了帮助标准使用者，特别是广大拍卖企业准确理解和掌握标准内容，更好地贯彻实施标准，也为了指导拍卖企业为评估工作做好准备，中国拍卖行业协会组织编写了《拍卖企业等级评估标准释义》，并于标准发布后在北京、哈尔滨、郑州、南京、成都、广州举办了七期培训班，派出标准培训讲师29人次，对标准内容条款进行释义讲解，参加培训的业内从业人员超过一千三百人，为下一步顺利开展评工打下了良好基础。

“推荐性标准”贵在实践应用中检验其科学、合理性，其积极作用须通过广泛使用方能得以发挥。国家标准《拍卖企业的等级评估与等级划分》(GB/T 27968-2011)于2012年5月正式实施，为确保拍卖企业等级评估工作的顺利开展，中国拍卖行业协会同期颁



布了《评估暂行办法》(中拍协[2012]号),按照办法的相关规定,中国拍卖行业协会成立了拍卖企业等级评估工作办公室(以下简称评估办),于当年8至12月期间开展了拍卖企业等级评估工作,依据国家标准完成了评估申报、初审、复审、现场核查和评估结果公示、发布等工作。

此外,协会还设立了“企业等级评估工作督查组”,负责对评估工作全过程进行督促、检查,接受投诉并处理违规违纪行为。督查组由拍卖行业的相关政府部门、行业自律办和新闻媒体等组成,具有较广泛的代表性和舆论监督力。2012年拍卖企业等级评估的现场督查工作深入到山东、广东、上海、浙江、福建、吉林、湖南、云南等地,通过座谈会和企业走访等形式开展,共召开督查工作座谈会8次,走访拍卖企业25家,参加座谈的拍卖企业超过70家。

中国拍卖行业协会通过在业内举行标准学习、宣贯培训、企业座谈、达标评定等多种形式的标准化活动,帮助拍卖从业人员、国家注册拍卖师和广大拍卖企业尽快掌握并熟练应用了标准。不仅起到规范企业业务流程、提高服务和管理水平的作用,还有效推动了我国拍卖行业的标准化建设,提升了拍卖行业的规范和可持续发展能力,发挥了国家标准对我国拍卖行业规范化经营管理的促进作用。



在业外,中国拍卖行业协会有针对性地司法、工商、税务、海关、文物和国资等有关部门送达与介绍国家标准和各项行业标准,推动政府部门和社会公众在了解拍卖行业的同时,也了解了各项标准。司法、国资等业务委托部门更主动将标准化达标评定结果与有关管理工作相结合,发挥了标准服务社会的积极作用。

三、进一步推动行业规范发展的重点工作

全国拍卖标准化技术委员会将继续以推进拍卖行业标准化建设为主要任务,不断完善拍卖标准体系框架,大力宣传和积极推进标准使用,着力研究行业发展急需的各专业领域标准,稳步推进全行业标准化工作迈上新台阶。继续完善行业标准体系,尽快组织国家标准《网络拍卖规程》的宣贯实施。组织专项业务标准的宣贯和达标工作,继续做好行业标准《拍卖师操作规范》的宣贯培训工作,计划通过12-15个地区的宣贯培训班,再对五千名左右拍卖师进行集中面授培训,争取到2015年底实现全国近两万名注册拍卖师全部接受标准宣贯培训的目标。标委会还将从拍卖师基础知识、操作要领、规范化操作程序等方面,组织开展对拍卖师主持规范程度的达标认定工作。

随着中拍协机动车拍卖专业委员会的成





立，协会下一步将强化对机动车拍卖标准、网络、法律和培训等方面的服务，提升机动车拍卖从业人员整体素质和专业技能。2014年，标委会将与车委会配合开展对《机动车拍卖规程》的标准宣贯工作，同时要设计科学、合理的评定指标，对车委会委员单位和主要从事机动车拍卖业务的企业，进行标准化达标评定。

对于已发布实施的《文物艺术品拍卖规程》、《不动产拍卖规程》和即将发布实施的《鲜切花拍卖产品质量等级》等行业标准，标委会下一步要有针对性地、深入地进行标准宣传，利用交流、学习、互访、座谈等多种形式促进专业企业间的相互借鉴，以提高拍卖企业的规范化运作水平和专业化经营实力。

引领标准化 开辟农产品流通行业新局面

——全国城市农贸中心联合会

全国城市农贸中心联合会成立于 1986 年，是经民政部批准的全国性行业协会，隶属于国务院国有资产监督管理委员会，在业务上接受商务部指导。目前拥有农产品批发市场、农产品批发商、相关协会、服务商等会员近 300 家，已成为中国农产品流通企业交流的主要平台。

一、成立全国农产品购销标准化技术委员会

为了充分发挥管理、科研和实践等方面专家的作用，更好地开展农产品流通专业技术领域的标准化工作，提高农产品产销标准化经营水平，切实做好农产品购销标准的制定、审查和协调工作，推动农产品购销标准化的有效实施，2011 年，农贸联向国家标准化管理委员会申请成立了“全国农产品购销标准化技术委员会”（简称购销标委会），并于 2013 年 3 月份召开了成立大会暨第一次委员会议，会上指出了购销标委会成立的意义及今后标准化工作的方向。

购销标委会委员涵盖政府主管部门、科研院所、地方政府、行业

协会、全国各地蔬菜、果品、粮食、花卉、水产等大型农产品批发市场及北京物美、上海华联超市等各方面的代表。购销标准会主要负责农产品交易技术规程、购销、包装及储运领域的国家标准制修订工作。

二、积极开展标准化工作

（一）积极开展标准化研究。自 2000 年以来，农贸联致力于推动行业研究工作，先



后承担了国家经贸委、商务部、国家标准委、国家认监委等部门的多项标准化研究课题。2004 年承担了商务部《农产品流通标准体系研究》、《绿色市场管理体系建设研究》等课题，还承担了国标委《农业标准化专项研究项目—国内外农产品流通标准化管理法规与标准比较分析研究》、2009 年质检公益性行业科研专项项目《农产品市场交易关键技术标准研究：主要农产品批发市场交易条件技术标准研究》、商务部《绿色低碳市场标准及认证管理制度研究》和《绿色供应链管理及低碳市场构建模式研究》等国家课题研究。

（二）标准制修订工作扎实推进。自 2002 年以来，农贸联共牵头制定了 14 项国家标准、43 项行业标准，对农产品流通标准化及追溯体系建设发挥了积极的推动作用。

2002 年农贸联承担了国家经贸委《农副产品绿色批发市场》和《农副产品绿色零售市场》两项国家标准的草拟工作，于 2003 年 6 月获准颁布；2003 年配合商务部和国家认监委草拟《绿色市场认证管理办法》和《绿色市场认证实施规则》，分别于 2003 年 10 月和 2004 年 5 月颁布实施；同年制定了国家标准《农产品批发市场管理技术规范》，于 2004 年 10 月颁布实施。其中《GB/T19575-2004 农产品批发市场管理技术规范》曾荣获“中国标准创新贡献奖三等奖”，并成为“双百工程”批发市场的建设标准；《GB/T19220-2003 农副产品绿色批发市场》、

《GB/T19221-2003 农副产品绿色零售市场》被作为农副产品绿色市场认证的标准，在行业内被广泛推广、应用。2006



年至 2008 年农贸联还组织制订了《农贸市场管理技术规范》和《农副产品销售现场危害管理规范》两项国家标准，已于 2008 年 5 月正式颁布，其中《GB/T 21720-2008 农贸市场管理技术规范》获得中国商业联合会科学技术奖二等奖。

2009 年农贸联完成《鲜活对虾购销规范》等 2 项行业标准；2010 年完成《青椒流通规范》等 2 项行业标准；2011 年完成了《生鲜农产品配送中心管理技术规范》、《畜禽肉批发交易规程》、《新鲜蔬菜分类与代码》等 23 项行业标准；2012 年完成了《冷冻水产品购销技术规范》、《鲜活水产品专卖店设置要求和管理规范》和《社区菜店设置要求和管理规范》等 11 项行业标准；2013 年完成《农产品批发市场





信息中心建设与管理技术规范》等5项行业标准。农贸联标准化工作成果显著，有效推动了农产品流通标准化体系建设。

三、加大宣传培训力度，助推标准实施

农贸联在做好标准制修订工作的基础上，积极组织标准宣贯培训工作。依托购销标委会委员单位的示范带动作用，与多方机构合作，对涉及面广、社会效益大的标准开展了宣贯培训工作，不断提高农产品流通标准贯彻实施的力度。例如配合全国三绿工程办公室先后在北京、宁波、合肥等地组织了6期全国绿色市场标准与认证培训班，加大了绿色市场标准的宣传和推广，有力的推动了绿色市场的培育与建设。为了推动行业标准的贯彻实施，农贸联受商务部委托于2011年12月和2012年12月分别在无锡和深圳开展了商务部农产品流通标准宣贯培训会议，各地商务主管部门和农产品流通相关企业的近400位负责人参加了培训，取得了良好效果。

加快行业标准体系建设 发展农机现代流通

——中国农业机械流通协会

中国农业机械流通协会 (CAMDA) 于 1991 年 5 月 13 日成立。协会主管单位是国务院国有资产监督管理委员会，业务上受国家商务部、农业部、工信部和国家发改委等部门指导，是以农机流通企业为主体，以农机制造企业为基础，涵盖农机流通、制造、大市场、科研院校，以及有关社会团体、地区农机流通协会等自愿组成的全国性行业组织。

一、农机流通发展创新

一直以来，农机流通作为连接农机生产与农民用户的桥梁和纽带，形成了保障供应、满足需求、优质服务的行业属性，在服务农业生产、增加农民收入、促进农村经济发展等方面发挥着重要作用。随着农机流通发展环境的优化，尤其是农业机械化的加速发展、农机工业结构的调整、农机市场需求和农机消费主体的变化以及农民用户消费理念的不断更新，这些都深刻影响着农机流通行业的发展。

随着农机流通方式的创新，现代农机流通方式如连锁、代理、配送等逐步发展，农机交易市场、农机超市建设持续火热，农机品牌经销店建设越来越受到企业的重视，迫切需要制定一系列农机流通行业标准来引导和

规范企业建设和经营服务，从而更好地为广大农村、农民提供先进、适用、经济、可靠的农机产品和优质的售前、售中、售后服务。

二、建立农机流通标准化体系

引导企业规范经营、规范服务，是构建现代农机流通体系的重要措施之一，根据商



务部商贸流通领域行业标准体系框架的要求，中国农业机械流通协会报送标准制定细目 30 余条，标准制定细目包括了从企业到人员、从销售到服务、从产品到管理等方方面面的技术规范，对行业的进行了标准全覆盖。

三、组织标准制修订工作

为了贯彻国务院《关于促进农业机械化和农机工业又好又快发展的意见》（国发〔2010〕22 号）和商务部《关于加快农机现代流通体系建设的意见》（商建发〔2011〕431 号）的文件精神，加快发展农机品牌经销店和连锁经营，加快推动农机专业市场升级换代，加大售后服务体系建设力度，中国农业机械流通协会先行组织了《农业机械营销企业服务质量规范》《农业机械品牌经销店技术规范 and 等级划分》《农业机械交易市场建设管理规范》《农业机械营销企业开业条件、等级划分及市场行为要求》《农机流通术语》《农业机械流通企业技术培训服务规范》《农业机械连锁企业技术规范》7 个标准的制修订工作。《农业机械营销企业服务质量规范》

《农业机械品牌经销店技术规范 and 等级划分》《农业机械交易市场建设管理规范》3 个标准已正式发布，2014 年 3 月 1 日实施。

修订的行业标准《农业机械营销企业服务质量规范》，规定了农业机械营销企业基本要求、服务质量要求、服务质量监督、服务质量分析和改进的技术规范；新制定的行业标准《农业机械品牌经销店建设规范与等级划分》，规定了农业机械品牌经销店的基本要求、经营服务要求及其等级划分，对企业的整机销售、配件供应、售后服务、信息反馈、技术培训在软硬件方面均作了详尽要求；新制定的行业标准《农业机械交易市场建设管理规范》，规定了农业机械交易市场建设要求、市场管理者要求和商户行为要求。

四、积极宣传贯彻行业标准

（一）宣贯《农业机械营销企业服务质量规范》行业标准，深入开展全国农机流通行业优质服务活动。全国农机流通行业优质服务活动已经开展了 30 年。在这 30 年中，农机企业不断创新服务形式和内容，





为农机行业的发展做出了巨大贡献，为农业、农村的发展提供了有力的支撑。为了更好地开展全国农机流通行业优质服务活动，2000年制定了《农业机械营销企业服务质量规范》，2013年进行了修订。在贯彻行业标准，开展优质服务活动中，涌现出了一批批优秀企业、优秀团队和先进个人。2013年，在全国农机流通行业开展优质服务活动30年之际，为广泛宣传新时期优质服务的新典型、新经验，推动全行业优质服务活动更加深入持久地开展，更好地为发展农业机械化、“三农”和建设现代农业服务，对行业中的优秀企业进行了表彰。

（二）宣贯《农业机械品牌经销店技术规范 and 等级划分》。2014年，为了宣传贯彻标准，贯彻国务院和商务部文件中提出的实施农机流通服务品牌工程精神，促进农机品牌经销店建设发展，中国农业机械流通协会开展创建农机品牌经销店示范活动，推出100家农机品牌经销店示范店。

（三）宣贯《农业机械交易市场建设管理规范》行业标准。为了更好地贯彻标准，推动我国农机交易市场向规范化和现代化方向发展，中国农业机械流通协会开展创建示范市场活动，推出10个“全国现代流通重点建设农机交易市场”。

标准引导我国购物中心规范化发展

——中国连锁经营协会

中国连锁经营协会于1997年在民政部注册成立，是连锁经营领域唯一的全国性行业组织。目前，拥有企业会员1000多家，连锁店铺30万个，零售会员2013年销售额达到2.5万亿元人民币，占全国社会消费品总零售额的11%。协会理念“引导行业、服务会员、回报社会、提升自我”，致力于推进我国各业态连锁经营发展。

一、购物中心属资源密集型的商业业态，对经济社会的影响大，通过标准化建设其引导势在必行

购物中心作为向消费者提供商品、服务的综合性的商业集合体，涉及土地资源的合理开发和利用，涉及到城市化、城镇化建设和发展。从企业角度讲，购物中心的业态组合须服务于公司整体战略的发展要求。购物中心业态的选择与配比规划须符合城市综合体的整体定位，满足商家的经营需要和消费者的消费需求，达到业态功能相关性及目标客群一致性。

当前购物中心开发过热，经营面临众多压力和挑战的形势下，为避免资源浪费、恶性竞争等问题的加剧，加强购物中心标准化建设和管理，行业引导，尤为重要，势在必行。

业态组合是购物中心的核心，围绕核心

制定标准。协会发挥万达、永旺、王府井、凯德置地、中粮置地、深国投、银座集团、银泰商业等代表性企业的作用，开展调研、座谈会等了解购物中心开发商、运营商、商户、消费者的需求和不同阶段的发展热点、难点。根据企业的反映和需求针对我国购物中心开发速度快、数量多，同时存在招商难、同质化、功能配套不合理等问题日以突出的问题，以及国内缺乏购物中心经营管理方面标准的现状，业内各方形成共识，抓住购物中心的核心问题——业态组合制定标准，引导行业，2011年3月协会正式提交了《国内贸易推荐性行业标准项目建议书——购物中心业态组合规范》。

二、标准制定过程

该标准自立项起，经过了讨论与资料收

集整理、起草和讨论、征求专家意见、形成送审稿等主要过程。

自收到商务部下发的起草计划通知后,为保证标准的科学性和权威性,协会邀请业内相关专家、学者及企业相关负责人组成起草小组。起草组借鉴国际经验,立足中国实际编写了国内首部购物中心运营管理的行业标准,对购物中心分类、主要业态定义、各类购物中心的业态组合及比例等予以明确和规范。小组首先讨论确定了标准的基本框架,制定了内容提纲。然后着手搜集国内外资料,起草小组对这些资料进行了详细分析和讨论,为修订标准打下坚实的基础。

根据确定的提纲和资料,项目小组起草了标准的第一稿,并不断展开内部讨论。经过多轮的修订、讨论、再修订,最终形成了征求意见稿。

2012年8月,将标准征求意见稿以及编制说明45份发送有关单位和专家广泛征求意见,请各位专家和有关人员对标准的内容和编写质量进行严格把关,并对标准文本提出宝贵的修改意见。

在征求意见稿的基础上,又通过电话、访谈、电子邮件、座谈会、书面反馈等多种形式,征求企业管理者、高校教授、行业专家等的意见,起草小组经过对标准逐字逐句地进行反复推敲、研究,形成了送审稿。

三、标准的宣贯

《购物中心业态组合规范》填补国内购物中心经营管理的标准空白。2012年12月20日,商务部发布了【2012年第93号】公告,《购物中心业态组合规范》【SB/T 10813-2012】等50项国内贸易行业标准已经商务部审核,于2013年6月1日实施。这是我国自有购物中心业态以来,第一部针对购物中心



运营管理的行业标准,对于我国购物中心乃至商业地产的规范、可持续发展具有现实和历史意义,是我国购物中心进入规范化发展的标志之一。该《规范》根据我国购物中心近年来的发展现状、市场趋势对都市型购物中心、地区型购物中心、社区型购物中心、厂家直销店购物中心四大类别的购物中心业态组合进行了规范,以指导购物中心开发商、运营商。

2013年3月29日在协会连锁品牌与购物中心合作委员会2013年年会进行解读。

2013年5月27日在协会举办了题为“购物中心体验业态规划”的沙龙,与会者包括来自、绿地商管北京公司、万达商管招商中心、万达集团研究部、金融街购物中心、朝北大悦城购物中心、CGV影院、吉野家、九洲远景、清华工美清尚等企业的40多位代表。与会者结合消费市场的变化和购物中心体验业态的发展趋势对即将实施的《购物中心业态组合规范》予以积极学习和讨论。协会主管购物中心业务的副秘书长武瑞玲撰写《体验业态是购物中心发展的方向——写在〈购物中心业态组合规范〉实施之初》文章登载在2013年6月《连锁》杂志上。

在《2013中国购物中心与连锁品牌合作报告》调研、编写过程中宣传《购物中心业态组合规范》,本报告有约100个国内外媒体发布或转载。

依据《购物中心业态组合规范》修改

2013 年度协会购物中心金百合奖标准。2013 年“CCFA 购物中心金百合奖”项目包括：泉州浦西万达广场、南宁万象城、天津大悦城、上海港汇恒隆广场、北京 SOLANA 蓝色港湾、南京德基广场、成都凯丹广场、北京侨福芳草地购物中心。

2013 年 11 月 15 日第十五届中国连锁业会议——购物中心专题论坛：提升购物中心体验与运营绩效——《购物中心业态组合规范》解读。

在购物中心相关会议、培训上宣传《购物中心业态组合规范》。利用 www.ccfa.org.cn 协会官网、《连锁》杂志宣传。

通过标准的制定和宣贯，首先为国内购物中心从前期开发到后期的招商、管理的业态组合提供参考与指导，为二、三线、四线商业地产用地规划和开发提供可依，为开发商在前期商业设计、商业定位、动线规划、业态布局、货品与商户组合等方面提供指导。其次也为引导地方政府、开发商、购物中心运营商在项目前期做好战略、商业资源的合理配置，以最大程度地适应当地消费者的需

求，以便购物中心开得好，做得长，为当地商业的现代化发展，促进当地消费起到应有的作用。最后对开发商、运营商树立业态组合与商业资源相匹配，合理招商与长期合作相匹配，避免同质化与自身持续经营能力相匹配的理念起到了明显的引导作用，

四、标准化工作展望

中国连锁经营协会将继续在商务部的指导下，逐步建立和健全我国购物中心运营管理标准体系框架。为此，我会将宣贯已发布标准和根据购物中心发展的阶段性热点、难点、重点编制新的标准并举的思路开展购物中心标准化工作，即，一手抓宣传和推进标准使用，一手着力研究行业发展急需的标准，逐步形成较为完善的我国购物中心发展及运营管理的标准体系。

（一）《购物中心等级划分规范》已于 2013 年 12 月上报商务部，该标准的制订和即将实施为我国购物中心企业的标准化评估工作提供统一指导和规范，协会将待商务部公布后，有力推动该标准的宣传和实施，并在组织保障、工作实施细则和流程、培训课程及体系设计等方面做好工作。

（二）将配合完成《零售业态分类》国家标准中购物中心业态内容的修改。

（三）继续开展《购物中心业态组合规范》宣贯和实施情况跟踪工作。坚持结合 2014 年的相关工作有针对性地、深入地进行标准宣传，依据标准完善和提升“CCFA 购物中心金百合奖”的评奖标准体系；在协会一年一度的“中国连锁业大会”期间组织“购物中心论坛”宣贯等。

协会将继续发挥连结购物中心、连锁品牌、专业机构等的资源和专业优势，跟踪发展热点适时研究新的标准，逐步建立起以《购物中心业态组合规范》为先导，以《购物中心等级划分规范》为基础的购物中心标准体系。



服务标准化成为行业健康发展有力保障

——中国旧货业协会寄卖工作委员会

中国旧货业协会寄卖工作委员会成立于 2009 年，是经国务院国有资产监督管理委员会批准成立，由民政部核准并登记注册，受国家商务部、公安部、工商总局、民政部等单位的业务指导并受中国旧货业协会的领导管理，该组织是由各地寄卖企业及相关企事业单位和个人自愿结成的非营利性社会组织。

一、市场亟需规范化，寄卖行业标准呼之欲出

近年来，我国寄卖业作为一种调剂余缺、灵活变现的行业逐渐受到越来越多人的青睐，已成为了现代商贸流通不可或缺的一部分。据统计，目前国内从事寄卖业经营的企业有近千家，部分企业还充分利用现代互联网技术从事线上寄卖服务。

我国寄卖行业发展呈现三个明显特点：一是规模普遍不大。自寄卖行业取消特种行业行政审批手续以来，寄卖行业经营户多以个体工商户注册登记，注册资本从几千元到上万元不等；二是业务方便快捷。在办理寄卖业务时，顾客只需填写一张表格，出示一下身份证即可；三是利润可观。寄卖行经营业务广泛，有形商品和无形商品均可交易，并且按交易标价的 10%—15% 不等收取手续费，有的手续费甚至更高。

因为缺乏市场规范化和标准化，发展中

的寄卖行业目前还存在一些问题，如违法从事典当经营、违规社会融资、非法收购销售赃物、消费者权益难以保障等服务流程不规范，制约了行业进一步发展。

二、集社会各界力量，出台寄卖业行业标准及服务规范

为充分发挥标准化对规范和促进行业发展的重要支撑作用，由中国旧货业协会寄卖工作委员会发起制定的我国寄卖业首个行业标准《寄卖店经营管理技术要求》（SB/T10689-2012）行业标准于 2012 年 6 月 1 日起正式实施。同年发布的《寄卖店服务规范》（SB/T10902-2012）国内贸易标准从经营环境、设施设备和经营管理等三个方面，对店面、店内营业场所、营销设施设备、安保设施设备、消毒监测设施设备基本提出了具体要求，并对商品质量管理、商品陈列、交易服务管理、人员管理等四个方面进行了规定。标准首次



寺库（中国）研究院专家顾问聘任仪式



对寄卖行业的寄卖流程、服务接待、质量责任和售后服务等做了明确规定。

《寄卖店经营管理技术要求》和《寄卖店服务规范》两项标准的制定和实施为我国寄卖行业，特别是国内近千家从事寄卖业经营的企业的标准化工作和管理提供了统一指导，有力地支持和推动了寄卖行业自律和诚信体系建设，为行业有序健康发展提供了有力保障。

三、脚踏实地，落实标准的宣传和贯彻

中国旧货业协会寄卖工作委员会十分重视标准发布后的宣传和贯彻工作，于2012年10月13日在成都召开“2012年全国寄卖行业工作座谈会”。会议主要围绕如何开展寄卖行业标准宣贯工作展开讨论。

为了帮助寄卖企业准确理解和掌握标准内容，更好地贯彻实施标准，2012年7月，寄卖工作委员会在北京举办了为期三周的二手寄卖及养护培训班，邀请行业内专家及专业讲师进行培训讲解，并对标准内容条款进

行释义讲解，获得参加培训的业内从业者一致好评，也为下一步顺利开展评估工作打下了良好基础。

为促进寄卖行业的标准化建设，协会组织国内外寄卖企业进行交流合作。2012年3月初，协会组织国内寄卖企业寺库及二手寄卖从业人员和专家技师一行赴日本进行学习考察，期间参观了日本钟表顶级维修养护公司五十君公司，并签订了长期合作关系。

与此同时，协会还定期组织邀请业内专家和技师对行业企业进行规范性指导和督查。全力支持和推进我国寄卖行业的规范化经营管理。

四、示范企业层出不穷，市场规范化初见成效

《寄卖店经营管理技术要求》和《寄卖店服务规范》两项标准自实施以来，有效促进了从事寄卖行业企业的规范化经营，进一步维护了广大目标消费者的利益。同时，通过标准的宣贯和实施，出现了不少像寺库、润物寄卖等多家服务标准化达标的示范性企业，在业内起到了良好的带头作用。





以北京寺库公司为例，北京寺库寄卖有限公司主要从事闲置资源的寄卖服务，包括寄卖箱包、服装、钟表、首饰、皮革制品等业务，是中国首家奢侈品寄卖交流专业平台。自2008年创立以来，已在北京、上海、成都等地投资开设多个综合寄卖广场，并运营国内最大的线上寄卖服务网站。该公司被中国旧货业协会寄卖工作委员会评定为寄卖行业示范企业。寺库寄卖的消费者亲自到店或者在网上进行寄卖，不仅要持有货品的原始票据或有效证明，还需出示有效证件并签订寄卖协议。寺库的专业鉴定师会对商品进行鉴定并估价，向消费者告知商品本身的质量、价格等情况。在商品验收合格后，寺库公司还要对物品进行必要的消毒、保养等服务以及相关的防护措施，以保证商品的质量和安

全。对于网上寄卖的商品，整个寄卖过程在监控下进行检查验货，如商品符合寄卖标准，寺库公司相关工作人员会及时通过电话、电子邮件等方式，与委托人进行价格协商。

除此之外，行业内还涌现一批像米兰站、润物寄卖等寄卖行业标准实施的规范性企业。

在全国寄卖工作委员会的宣传和号召下，企业从技术要求到服务标准的践行和贯彻实施，有力促进了我国寄卖行业逐步朝着标准化规范化的方向发展。

五、进一步完善标准体系，推进标准执行的深度

为进一步推进寄卖行业标准执行的力度，让更多的行业企业落实标准的学习与实施，协会将在会员企业中持续开展《寄卖店经营管理技术要求》和《寄卖店服务规范》的宣传和培训工作，使标准真正为企业所理解和应用，并逐步引导全行业企业用标准检测自身的技术服务及经营规范，加强企业自律，为消费者营造一个健康、有序、规范的寄卖及消费环境。同时，寄卖工作委员会将根据行业发展不断加强对行业的调研和学习，秉承行业自律和促进寄卖行业发展宗旨，不断完善行业内的相关标准和规范，充分发挥标准化实施企业的模范带头作用，提高寄卖行业的标准意识，促进寄卖行业市场规范发展。

标准树立取向 示范引领未来

——上海市眼镜行业协会

上海市眼镜行业协会成立于2004年，现有会员单位285家（包括连锁加盟店880家）。协会会员涵盖眼镜零售商、生产商和批发代理商等，形成了上海眼镜生产销售一体化的产业链。

一、聚焦社会关注热点，开展技术标准制定工作

（一）行业迅猛发展，呼唤标准规范

近几年来，从事眼镜验光、配镜业务的企业发展迅速，本市已拥有国营、民营、外资、个体眼镜店和眼镜批发市场等各类验配企业2000多家，并且数量还在不断攀升中。上海现有眼镜专业店、专卖店2000多家，眼镜制造业企业40多家。上海眼镜零售业的销售额从八十年代的1亿多元发展到2013年的22亿元，位列全国榜首，是目前中国最大的眼镜品牌中心、时尚发布中心和眼镜销售中心。

但在行业规模迅速发展的同时，一些在技术、设备上都不具备开业资质的群体盲目上马，其低劣技

术和劣质产品给广大配镜人群造成人身伤害和经济损失的事时有发生，同时也冲击和干扰了正规验配企业的经营。针对百姓的呼声和市场的需求，制定首个上海市地方标准《验光配镜技术服务规范》已成为规范上海眼镜市场、改善民生、推动眼镜行业可持续发展的抓手。

（二）集聚各方资源，开展标准制定工作

上海眼镜协会成立以来，协会领导高度重视标准化建设，组建了以零售、生产的龙头企业、医院和大专院校的专家、技术精英为主体的专家组，积极开展行业调研，狠抓行业自律行为，分别制订了《上海市眼镜行业协会行规公约》、《上海眼镜业质量保用期规定》和《上海眼镜行业从业人员行为礼仪规范》等服务规约。2009年，协会向上海市质量技术监督局提出《验光配镜技术服务规范》地方标准立项申请，并正式获得批准后，协会组建了标准起草工作小组，走访大量眼镜企业听取意见和



建议,对地方标准《验光配镜技术服务规范》反复论证、修改和完善,协会还先后组织上海二十多家主要零售企业的专业技术人员进行研讨、听证,最终形成了地方标准的送审稿,从而为上海市地方标准《验光配镜技术服务规范》的顺利出台打下了良好的基础。

（三）出台技术标准，规范行业服务

经过近两年的努力,2010年9月1日,上海市地方标准《验光配镜技术服务规范》正式由上海市质量技术监督局批准发布,于2010年11月1日起正式实施。标准规定了验光、配镜、检测和角膜接触镜的验光配镜的基本要求和人员条件;对验光流程、配镜流程和角膜接触镜验配流程以及检测和校配环节提出了严格的要求;规定了定配眼镜标志和包装要求;针对“售后服务”这一环节,明确了标准适用范围内的企业应做好“售后服务”工作的原则和要求,对戴镜不适、眼镜质量投诉、软性和硬性接触镜配戴不适等顾客投诉的受理流程、“眼镜质量包用期规定”作了具体规定,以解除市民验光配镜的后顾之忧。标准的出台为全市眼镜验光配镜行业经营秩序提供了依据,规范了眼镜验光配镜技术和服务行为,为眼镜企业提供高端验配专业技术和优质服务树立了标杆,是上海眼镜行业标准化建设中一项具有重大意义的举措。

（四）紧扣重要节点，广泛宣传标准

2010年9月6日,在上海眼镜节、国际教师节来临和中小学生开学之际,市质量技术监督局与协会联合召开了上海市地方标准《验光配镜技术服务规范》新闻发布会,宣布该标准正式发布实施。《验光配镜技术服务规范》是首部由行业协会为主牵头制订的眼镜行业地方标准,标准的发布在上海眼镜业乃至全国眼镜业引起了极大的关

注,多个省市眼镜协会以该标准为样板制定了地方标准,SMG新闻频道、解放日报、新民晚报、新浪上海等沪上主流媒体纷纷对此予以了报道。《验光配镜技术服务规范》从上海眼镜行业的实际出发,倡导以人为本的服务理念,提高了定配眼镜的验配质量和管理水平,建立了公平公正的市场竞争机制,为保护市民合法权益,构建上海国际化、专业化眼镜市场提供了强有力的技术支撑保障。

（五）建立服务标准体系，完善服务理念

上海眼镜行业长期以来一直是一个竞争十分激烈的行业,除了原有的国营、民营、个体眼镜店,外资也大举进入上海眼镜市场,还有多家批零兼营、消费者投诉率居首的眼镜市场,呈现出一片群雄逐鹿景象,但繁荣的市场背后却存在着服务质量和服务技能良莠不齐的问题。售前服



务、售后服务和消费者投诉处理的水平和质量已成为对眼镜专业专卖店一项非常重要的评价体系。上海作为全国服务经济的领头羊,为了进一步提高上海眼镜业的经营能力和管理水平,特别是提升窗口服务的竞争力和上海眼镜业整体形象,协会紧锣密鼓开始了第二部地方标准《眼镜专业、专卖店(柜)服务质量规范》的调研、编制工作,并于2012年12月1日正式批准实施。作为第一个地方标准《验光配镜技术服务规范》技术服务标准的配套标准,《眼镜专业、专卖店(柜)服务质量规范》着重点在眼镜专业、专卖店(柜)的服务流程和服务质量,从服务环境、商品质量、安全要求、服务要求和售后服务等方

面来规范眼镜专业、专卖店(柜)的服务行为,为服务窗口提供技术支持,从而更好地保护和服务消费者,推动眼镜行业的规范发展,更好地为消费者提供优质服务。

窗口服务标准的制定进一步发挥了行业协会“服务企业,规范行业,发展产业”的宗旨和作用,使协会向办事公开公正、行为规范、运作有序、专业化程度高的新型行业协会迈进了一大步。

二、建立标准体系,规范市场日见成效

(一)自2010年制定发布的《验光配镜技术服务规范》地方标准实施后,本市眼镜连锁店投诉率与前两年同期相比下降了50%。

(二)协会根据两部地方标准,制定了《眼镜标准化达标评估细则》,在企业自评的基础上,由专家组组成的评估小组再进行实地评估。通过三批评估工作,已有30家眼镜验配企业获颁上海市眼镜验配企业服务标准化达标示范店证书及铭牌,在业内起到了良好的带头模范作用。

(三)上海巴黎三城眼镜有限公司和上海小林眼镜有限公司(宝岛眼镜)荣膺市质监局2012年度市级服务标准化试点企业称号,去年已验收完毕的上海市首批服务标准化示范试点单位上海三联集团则向市质监局申请成为国家级服务标准化试点企业,为提升企业服务质量与综合竞争力打下扎实的基础。

(四)近几年协会的标准化工作不断创新,将标准和公益结合,力求“标准化服务、精细化管理光、规范化配镜”,并通过标准进社区、标准进校园等各类宣传公益活动在消费者中深入人心。

(五)协会的标准化工作得

到了上海市质监局和市有关部门的肯定,协会连续两年被评为上海市标准化工作先进集体和先进个人,上海市地方标准《验光配镜技术服务规范》也获得了2012年上海市标准化优秀技术成果奖二等奖。

三、发挥行业协会优势,积极推进行业标准化建设

今后一段时间,协会将按照“政府推动,市场引导,行业指导,企业为主,国际接轨”的工作方针,积极推动眼镜行业协会开展标准化建设,并重点做好以下几方面工作:

(一)加大地方标准宣贯力度

协会将首先在会员企业中大规模开展上海市地方标准《验光配镜技术服务规范》和《眼镜专业、专卖店(柜)服务质量规范》的宣传和培训工作,将标准认真落实到每家会员企业,力争做到“纵向到边,横向到底”,努力引导上海眼镜行业按照标准要求,在专业技术和服务上狠下功夫,努力为广大消费者营造一个安心、放心和舒适的配镜环境。

(二)进一步开展服务标准化示范试点

根据上海市质量技术监督局《关于推进本市服务标准化示范试点工作的通知》的文件精神,协会将在开展行业内服务标准示范



试点单位评选的基础上,再选取1-2家标准化基础好、积极性高的企业向市质量技术监督局申报成为眼镜验配服务标准化示范试点,以进一步增强眼镜行业服务标准化意识,以实施服务标准带动服务业品牌建设,从而更好地规范本市眼镜市场,提升上海眼镜业的整体服务水平和综合竞争力。

（三）制定联盟标准，完善标准化质量管理体系

2012年12月,国家质监局取消了对眼镜验配企业生产许可证审查制度,审查制度虽然取消了,但是对眼镜行业的监管不可松懈。为了进一步加强眼镜行业标准化建设,以标准化建设规范行业经营行为,更好地体现眼镜行业标准化工作科学性、合理性、先进性的作用,促进眼镜行业可持续的健康发展,协会向上海市质量技术监督局申报编制上海市联盟标准《眼镜验配企业技术质量要求》并获批,现正在积极编制过程中。

联盟标准的制定,将标志着眼镜市场的规范有迹可循、有法可依,进一步提高广大市民对眼镜行业的认知度、信任度、满意度和社会公信力,让眼镜联盟企业成为眼镜行业的楷模,引领眼镜行业健康发展,努力为消费者配制一副“优质、清晰、舒适和美观的眼镜是眼镜行业的目标和追求。

2013年9月18日,协会和市质监局联合召开了《迎2013世界标准日暨眼镜行业技术标准联盟试点启动仪式》,联盟企业代表宣读了《响应书》,十家企业进行了签约仪式并向社会作了公开承诺。

建立健全上海眼镜行业标准化评估体系和实施细则,协会对上海眼镜专业验配企业进行了全面的评估和检查,至今已有30家眼



镜验配企业通过了服务标准化达标评估检查,并以提供专业技术力量积极支持和配合质监部门的监督检查,督促眼镜企业加强行业自律行为,以标准化建设规范经营行为,努力提升眼镜企业整体技能水平和服务水准,更好的为消费者服务。

（四）加强行业自律，进一步规范眼镜行业经营行为

在积极开展上海市眼镜业服务标准化示范试点基础上,延伸服务示范领域,眼镜协会牵头积极开展了上海眼镜行业诚信服务标准化试点的申报和推荐工作。上海三联(集团)有限公司吴良材眼镜公司成为上海市首家眼镜验配诚信服务标准化试点单位,将为提升上海眼镜行业整体层次和对全市眼镜店树立标杆典范作用。

（五）做好标准化信息推广和发布，实现标准化资源共享

充分运用协会信息平台是提升协会标准化工作的管理水平、技术水平和服务水平的重要手段。协会充分利用日均上网浏览量达5000人次的上海市眼镜行业协会官方网站上海市眼镜网、上海眼镜微信和微博平台,切实做好标准化信息推广和发布,实现标准化信息资源共享,加强信息化建设,为全行业企业提供相关标准信息服务。

充分发挥标准优势，引领川菜产业规范 科学发展

——四川旅游学院

四川旅游学院是四川省人民政府主办的全日制普通本科高校。2013年4月18日经教育部批准，由原四川烹饪高等专科学校和原四川省农业管理干部学院合并建立，是全国唯一一所旅游类全日制普通本科高校。我院高度重视标准化工作，牵头制订了四川省《中国川菜烹饪工艺规定》，有力的促进了川菜产业标准化、规范化发展。

一、川菜行业的发展现状迫切需要相关标准的出台

川菜产业是四川重要的支柱产业之一和特色鲜明的旅游资源，对四川经济、社会发展的贡献卓著，受到了国家和省市各级政府的高度重视。从产业自身而言，当前川菜产业总体上仍处于小、散、弱的状态，集中度尚待提高；生产方式多为手工操作、技术随意性强，食品安全保障体系不完善，严重影响了产品的稳定性和产业发展；产业正面临着“四高一低”（食材、房租、劳动力、能源价格高，利润低）等多种复杂问题和挑战。从国家政策而言，党的十八大以来相继出台和深入推行“八项规

定”、“六项禁令”，强调“关注民生、关注大众”、倡导“厉行节约，反对浪费”的新风尚。这些因素都推动着川菜产业的进一步转型升级，标准化、规模化、集约化、国际化成为川菜产业发展的必然趋势。其中，标准化是川



菜产业发展的基础和支撑，必须做到标准先行，建立一个较为齐备、完善的标准体系，才能更好地促进川菜产业的规模化、集约化、国际化发展。

二、聚焦产业热点，发挥高校优势，积极开展川菜标准制定工作



为了规范川菜烹饪加工环节的操作工艺，推动川菜产业的科学、快速发展，2011年初，四川旅游学院以学院所属的四川省重要研究基地——川菜发展研究中心为核心力量，整合各方资源成立研究团队，主动承担了四川省质量技术监督局地方标准《中国川菜烹饪工艺规范》的研究、起草工作。

（一）组建科研课题组，实施川菜烹饪工艺规范相关研究。从2011年初开始，川研中心联合校内外烹饪食品专家、学者、大师、名师等组成课题组，开展了相关工作。课题组成员通过实际烹调实验、基础数据采集、食品科学分析评价等方法，对川菜烹饪工艺的关键环节，尤其是预处理工艺、调味工艺、烹制工艺和装盘工艺等进行了认真、细致和科学的研究，对各个工艺环节的关键点做了相应的规范，撰写出《中国川菜烹饪工艺规范（初稿）》。《中国川菜烹饪工艺规范》针对川菜烹饪工艺中长期存在的概念不清、界定不明等现状，科学地界定表述了川菜烹饪工艺中常见的术语名词，明确规定了川菜烹饪工艺的预处理工艺、调味工艺、烹制工艺、装盘工艺等四个关键环节的定义、分类、要求，并增加了对厨房及设施、设备、工具，厨房工作人员的相应规范。

（二）经过多次修改、评审，成为四川乃至全国的第一个川菜行业标准。经过近一年的修改、评审，该标准于2011年12月由

四川省质量技术监督局批准、发布，自2012年2月起正式实施。《中国川菜烹饪工艺规范》制订完成并颁布实施，成为了第一个川菜产业的地方标准，实现了餐饮业地方标准制订零的突破。正是由于该标准的科学性和可操作性以及川菜对全国餐饮业的重要影响，《中国川菜烹饪工艺》于2012年3月被批准立项为《2012年第一批国内贸易行业标准项目计划》中的一项，经过修改、完善，以《川菜烹饪工艺》命名的行业标准于2013年9月正式颁布、实施。它是川菜产业第一个、也是餐饮业有关烹饪工艺的第一个商务部行业标准。目前，川菜标准化建设正积极稳步推进，为川菜产业更好地实现集约化、国际化奠定了良好基础。

三、多渠道、多层面深入宣贯《中国川菜烹饪工艺规范》

《中国川菜烹饪工艺规范》以及《川菜烹饪工艺》颁布、实施后，川菜发展研究中心紧紧围绕标准对于川菜产业发展的前瞻性、引领性作用，通过多方式、多渠道做好标准在行业的宣传、培训工作，扩大了标准的影响，加快了标准在行业的实施步伐，取得了良好的成效。

（一）通过行业协会、校企合作等平台，



积极实施标准文本的发放、宣传工作和开展相关培训。川菜发展研究中心将标准文本印发到相关行业协会，如各级烹饪协会、餐饮行业协会、酒店饭店业协会等，通过行业协会的平台逐步扩大标准的知晓面与影响力，充分发挥行业协会对企业的宣传推广作用；同时，利用四川旅游学院与餐饮酒店企业的校企合作平台，将标准直接发放到全国上百家川菜及其相关餐饮酒店企业，并派专人开展了相关培训。据相关协会和企业的反馈，《中国川菜烹饪工艺》标准严谨科学、操作性强，行业指导意义重大。

（二）借助网络与多媒体技术，实施标准的全域宣传与推广。按照标准的内容，拍摄了《中国川菜烹饪工艺规范》国际化网络推广片，不仅在国内外正式公开发行，而且通过互联网进行即时传播。该推广片是严格按照《中国川菜烹饪工艺规范》的相关内容拍摄，片中教师对川菜烹饪工艺的关键环节进行了细致的示范性操作，具有极强的操作性、示范性。

（三）将《中国川菜烹饪工艺规范》翻译成多国文字，实施国际化推广。针对川菜在

国外的推广状况，

拟将《中国川菜烹饪

工艺规范》翻译成英文、法文、日文和韩文等国文字，目前已组织翻译专家学者翻译成英文，制作完成《中国川菜烹饪工艺规范》（英文版），并通过对外交流进行国际化推广。

四、《中国川菜烹饪工艺规范》宣传推广取得的主要成绩

（一）有力地推动了促进川菜产业的标准化的、规范化发展。通过推广和实施《中国川菜烹饪工艺》标准，把科学化、规范化、标准化的理念和成果有机贯彻到烹饪制作、餐饮服务、食材采购和食品安全中，对原辅材料的选用、烹饪工艺等环节制订和推广使用统一标准，使川菜烹饪逐步摆脱传统手工操作的模糊性和随意性，规范川菜烹饪加工环节的操作工艺、产品制作流程，稳定、提升菜点品质，也使烹饪工艺、餐饮服务更加规范、科学，保障食品安全，促进了川菜产业全过程实现标准化与规范化发展。

（二）有力地促进了川菜产业的集约化、国际化发展。通过推广和实施《中国川菜烹

饪工艺》标准，为国际化发展奠定坚实基础，极大地加快了四川特色知名餐饮企业的连锁化和国际化发展进程，促使川菜在全国乃至全球餐饮业市场中取得更大市场份额，扩大对外经济贸易，从而提高了四川的国际形象和川菜品牌的全球化水平。

（三）有力地推动了四川相关产业和社会经济的快速发展。通过推广和实施《中国川菜烹饪工艺》标准，依托川菜的标准化，以川菜产业发展为枢纽，不仅为四川省的农产品带来广阔市场，极大地带动农产品种植、畜牧水产养殖、食品加工业发展和农产品向高品质、深加工方向发展，还促进了四川农业产业结构调整 and 农业发展、农民增收，并且扩大了四川独特的美食旅游资源，促进了四川旅游业的发展，从而更好地实现了四川建设西部经济高地的发展战略目标。

五、对标准化工作的思考

标准化工作是一个循序渐进的过程，需要持之以恒，不断深入，我院将本着“深入贯彻、加强试点、完善提升”的原则，积极推动川菜产业的标准化发展：

（一）提升广大从业者对标准的认知，深



入推广川菜工艺标准化操作与实践。由于我国餐饮行业标准化研究的时间尚短，许多川菜企业对川菜标准化的意义和作用认识不足，有的甚至还有一些误解，认为推行烹饪工艺标准化就可能扼杀川菜产品的生命力和独特性，影响企业的正常运营，因此接受和实施标准的积极性不高。今后，要进一步提高标准的知晓度，努力引导川菜产业根据标准要求规范生产、科学发展。

（二）加强标准的推广宣传和贯彻实施力度。目前该标准的推广宣传主要是以四川旅游学院为中心，联合相关行业协会、实习基地来进行，在川菜产业的覆盖面还有待扩大，影响力和实施效果有待加强和提高，因此需要各级政府和相关部门在政策等方面进一步支持。争取能在四川省商务



局、四川省质量技术监督局等相关政府职能部门，四川省烹饪协会、四川省饭店与餐饮娱乐行业协会等相关行业的支持与协助下，选取多家标准化基础较好、积极性较高的川菜企业进行川菜烹饪工艺标准化试点，以实施标准带动川菜产业品牌建设，从而

更好地提升川菜产业的整体水平和综合竞争力。

（三）做好标准的相关信息发布，实现资源共享。以四川旅游学院建设的“川菜国际化网络推广平台”为载体，提升川菜标准化工作的管理水平和技术水平，实现标准化信息资源共享、国际传播，提升川菜在世界范围内的知名度与影响力。

烹饪工艺的标准化是川菜产业科学化、国际化发展的关键环节，任重而道远，相信在相关政府职能部门、高校科研院所、行业协会、企业的共同努力下，川菜烹饪工艺规范等标准将在川菜产业发展乃至整个四川国民经济发展中起到更大的推动作用。

流通标准化应用案例

企业是标准贯彻执行的主力军，“三流企业卖产品，二流企业卖技术，一流企业卖标准”，标准化对企业的影响力不言而喻。标准化是企业管理的基础和支柱，是企业开展管理创新和技术创新的有效依据，是企业提高经济效益的有力保障。重视标准化建设，充分发挥标准化作用，已经成为行业龙头企业的共识。



创建服务标准化体系 树立企业新标杆

——上海三联（集团）有限公司

上海三联（集团）有限公司始建于1956年，隶属于国内商贸零售业龙头的百联集团，是全国唯一一家专业经营钟表、眼镜、照相器材零售批发的国有企业集团。公司旗下拥有五大品牌：亨达利、亨得利、吴良材、茂昌、冠龙，均为闻名遐迩的百年老字号。集团凭借雄厚的实力和规模优势奠定其在专业零售业的龙头地位。

一、建立服务标准化工作管理体系

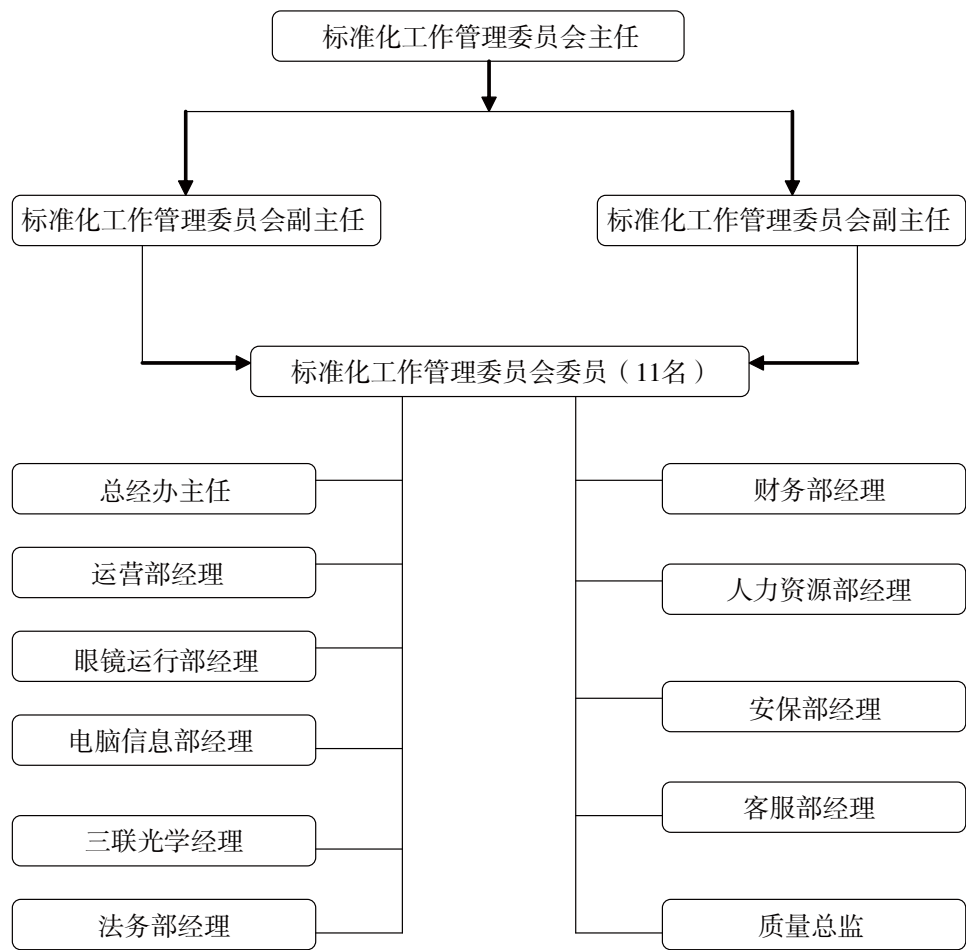
（一）对于服务标准化工作的认识。为了深入贯彻服务标准化工作，三联集团在第一时间内组建了标准化领导小组和工作小组，明确主管服务标准化工作内容。集团总经理室在多次行政会议上对服务标准化工作进行了详细的布置，要求集团各职能部门对标准化工作全面推进，同时要求集团各部门制定出推进表，有步骤、有计划的贯彻落实服务标准化工作。

2013年，市、区质量技术监督局对集团也进行了大量的培训和指导，使企业对服务标准化管理有了一个全新的认识：服务标准化工作是把企业内一般性、普遍性工作变得更为规范，更加合理，在标准化实施后，制度成为服务标准化工作的共同依据，有了统一的目标、方针和任务共同去努力。经过一段时间培训，集团上下已达成了共识，实施



标准化工作，不但能有效的提高企业效率，而且能使服务标准化工作可行有效，对企业发展有着极大的推动作用。同时，根据建立起三联集团标准化工作管理体系如下图：

上海三联（集团）有限公司标准化工作管理体系结构图



二、建立企业服务标准体系

三联集团拥有五大专业品牌，眼镜品牌效益、精湛的配镜技术，优良的服务及先进的管理在上海眼镜行业中有口皆碑，享有盛誉。早在 2005 年，为针对推进全国眼镜行业的配镜加工服务的规范，实施了眼镜生产许可证制度，三联结合生产许可证审核开展了验配眼镜质量管理体系管理标准，企业制定了眼镜质量管理标准手册。但经过多年的运

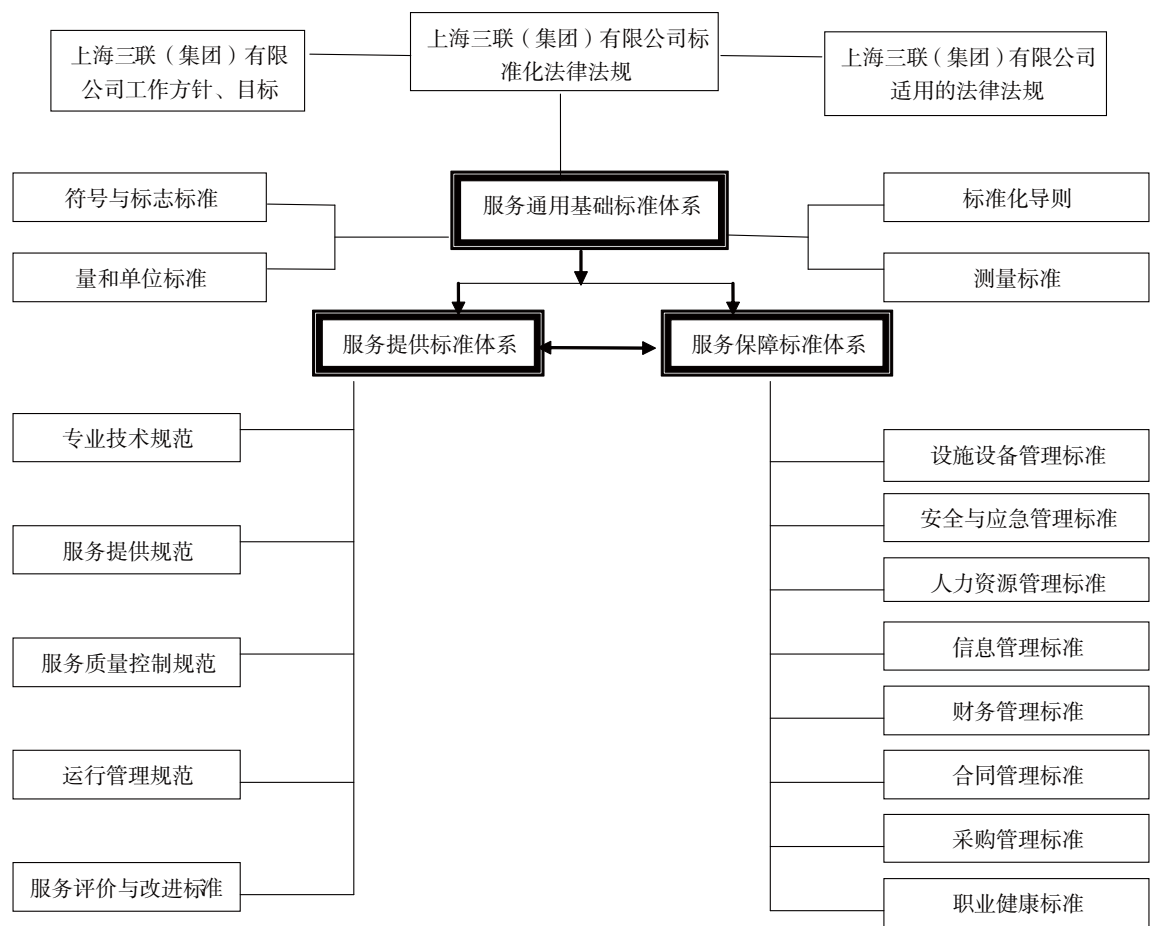


营，随着企业不断的拓展与服务标准化的要求逐步提高，原有制定的眼镜质量管理手册已显滞后，远不能适应企业发展需求。原大量的眼镜验配工作流程依照以往的工作习惯执行，没有上升到标准化管理范畴，一些原有的验配眼镜标准服务也没有配套文件，导致配镜服务标准规范执行的不统一。

2013 年以来，借推行服务标准化试点示范工作之际，集团将原来的工作流程、管理制度、眼镜验配和研磨制作方法等重新进行了梳理与编制，同时，使标准化管理制度工作的执行也有了相应的新标准，在企业管理中建立了一套崭新的服务标准体系。

经过两年多的汇总编写和整理，三联集

上海三联（集团）有限公司服务标准体系结构图



团服务标准体系正式发布，标准体系汇编了 150 个标准，分为服务通用基础标准体系、服务提供标准体系、服务保障标准体系三大类标准。

目前，三联服务标准体系中共采用 150 个标准文件：其中国家法律法规 12 个、国家

标准 30 个，地方标准 2 个，行业标准 1 个，企业自定 QB 标准 105 个。标准文件中有 26 个服务通用基础标准，73 个服务保障标准，39 个服务提供标准，标准覆盖企业工作的全方位。此次服务标准化体系的制定为三联集团新一轮的发展打下了坚实的基础。

三、服务标准化工作的执行

对于服务标准化工作的开展，企业任务目标明确，做到了领导重视，全员参与。各部门管理人员身先士卒，带头学习服务标准化管理内容，并积极参加黄浦区质监局和集团公司举办的培训班。为使集团上下都能熟悉服务标准化工作内容，集团标准化办公室和人力资源部将“服务标准化体系”管理教材分发到各职能部门，使广大员工对企业服务标准化管理模式有较为直观的了解。重点对眼镜验配服务的验光质量、验光设备、验光服务、镜片研磨加工，提供过程管理、岗位职责、服务质量控制、加工质量控制、评价和改进等管理规定进行了服务标准化规定，形成了制度化。

集团公司在 2013 年下半年重新修订并实施了《上海三联集团服务规范手册》(企业标准)，该服务规范手册严格规定了营业员经营服务全过程的操作标准，并依据上海市地方标准《眼镜专业、专卖店服务规范》，结合本公司具体情况，详细制定了接待顾客，介绍



商品，验光问诊，复光，取镜校配，迎宾送客等服务及售后服务标准。

为了确保服务标准化工作的贯彻落实，集团公司实施了自我服务强化管理，服务标准化督导检查团队，每月开展眼镜门店服务标准化建设检查等外部监督，并对集团公司所属六十余家眼镜门店进行以营业员服务接待规范操作、仪容仪表、验光配镜及配镜质量为主要内容的全面大检查。积极配合市区质监局和质量协会工作人员对眼镜验光配镜、镜片加工质量的监管和眼镜质量监管抽查，认真汇总统计服务和质量检查结果，将一些服务标准优良的典型事例，作为企业服务标准化的教育培训案例材料。



四、服务标准化工作带来的实际效果

服务标准化工作的推广和贯彻实施，对三联集团眼镜企业来说无疑是一次重大的变革，使得原本繁琐无序的工作流程变为简化和统一，服务接待标准更为规范，避免营业人员在操作过程中的随意性，配镜质量的工艺流程标准变得更加统一，质量更加稳定，服务标准化工作带来的实际效果很明显，主要体现在以下方面：

在实施服务标准化工作和上海市地方标准《验光配镜技术服务规范》基础上，集团实行眼镜验光数据电脑系统管理、门店操作



的模式。要求所有的眼镜验光数据进入电脑系统，以确保配镜、镜片研磨加工的精准性。验光服务均必须严格依照《验光配镜技术服务规范》规定的流程和三联的眼镜验光流程要求进行操作。

集团公司实施眼镜业服务规范的标准化管理工作后，对眼镜验光的每个服务规范管理项目，无论是在本市中心城区还是郊区门店，眼镜验光操作办法及操作流程方法完全一致，完全做到眼镜验光数据结果一致，以达到消费者配镜实用效果一致，严格按照《眼镜专业、专卖店（柜）服务质量规范》的要求，赢得了广大消费者的赞赏。

下一步，三联将继续积极参与上海市标准化联盟《眼镜验配企业技术质量要求》的编制工作，并以专业的技术水平和优质的服务理念推动《眼镜验配企业技术质量要求》的贯彻和实施，进一步提高上海眼镜市场的整体技术水平和服务质量。认真贯彻实施标准化规范以及纳入企业标准体系的国家、地方、行业和企业标准，进一步提高全员标准化工作意识和工作水平，并对标准的实施进行全面的监督、检查和考核。在 2013 年顺利通过了上海市服务标准化示范试点验收工作后，已经向市质监局申报了国家级服务标准化示范试点项目，希望能在标准化规范企业中再上一个台阶，在上海眼镜行业中起到服务标准化率先示范和标杆作用。

“三标一体化”促进传统商业开展电子商务业务

——安徽商之都股份有限公司

安徽商之都股份有限公司隶属于中国 500 强、国家重点培育的 20 家流通企业安徽省徽商集团，是按现代化企业制度组建的大型商业连锁企业。作为安徽本土最早成立的连锁企业，商之都现已发展成为拥有百货、电器、超市、自有品牌、糖酒批零、电子商务等多业态、多门店综合性商贸企业，以“安徽第一百货品牌”享誉业界。

一、标准实施情况

1998 年，商之都股份有限公司在安徽省内同行业首家通过质量体系认证；2010 年在国内同行业首家通过三标一体化认证，即：将 GB/T19001-2008/ISO9001：2008《质量管理体系要求》、GB/T24001-2004/ISO14001：2004《环境管理体系要求及使用指南》、GB/T28001-2011/OHSAS18001《职业健康安全管理体系要求》等 3 个管理体系标准，结合商之都自身的实际情况，建立“以顾客和相关关注方为焦点”的三标一体化综合管理体系，制定了“以精立业、以诚待人、科学创新、和谐共赢”的管理方针，不断提高商品和服务质量、不断提高企业自身环保意识和环保水平、不断改进职工健康和生产安全的条件，极大地推动了企业社会效益和经济效益的提

升，连续 4 年来销售收入、公司利润均保持两位数增长。

二、标准助力企业发展电子商务

商之都顺应时代潮流，抓住机遇，先后建立了淘宝特色中国·安徽馆、徽之尚商城、红府天猫旗舰店 3 个平台和商城，立体、多维、适时进军电子商务业态。



“特色中国·安徽馆”围绕区域电子商务基础服务，带动特色电子商务产业发展，主推安徽地方特色产品和文化旅游，并通过引导宁国馆、芜湖馆、宣城馆及池州和亳州等频道的上线来加速落地，让安徽省成为淘宝“特色中国”项目省市县馆全



覆盖的唯一省份，争取优势资源，帮助和促进更多安徽网商迅速成长。2013年，安徽馆重点以优质农产品电子商务为抓手，整合各方资源，造声势、促氛围、重培训、挖产品、勤促销，特色化电子商务发展顺利起跑根据阿里研究院最新发布的《阿里农产品电子商务白皮书（2013）》，去年安徽农产品卖家数居全国第10位，农产品销售居全国第8位，增幅分别为24%和273%，两项均居全国各省区首位，取得了可喜的成绩，走出了一条特色化的赶超之路，“安徽现象”引人瞩目。

“徽之尚商城”汇聚商之都旗下连锁百货、超市、电器等业态的适销精品，通过取得多家知名品牌的网络经营总代理和经销权，推出靓妆美妍、茶香花语、零食美味、儿童天地等七大频道，形成立体化自营销售平台。

“徽商红府天猫旗舰店”通过与红府线下门店的资源共享，着力推动安徽特产包括茶叶、干菜、坚果、炒货等绿色农副产品，利用天猫商城品牌和品质优势突出红府品质专家的形象。目前，80%的成交订单均来自于省外消费群体，促进了安徽农特产品向全国的辐射。

这三个平台及商城从一开始创建，商之都就充分结合三标一体化流程、规范和标准，

高起点运作，高标准运行，按PDCA闭环要求加强过程管理和持续改进。主要做法是：首先，由食品专业硕士实地源头进行探访和把关，确保源头产品质量安全，严格遵照产品在第一环节做到质量不合格产品坚决不出基地的原则，确保消费者能够买到质量安全的产品。与此同时，大力推进商家进行淘宝生态农业的认证，包括国家生态农场基地认证和淘宝生态农场基地认证，优先发展具有三品一标资质的产品，主推获得国家主导的优质农产品公共品牌，强制商家签署质量承诺书和外包装绿色无污染承诺书，同时针对当地政府保荐的基地严格划定基地所在具体区域和产品生产明细以及年产量。其次，针对商家流通部分可能出现问题，要求入驻安徽馆的商家和安徽馆打标产品必须提供当地政府部门出具的质量信誉背书，以当地政府为监督单位，确保对产品质量的可溯源以及可监控，通过对流通商家的把控，把基地源头产品和商家流通产品相结合，确保最终流入消费者环节的商品是质量安全的。

三、对标准化工作的思考

商之都都在领跑中不断整合省外电子商务服务资源，广泛加强与行业标杆的合作，于

2014年初当选新成立的安徽省网商协会会长单位。商之都将重点以省网商协会为载体，再接再厉，帮助省内各市县以农产品为试点，建构电子商务生态圈，实现当地特色农产品及优势产业带的电子商务重点突破，不断拓展安徽馆的运营。加快重点城市的电子商务生态圈建构，计划以省网商协会地市分会联动各市电子商务产业园（网商孵化园），作为电子商务发展的基础服务平台，有针对性地帮扶网商、品牌商、服务商和网购平台等各类主体，形成有效联动和促进机制。通过组织网商创业金融服务对接会、网商人才招聘对接会、网购平台招商会、网货对接会、“网商大讲堂”公开课等活动，活跃城市电子商务发展和交流氛围，降低网商运作成本。促成重点县域的电子商务产业带突破，计划发起推动全省大学生村官电子商务实训工程，帮助和指导各县加快特色农产品生态农场的网上认证和建店工作，促进农村年青人就地创业，支撑农产品电子商务发展。持续策划并组织网商抱团促销和推广，通过持续开展



和创新促销和推广活动，不断地扩大安徽特色农产品在全网的知名度和销售额，使电子商务真正成为农业及农产品促转型、调结构的重要手段。

依托标准，提升无障碍服务水平

——北京翠微大厦股份有限公司

翠微股份是以百货零售业务为主的北京市著名商业品牌和大型商业企业，2003 年 1 月改制后已成为以百货业态为主，超市、餐饮等多种业态协同发展的大型现代化商业连锁企业。翠微股份秉承“心诚业精、志在非凡”的企业精神，以提升消费者的生活质量和生活品位，传播现代时尚消费文明，开辟现代生活新境界为使命，建设资源节约型、环境友好型绿色和谐企业。

一、标准化工作的主要做法

（一）根据国家有关标准对翠微店实施无障碍设施改造。公司成立以来，在经营发展的过程中，积极承担窗口行业的社会责任，非常重视无障碍设施的建设工作，自 2004 年起就开始投入大量资金对翠微店逐步进行无障碍设施的改造。由于翠微大

厦建筑原设计并未考虑无障碍方面的内容，因此在对硬件设施进行改造的时候，遇到了不少难题，技术人员和各级管理人员迎难而上，钻研《城市道路和建筑物无障碍设计规范》，到市内外同行业单位实地考察，反复论证、分析各种方案，客服重重困难，分阶段推进改造工作。例如要将电梯轿厢内的按键进行低位改造，就必须改变原控制电路的位置，特别是没有现成的带盲文的按键，只能找厂家定做，仅此一项内容就投入资金 2.4 万元。截止到 2007 年，完成了翠微店的坡道、盲道、专用停车位、专用卫生间、电梯、专用电话、专用收款台、服务台、自动旋转门和引导标识等系统性的无障碍建设和改造。为表彰在无障碍设施改造工作上的突出表现，北京市商务委和北京市残疾人联合会在第二十四届国际盲人节上授予翠微股份翠微店北京市首个



“无障碍示范商场”的荣誉称号。

(二) 建立无障碍设施建设和改造的企业标准,提升无障碍服务水平。由于已有的《城市道路和建筑物无障碍设施设计规范》和《北京市无障碍设施和改造规划导则》均为通用标准,为进一步提升无障碍服务标准化的水平,使无障碍设施改造能更好地在企业内实施,我司深入学习了北京市商务委公布的更符合行业需求《北京市商业无障碍设施建设和改造规划细则》,结合企业自身的情况和特点,制定了本企业的无障碍设施建设和改造标准,特别是在已有的国家标准和北京市地方标准的内容上,增加了低位服务台等的标准。

对已经改造完成的无障碍设施,企业安排人员定期进行保养和检修,保证其正常使用。

在改造硬件设施的同时,翠微股份更加重视软性的服务,各商场利用早例会在全员中开展手语的学习,并在新入职员工的岗前培训中增加了手语的教学和考核内容,使所有导购员都能掌握一定量的手语,能用手语进行简单的沟通,提升了公司整体的无障碍服务水平。

(三) 在各门店推广无障碍设施的标准化改造。随着连锁化的经营发展,翠微股份



按照上述国家、北京市和本企业的标准,继续投资对牡丹园店实施了无障碍设施改造。2008年开业的龙德店、2009年开业的翠微广场购物中心(现为翠微店B座)、2010年开业的清河店和2011年开业的大成路店都在开业前就设计建造了无障碍设施,每家门店都有无障碍的坡道、卫生间、服务台、收款台和引导标识,自有物业的门店还改造了无障碍电梯。

二、无障碍设施改造及服务标准化工作的主要成效

截止到2014年,翠微股份已拥有无障碍坡道12条、无障碍电梯11部、无障碍卫生间23间、无障碍引导标识50处、低位服务台6个、低位收款台19个、无障碍专用车位8个、低位电话2部、低位按键旋转门3个、盲道330米,轮椅8部。企业虽然在无障碍设施的建设和改造方面投入了大量资金,但也取得了良好的社会效益。各项无障碍设施建成以来,大大方便了前来参观、购物的残疾人、老年人、妇女和儿童等弱势群体,为社会各界人士参与社会生活提供了便利,受到了广大消费者的好评。北京市首个“无障碍示范商场”荣誉的获得,更使企业的知名度和美誉度进一步得到了提升。



三、标准化工作展望

无障碍设施改造及服务标准化是系统性、长期性的工作，对照现有的标准，通过自查，公司发现无障碍设施现状仍有不完善的地方，个别门店的无障碍收款台和引导标识的数量不足，个别无障碍电梯的功能不够完备，公司将在进一步完善各门店无障碍设施的同时，制定更加严格和细化的管理制度，加强对已有的无障碍设施的巡视和维保，发现问题立即维修，保证其正常使用。针对导购人员不断更新变化的情况，加强上岗前和日常的手语培训，使公司的无障碍服务水平不断提高。

无障碍设施的建设，是物质文明和精神文明的集中体现，是社会进步的重要标志。随着经济发展和社会进步，无障碍设施建设日益受到社会各界的重视。作为北京市第一家荣获“无障碍示范商场”的企业，翠微股份将进一步贯彻标准化的理念，不断完善商业硬件服务设施，提高为社会各界人士服务的水平，为首都的发展做出更大的贡献。

构建购物中心安全运营管理标准化保障体系

——万达商业管理有限公司

万达集团旗下的万达商业管理有限公司是全球最大的商业管理机构之一，管理着全国近百座已开业万达广场，拥有丰富的商业资源，与国际、国内一流的五千余品牌商建立战略合作关系；形成了具有万达特色的大型商业中心经营管理模式，以“安全、服务、品质”为经营方针，实现商业中心的持续旺场经营。

一、建立万达广场消防安全工作标准

要从根本上确保购物中心的安全运营，就必须建立消防安全工作标准。万达商业管理公司通过建立安全责任制、制定安全管理制度和操作规程，建立预防及监督机制，规范经营及管理行为，使各个环节符合甚至高于国家有关安全生产法律法规和标准规范的要求，形成长效机制。万达广场的消防安全工作标准分为技术标准和管理标准。

（一）技术标准。万达广场的消防安全工作，从技术方面重点关注消防系统检测标准、重要设备运行标准的建设，并在所有万达广场经营餐饮商户加装厨房自动灭火装置，对所有装修的商户的装饰装修材料进行技术管控。

根据《中华人民共和国消防法》有关规定：“对建筑消防设施每年至少进行一次全面

检测”。万达商业管理公司每年都聘请具有专业资质的第三方检测公司，对万达广场的消防设施进行全面的检测，并出具消防设施年度检测报告。同时，万达商业管理公司还每月对万达广场的所有消防设施设备进行抽测，抽测比例不少于总体数量的10%，确保全年覆盖一遍，以此形成设备检测的双保险机制。



2013年5月3日，合肥包河万达广场工程技术人员进行消防联动测试

餐饮商户是万达广场消防安全的重点。万达广场结合餐饮商户的经营特点，要求所有餐饮商户按照统一的技术要求和标准，加装厨房自动灭火装置。针对灶台油锅、油烟道起火，此套装置可以在5秒钟内将火扑灭，灭火后的现场只需用水冲洗即可恢复营业。此系统安



2014年3月7日，武汉中央文化区万达商管公司组织餐饮商户消防安全培训

装后，有效控制了厨房内常见的油锅起火蔓延等问题。

此外，装饰装修材料是否达到安全标准，也是购物中心存在安全隐患的重要因素。万达商业管理公司在装修材料的管控上，严格遵循国家有关建筑设计及装饰装修技术规范，建立消防安全材料清单与使用标准，进行分级管控，从根源上杜绝安全风险。

（二）管理标准。万达商业管理公司不仅严格执行安全技术标准，更制定了详细的管理标准作为日常安全管理工作准则和要求。万达广场安全管理标准主要包括：安全组织机构及职责、安全目标及计划管理、安全教育及培训管理、安全作业管理与规程、安全隐患清查与整改、重大危险源监控、安全事故调查与处理、安全绩效考核等。

以万达广场餐饮商户消防安全的管理标准为例，对餐饮厨房排油烟管道的清洗有严格要求，如餐饮商户厨房内灶台上方的挡火板、灶台须每日进行擦拭清洗；灶台上方排油烟管道（半臂长）须每周进行清刮处理，未按照要求进行清洗或清洗未达到要求的，必须强制要求商户完成整改等。此外，为确保每日营业结束后的安全，万达广场对于闭店检查做出了详尽的规定。要求每日闭店时，物管部、工程部、营运部相关人员采用规定

的《闭店检查表》对广场内的餐饮商户进行检查，检查表由商户和商业管理公司签字确认后，方可正式闭店。

二、建立万达广场消防安全标准化工作实施管理机制

购物中心的复杂性、高风险性决定了消防安全工作必须建立相匹配的管理机制，以实现长效管理、安全运营的目标。

（一）建立消防安全组织。万达商业管理公司严格按照国家法律法规要求，建立起了完善的消防安全组织体系。由万达商业管理公司为消防、防安全工作计划。制定万达广场全年消防安全工作的实施方案，包括人员巡查、设备设施维修保养、年度测试、培训演练等，确保消防安全工作落到实处。

（三）建立消防安全检查整改机制。万达商业管理公司成立了专职的安全监督部门，由其督促并推动各业务部门开展消防安全检查与整改工作。

（四）建立消防应急处置机制。万达商业管理公司制定完善的突发事件应急预案，针对可能出现的突发事件进行定期培训并演练，确保全员在遇到突发事件时都能按照既定预案从容应对，有效处置。

（五）组织消防培训与实战演练。万达

商业管理公司紧密结合消防安全“四个能力”（检查消除火灾隐患的能力，组织扑救初起火灾的能力，组织人员疏散逃生的能力，开展消防宣传教育培训的能力）建设的内容，每年都开展一系列消防安全培训。培训对象不仅有管理公司员工，还包括商户员工、分包方员工以及进场施工方人员。2009年开始，万达联合消防管理部门在北京、上海、成都建立三大消防培训基地，每年组织各地商管公司高层管理人员和一线操作人员到基地接受专业培训。同时，万达商业管理公司总部安全监督部每年组织各地商管公司分批次接受为期不短于2周的专业培训。

由于购物中心人员密集，出现火情疏散难度较大。为此，万达商管公司要求每个万达广场按月、按季度定期开展大型消防应急演练，让每个管理人员、营业人员乃至顾客都能清楚知道在发生突发情况时，应采取何种正确的自救方式，通过就近的消防通道安全逃生。万达商业管理公司还利用一切可能的机会，对进入万达广场的所有人员进行消防安全宣引，如：利用广场大屏幕、室内步行街内的液晶显示屏播放消防宣传视频；消防管理人员不定期在广场内对顾客进行消防



2008年5月9日，西安碑林万达广场开展大型消防演练

2014年3月19日，成都锦华路万达广场开展高空缓降逃生演练



基础知识的宣讲，展示或演示基本灭火器材，指导顾客亲自操作灭火器材，分发消防宣传彩页等；联合当地消防部门、安监部门进行各种宣教活动。

三、消防安全标准化主要成效

万达商业管理公司全面加强安全风险管控，仅2013年，对所有万达广场组织数百次现场安全检查，安全隐患整改率近百分之百；组织各类消防安全培训六千余场次，覆盖员工及商户超三十万人次，组织各类应急疏散演练三百多场次，参与人员达十几万人次。2013年万达广场未发生较大以上安全事故，圆满完成了年度安全管理目标。

2013年，万达商业管理公司安全管理工作得到了地方政府的高度肯定，获得省、市级各类安全奖项54项，其中：唐山路南商管公司获得“河北省消防工作先进单位”；郑州中原商管公司获得“河南省消防宣传科普先进单位”；青岛台东商管公司获得“青岛市安全生产标准化示范企业”；济南魏家庄商管公司获得“济南市安全文化建设示范企业”等等。

南京建邺万达广场的消防安全工作更是



2014年4月17日，国务院第九巡视组领导视察南京建邺万达广场，对建邺万达消防安全工作给予高度评价

得到了国务院第九巡视组的高度肯定。2014年4月17日，中华人民共和国文化部副部长杨志令带队，国务院第九巡视组现场对南京建邺万达广场消防安全工作进行了巡检，包括现场检查消防档案、巡查消防重点部位、对员工消防知识进行抽查及现场灭火疏散演练，南京建邺万达广场表现出极高的规范性和专业性。巡视组对南京建邺万达广场消防安全工作给予了高度评价，文化部副部长杨志令同志说：“有你们万达广场这样的消防安全管理水平，我们就放心了，全体市民也可以放心的在你们这里消费了！”

2014年5月30日，国家安全生产监督管理总局雷司长携中央电视台记者对成都锦华路万达广场进行暗访，雷司长对现场工作人员进行了消防、安全知识的提问，对电梯运行及演练记录等进行查阅，并视察了广场重要的消防疏散通道。在对重点区域进行检查时，锦华路商管公司工作人员按制度对来访人员身份进行确认，了解其为国家安全生产领导。检查结束后，雷司长对成都锦华路万达广场



2014年5月30日，国家安全生产监督管理总局领导视察成都锦华路万达广场

的消防、安全防护情况给予了充分肯定和高度评价。

大力推行标准化管理 全力打造优质服务品牌

——山东省聊城市百货大楼有限责任公司

聊城市百货大楼有限责任公司开业于 1977 年，是山东省重点商业零售企业之一，山东省商业名牌和中国商业名牌企业。37 年来，公司始终坚持“诚实守信，以德为本”的经营理念 and “一切为了顾客满意”的服务理念，坚持以市场为导向，以消费者满意为目标，以服务质量标准化、规范化为追求，成功实现跨越式发展。

一、确立服务标准化管理理念

标准化管理是“精细化”到“精益化”的有力延伸，更是各项工作一个拔高的过程。因此，聊城市百货大楼将《服务管理体系规范及实施指南》作为指导规范，积极开展服务规范化工作。从初步的“认识”，到中端的“实现”，再到终极的“超越”，员工实现了由对标准化精益管理的认识，转变为工作实践和自觉行动，最终将其作为价值取向的转变。

为确保实现“岗岗有标准规范、人人按标准履职”，我企业不断创新、完善管理体制，根据企业管理工作的实际，先后导入了绩效管理、全面预算管理等现代化管理手段，并不断修订完善各项规章制度，实现了企业内部形成了横到边、纵到底的规范化管理体系。

2007 年 7 月份，企业引入了 ISO9001 国际质量管理体系，并先后编写了《质量手册》和《部门工作手册》，确立了“顾客至上、质

量第一、诚信为本、持续改进”的质量方针和“顾客满意度 90% 以上，顾客重大投诉为零，重大安全事故为零”的质量目标。同时，我企业积极响应聊城市委、市政府的号召，以争创“市长质量奖”为契机，企业于 2011 年正式导入卓越绩效评价管理模式，并推行了全面质量管理，开展了 QC 小组活动，全面实施“质量兴企”战略。国际质量体系的引入促使企业的各项工作步入了规范化、程序化、标准化的轨道。



公司规章制度汇编手册和质量管理体系认证证书

二、全面建立服务标准体系，提升管理水平

实施服务标准化工作以来，企业始终坚持“诚实守信、以德为本”的经营理念 and “一切为了顾客满意”的服务理念，不断推进品牌建设。

（一）建立健全了服务管理机构。企业总公司成立了质量管理处，分公司设立了质管部，同时还在各商场设立了服务经理、主任，具体负责本商场的服务工作，从而在公司内部形成了较为完善的三级服务管理网络。

（二）进一步完善了《营业员服务规范》等多项管理制度。对营业员的工作、行为、语言规范以及售前、售中、售后服务等环节均作出了明确的规定。同时制定了《营业员服务规范实施细则》等相关规章制度，使服务管理工作更加具体化、制度化和标准化。

（三）认真落实服务规范，积极营造亲情如家的服务氛围。通过开展“质量服务月”活动和商品质量有奖监督活动，为同行业树立了诚信典范，同时也树立了良好的企业形象。通过评比星级营业员并发挥星级营业员的模范带头作用，有效激发了营业人员“比、学、赶、帮、超”的工作热情；不断完善顾客投诉主动预防机制，严格规范顾客投诉处理流程，使顾客投诉处理质量得到很大改善。通过不断拓展服务内融，开展微笑服务、亲情服务、知识服务、品牌服务等特色服务，赢得了广大消费者的认可。

三、宣贯实施商贸流通企业服务标准

（一）开展标准化知识培训学习。对全员进行培训，增强每一个员工的标准化意识和规则意识，使每一个员工了解什么是标准，什么是标准化；懂得干什么，怎样干，干到什么程度。为了提高全员的标准化素质，企



公司组织营业员考试

业内部开展了互帮互学、边干边学，使员工全面、系统地理解和掌握《服务管理体系规范及实施指南》系列国家标准。大家更新了知识，吃透了标准，掌握了方法，使标准得到了切实有效的贯彻实施。

（二）对标准的执行情况进行检查评估。结合商业行业特点，每年开展两次顾客满意度调查和员工满意度调查，了解顾客需求及员工要求，持续改进。同时将标准化与质量管理体系相结合，日常加大监督检查考核力度，遵循P（计划）D（实施）C（检查）A（改进）管理模式，发现问题及时制定措施，进行整改，从而确保了标准体系的良好运行。

（三）着力提高标准的适用性和有效性。标准化工作不是简单地对企业组织运行的活动和过程制定具体的行为标准，而是要与企业现行的规章制度相结合，并做到持续改进、不断完善，与时俱进，只有这样，制定的标准才是生动的、适用的，才能切实体现标准化的价值。为此，企业在原有规章制度的基础上，对员工成功销售案例、服务案例进行



公司召开服务标准化培训会议

汇总分析，提炼工作方式方法，充实到各项标准中去，同时通过企业网站建立服务之窗专栏，对员工的服务标准化故事进行分享，多项措施并举实质性的推动了标准化工作不断向前迈进。

（四）把标准化工作与社会责任、诚信建设相结合。为更好的全面开展服务标准化工作，把标准化管理纳入企业社会责任管理，我企业建立了社会责任报告制度，并先后开展了“希望工程”、“扶贫助残”、“抗震救灾”和“慈心一日捐”活动，近年来，累计捐款捐物合计 500 余万元，并向“聊城市青年创业基金”捐款 20 万元支持青年创业。

四、标准实施取得的主要成效

企业始终认为，建立标准体系，犹如把一些散落的珍珠用一条金线按照次序穿成一条项链，组成了一个有机的整体，大大地提高了标准的使用价值，做到万事有标准依据，人人有行为准则。通过实施服务标准化管理，全面提升了企业的质量管理、经营、服务管理水平，取得了社会效益和经营效益的双丰收。

（一）企业建立了一套规范管理体系。企业结合自身实际工作，全面梳理制度规章，

废除过时的，补充需要的，合并同类的，从安全、服务、营销、人力资源等各方面入手，以服务质量标准、服务管理标准和工作标准为支撑，制订出台涵盖企业每项工作的工作标准共计七大类 103 项，并将工作流程、公司制度汇编印制成册，成为全员开展工作的依据和准则。

实现了各项工作有章可循、有据可查，形成了科学合理、优化规范的制度体系，促进了整体工作的有效提升。

（二）企业的核心价值观得到了彰显。面对激烈的市场竞争，坚持不懈地推进企业文化建设，在长期的经营管理实践中，确立了以“诚信、服务、责任、奉献”为核心价值观的企业文化体系。同时，通过运用标准化工作流程，大力开展“管家式”服务，致力于为消费者提供周到、细致、尊贵的全心服务，将每一个细节做好、做实，为顾客营造安心、放心的购物环境。

（三）探索出一条适合企业发展的服务管理模式。企业市场竞争力的强弱，在很大程度上取决于服务的质量。为此，企业积极以标准为指导方向，全面开展管理服务标准化建设，总结出了“服务思想标准化、服务制度标准化、服务流程标准化、服务文本标准化、服务环境标准化”为支撑的五化管理模式，对于企业的发展具有重要的指导作用。

（四）实现了经济效益、人才效益与社会效益的“三赢”。2013 年公司实现了商品销售额同比增长 3.4%，利润同比增长 44%，全年上交税金 6375 万元，同比增长 31%，并

作为唯一一家商贸流通企业进入 2013 年度全市地方财政贡献税收前 50 强，被聊城市委、市政府授予“2013 年度全市二次创业贡献铜奖”，同时获得了国家、省、市级荣誉称号 8 项，树立了良好的企业社会形象。与此同时，公司大力开展顾客满意度调查，了解顾客需求，征求意见，及时改进，满意度由标准体系建设前的 90.2% 提高到了如今的 93.4%。另外，企业不断致力于提升员工福利与待遇，尤其是 2013 年，员工平均工资为 2171 元，较 2012 年增幅为 11%。同时严格执行《劳动法》，劳动合同签订率 100%，社会保险缴纳率 100%，保证职工的休息休假权益，率先在聊城市企业中实行带薪年假制度，并先后提供就业岗位近 6000 个，为缓解地方就业压力、促进社会稳定做出了积极的贡献。

提高企业员工的标准化规则意识是一个漫长的宣传普及标准化知识的过程。因此，聊城市百货大楼将继续创造性地开展服务标准化工作，用标准化促管理，向标准化要效益，为规范经济秩序，促进经济建设和社会发展做出贡献。

铸就商贸流通全过程标准化

——山东新星集团有限公司

山东新星集团成立于1990年9月17日，是一家集连锁经营、物流配送、生产加工、外经外贸、专业市场、餐饮服务为一体的商贸流通企业集团，现已发展成为山东省重点企业集团。

一、推行服务标准化工作开展情况

新星集团非常重视服务的规范化、标准化工作，于2009年3月承担山东省服务业标准化试点项目，建立了覆盖集团全部经营服务项目的标准化管理体系，并于2010年12月通过省质监局、省发改委验收。2013年集团又承担了国家标准委委托的国家级商贸流通全过程服务业标准化试点（项目编号：2013-bzh-077）。目前，集团集分销物流、商品零售、金融服务、餐饮娱乐、房地产开发和电子商务为一体，拥有33家直属子公司，2600余处销售网点，员工7000余人，资产10亿元，销售网点遍布全省并辐射全国。

自承担国家级商贸流通全过程服务业标准化试点工作以来，在国家、省、市、区各级领导指导和帮

助下，集团在省级服务标准化工作的基础上，按照自上而下、全员发动，自上而下、积极参与的原则，稳步推进服务业标准化体系的完善、落实工作，确保了服务标准化工作顺利开展。

（一）健全机构，形成良性工作机制。1. 集团设有以集团党委书记、董事局主席为主任，集团总经理、各片董事长为成员的标准化委员会，并设立标准化委员会办公室，具体负责组织、协调、实施标准化工作。其次，



建立了集团、片区、部门构成的三级标准化管理网络。将标准化工作层层分解，做到一级抓一级，层层抓落实。组织职工认真学习《消费者权益保护法》、《中华人民共和国产品质量法》、《三包规定》等法律法规，从思想上提高认识，增强了守法经营的自

觉性。同时加强对员工和新上岗学员的法律知识和专业知识培训和考核，增强了员工的整体素质和专业知识，为服务标准化工作的推广奠定了基础。

2. 建章立制，完善管理。结合新星实际建立并完善了《商品质量先行负责制》、《消费者投诉的规定》、《进货管理条例》、《干部职工奖罚条例》等一系列行之有效的制度，按制度管人、依规章办事，进一步规范企业行为和员工行为。

3. 监督检查、严格执法。为确保商品质量工作落实到位，集团定期对各下属单位的工作，如商品标识、质量、保质期、规格等进行检查，对查出的问题限期整改。各经营单位还设立了服务台、投诉箱、投诉电话，广泛吸纳消费者的建议，切实维护消费者的合法权益。

4. 文明经营，优质服务。多年来，集团秉承“两个上帝”的经营管理理念，努力做



好各方面的服务工作。一方面，我司把生产厂家作为上帝，制订了货款结算制度，在规定的期限内，厂家可随时结算，任何人、任何部门不得阻碍，一路绿灯，进一步提升了企业的亲和力，拉近了企业与厂商之间的距离，使企业赢得了信誉。另一方面，集团时刻把顾客作为上帝。在经营工作中，实现了售前、售中、售后一条龙服务，同时开展了“服务文明年”活动，每季度评选出明星服务员进行表彰奖励，极大提高了全员的服务水平。集团还制定了《山东新星集团商品退换、维修规定》和无假货服务承诺，圆满解决顾客投诉，顾客满意率达到98%以上，并得到了社会各界的认可。

（二）完善制度，强化措施，规范商品质量管理。为维护消费者的根本权益，我司按照有关要求，从完善制度入手，强化措施，制定了多项旨在维护消费者权益的商品质量监督管理制度。先后制定了《商品质量查验制度》、《特殊商品进货报告制度》、《不合格商品退市制度》和《商品质量承诺制度》，在抓商品质量方面绝不含糊。形成了事前预警、事中控制、事后评价的质量保障体系，采取统一采购、货进源头、层层把关的措施，把假冒伪劣商品堵在门外。对在经营过程中发现的个别有问题商品，我司也作出了明确规定，即强制退出、协议退出、限期追回和无



害化处理，并实行《商品黑名单制度》，绝不作有损消费者利益的事。

（三）加大投入，健全机构，把各项制度措施落到实处。建立商品电子档案。对已经具备“三证”、“三书”、“一票”的商品，建立购销台帐，立档备查。对原来证书不全的商品，及时索证，立档备查。对个别不能提供相关证书、达不到商品准入工程条件的厂家，责令退出，绝不顾情顾面。截止目前，淘汰不能提供完整资料的供应商 13 家，商品建档率达 100%。通过建立健全各项制度和检查措施，不但编织了一张结实的“安全消费网”，保护了消费者的切身利益，而且极大推动了集团的各项工作，实现了企业的“三个提高”。一是提高了管理水平，促进了企业的规范化运作。二是提高了商品质量，加强了企业的“内在修养”。三是提高了社会美誉度，促进了企业经济效益的增长。

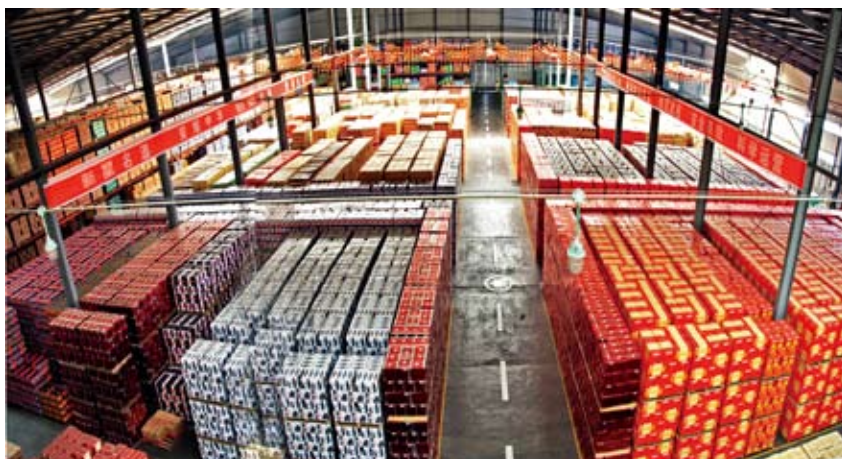
二、推行服务标准化工作的主要成效

（一）建设大物流，打牢规模化运营基础。作为网络发展的助推器——物流中心建设成为推动网络建设的基础和动力。为此，集团分 3 期投资建成了总面积 10 万平方米的生活资料物流配送中心，中心采用立体货架、电动叉车、拖车等现代化储运设备，对商品

实行统一购进、统一配送，现在配送直径达 1000 公里以上。中心以其庞大营销采购能力，每年开发名酒、食品等各类新品 600 种以上，与 3000 多家工商客户保持着良好的业务关系，在专业营销队伍的运作下，中心实现了配送区域的全省覆盖并辐射全国，年配送额达 38 亿元。茅台、五粮液、剑南春、水井坊、郎酒、西凤等各大名酒品牌，娃哈哈、飞鹤、金丝猴等食品品牌及强生、欧莱雅等洗化品牌都在中心安家落户，很多品牌都成为新星物流在鲁中地区、全省乃至全国的总经销产品，物流中心成为当地规模最大的“酒水库”、“食品库”、“洗化库”，茅台及系列酒连续八年蝉联全国综合销量第一名，并荣获“中国酒类流通诚信企业”等一系列营销桂冠。除此之外，集团还拥有总面积 3 万平方米的新星家电物流配送中心，年配送额达 12 亿元，基本实现了新星家电全省覆盖。

（二）建设大网络，实现市场占有的最大化。集团大力发展跨区域、跨行业、多业态的连锁经营，已初步形成了超市、酒水、食糖、家电、摩托车等五大连锁项目。从集团实施“超市下乡”战略，到 2005 年成为商务部“万村千乡”市场工程优秀试点企业，新星超市在数量上实现了从零到 476 家的飞跃，在管理运营上，实现了统一形象、统一价格、统一标识等“六个统一”，得到了广大消费者尤

其是农民朋友的普遍认可。在发展超市过程中，集团特别注重文化的渗透及服务的延伸，通过实施“文化下乡”，在超市举办文艺演出、电影欣赏、交谊舞会等文化活动；积极实施“信息下乡”，利用宣传栏、店内广播，传达上级富农政策，公布农产品的供求





信息，为农业生产提供技术咨询等，受到了广大农民朋友的欢迎。形成了当地新农村建设的亮丽风景线。新星酒水则是集团当前主要的连锁经营项目，目前拥有济南、烟台、潍坊、济宁、东营、德州等市外直营连锁机构 23 处，并在内蒙、陕西、四川等地设立了办事处，年销售额近 12 亿元；近年以来，集团又先后在淄博、济南、德州等地新开名酒城连锁店 22 家，使得集团连锁网络触角进一步扩大延伸。除了集团的直营网点，集团的分销网点达 2600 多个，遍布全省并辐射全国。通过建设大网络，安排就业岗位 3000 多个，为和谐社会建设做出了积极贡献。

（三）建设大项目，不断延伸企业发展链条。投资 1.6 亿元建设了营业面积 3.2 万平方米的综合性大卖场——新星商厦，成为当地商贸零售中心，满足了消费者一站式购物的需求，打造了新星的服务品牌。并于 09 年投资 2000 万元建成了集比亚迪 4S 店及本田、中华等诸多品牌销售、维修为一体的汽贸公司，现年销售车辆达 2000 余台。同时，投资 3600 万元建成了集餐饮、住宿、会议、休闲为一体的国家三星级饭店——新星迎宾楼与新亚会所。扎实推进惠民政策的实施。在获得商务部“万村千乡市场工程”、“农超对接”

试点企业，在政策实施中走在了全省乃至全国前列。同时，集团大力实施农产品冷链物流项目建设，建设了 10000 立方米的冷库，改造了近 400 家终端销售网点，购置了农产品配送车辆，促进了“农超对接”，为服务城乡大众，促进农村消费做出了积极的贡献。此外，集团大力实施结构转调，先后投资 3.1 亿元注册成

立了小额贷款公司、典当公司、融资担保公司，形成了“三位一体”的经营格局，为广大农户和中小企业发展提供了一个快捷的融资平台；投资 1.36 亿元建设了全省供销系统第一家网上购物商城，竭诚为顾客提供更加便利、便宜、快捷的服务，努力把方便、实惠带给千家万户。

三、未来标准化工作重点

虽然集团度服务标准化工作取得了一定的成效，但是距离国家级服务标准化试点单位的要求还有一定的距离。结合实际工作情况，我集团将大力推进标准化建设：一是进一步优化标准体系。继续深入调研消费者对服务的需求，进一步优化服务流程、创新服务模式，实现各项服务工作的标准化、精细化，提升商贸流通服务全过程的服务质量和服务水平。二是积极推进只能信息化和标准化的结合。集团将 OA 办公系统、用友人事系统、辉腾软件进行升级并与标准化充分结合，形成统一的商贸流通全过程服务标准化、信息化管理系统。三是进一步加大行业交流，推广集团在商贸流通全过程服务标准化工作的做法，提高商贸流通业对服务标准化工作的认识和水平。

物流标准化管理助推企业实现新跨越

——青岛福兴祥物流有限公司

青岛福兴祥物流有限公司隶属于利群集团，成立于2002年，是一家跨地区、全品类、专业化的品牌代理运营和商业物流仓储配送企业。连续多年成为国内同行业唯一被国家相关部委评定为“中国物流百强企业”的商业物流企业，“国家AAAA级物流”，现已发展成为山东省乃至国内规模最大、具有较大影响力的品牌代理运营商和商业物流提供商。

在全国商贸系统中，福兴祥物流是仓储面积规模最大，现代化、自动化程度最高的商业物流配送体系之一。为确保物流中心作业的标准化，福兴祥物流中心作业严格按照国家标准《物流中心通用作业规范》（CB/T22126-2008）进行严格规范作业，从制度、流程、实施环境进行管理，关注收货、仓储、发货、配送每一个环节，保障物流中心高效和有效的运行，并在实施中不断的改进、创新、实施、优化标准，有效地解决标准化落地的问题。

一、全程标准化管理提高企业工作效率

福兴祥开展物流标准化工作，不是简单的以标准为标准，而是结合企业现有的管理



制度和体系有机结合，并做到继承与发展，不断的完善，与时俱进，保障了企业发展活力和动力，取得了良好的经济效益和社会效益。物流中心作业规范化是仓储标准化工作的主要内容之一，更是提高仓储效率的必要条件，福兴祥对于收货、仓储、拣选作业、

发货作业、装配作业等一系列操作环节，均制定了严格的标准。通过对以上环节的标准化管理，残次库存、收货差异率、未上架笔数、出库差错率、未出库率、效期管理等方面实现质的飞跃，管理效率提升，差异大幅降低，盘点差异控制在 0.003% 以内，配送差异率从 0.1% 降到 0.05% 之内，仓库管理得到质的飞跃，效能得到不断提升，运营成本大幅降低。

二、开展标准化知识的普及教育和建立培训制度

为提高全体员工对标准化的理解和认识高度，执行力度，让物流标准化知识标准深入人心，内化为自觉行动，福兴祥培训中心加强了对工作人员和仓储管理员的全员标准化的知识培训。公司建立了《福兴祥物流标准化推进培训制度》，每月全员进行一次集中封闭培训，轮流集训，学时 1 天，集中学习标准化，结合理论与实际，发现和解决问题；每天利用晨会 15 分钟时间，以班组为单位，学习温习物流标准化制度，让标准化落实到实际工作中。此外，还通过公司《福兴祥网络智能办公系统 (OA 系统)》和《福兴祥宣传栏》对物流标准化及相关制度规章进行宣传普及，让广大员工时刻能够下载学习标准化最新信息和制度。

三、对标准化执行情况进行检查测评和建立创新制度

福兴祥结合物流行业的服务特性，针对对供应商开展《福兴祥收货效率满意度》调查和针对终端客户开展《福兴祥送货满意度》调查，对物流中心的收货、发货、送货全过程进行跟踪、测评。同时，将标准化与 AAAA 物流企业评定标准相融合，加大自身检查与改进力度，发现公司运营存在的问题，



并及时的纠正、改进和处理，优化流程标准化，不断完善提升工作效率，达到标准化要求效果。

公司高层领导高度重视物流标准化建设，福兴祥物流通过严格贯彻落实标准，并经几年不断执行、改进、再执行、再改造，大大加强了业务流程的规范化管理。为加强落实，公司设计了《福兴祥物流标准化实施创新改善奖励制度》，设立创新改善评定小组，制定具体管理办法，对标准化提出合理化建议和改善方案的员工给予物质和精神奖励，从而鼓励员工在物流标准化管理和技术创新方面有所突破，促进企业的发展，保证企业的活力。

四、把标准化工作与企业的社会责任相结合

福兴祥公司通过战略策划制定，积极筹备，完善治理结构和防范机制，以物流标准化管理体系和 AAAA 级物流企业作为企业社会责任管理体系的有力支撑。作为福兴祥贯

彻落实客户责任和行业责任的重要组成部分，通过物流标准化的贯彻实施，不断创新完善，福兴祥探索出了一条适合行业发展的之路。2007年，福兴祥被中国商业联合会评为“全国商业质量效益型先进企业”；2009年，福兴祥被中国物流与采购联合会评为“AAAA级物流企业”；2009年，被国家标准化管理委员会评为“中国物品编码工作二十年优秀系统成员奖”，2009年，被中国企业评价协会评为“中国企业自主创新 TOP100”，2013年，被中国物流与采购联合会评为“2012年中国物流企业五十强”。近三年来企业获得员工、客户、供应商、行业协会、工商、税务等社会各方面的广泛好评，银行给予福兴祥授信额度5亿多元，为A级纳税人。公司热心支持公益事业，全力打造国家、企业、职工“三赢”的局面，多年来为国家和社会作出了应有的贡献，表现出强烈的社会责任感。

五、标准化实施成果

福兴祥经过有效的标准化建设，企业规范性和营运能力都得到了不断增强。现今，福兴祥已拥有强大的代理运营品牌矩阵、合作知名品牌500多个，涵盖了食品、日化、化妆、百货、针织、服装等众多商品领域，合作运营品牌达2000多个。其物流配送服务范围包括百货店、大型购物中心、大卖场、中型超市和便利店，涉及利群集团所属40多家商超、家乐福、沃尔玛、佳世客、百盛、麦凯乐、便利店、酒店、药房、婴儿店等等外销客户。拥有4座大型物流中心，分别位于青岛市市北区、青岛胶州市、青岛市李沧区、山东文登市，总仓储面积约二十多万平方米。其中，2010年底生鲜冷链物流配送中心投入使用，运营面积达3.8万平方米。福

兴祥仓储品牌达2000多个，仓储品种20万余种，仓储作业实现立体化、机械化、自动化、信息化，实现了“库内作业无纸化，任务分配智能化”，实现了高效的库存提示功能，减少了库存积压，降低了经营成本。自有车辆200余辆，其中，冷藏车21辆，全部配备GPS全球定位系统，进行全程有效地跟踪，大大提高了车辆的到达率、客户的满意率。公司业务全面覆盖青岛、威海、烟台、日照、潍坊、淄博、东营、临沂、济南等山东半岛区域绝大部分区域，并且跨省配送，辐射连云港等城市，当日配送半径超过300公里。

争当国际货代业排头兵，打造服务 标准化新高地

——上海新景程国际物流有限公司

上海新景程国际物流有限公司是上海市一家从事国际货运代理的公司，注册资金人民币壹千万元，拥有员工 40 余名，是国家商务部备案的一级国际货运代理企业，同时也是国家交通部批准的具有无船承运业务经营资格的无船承运人。作为上海市“服务标准化试点”企业，公司通过近一年半的努力创建，取得了一些成绩。

一、夯实基础，有序推进

（一）明确目标，细化方案。根据公司“诚信立业、客户至上、务实创新、网络为先”的总体发展战略，制定了“以服务标准化试点工作为契机，树立先进的货代服务业发展理念，增强全体员工服务标准化的意识，健全适合本公司所需要的服务标准化体系，以实际服务标准带动公司“品牌建设”的标准化工作方针，提出了“合同履约率达到 100%；单证操作准确率达到 98% 及以上；顾客满意率达到 90% 及以上”的服务标准化创建工作目标。根据标准化目标，公司进一步制定了年度标准化工作计划，明确了创建工作内容、时间安排和任务要求，并将计划分解到公司各部门，要求各部门按照时间节点完成计划任务。

（二）定期沟通，落实工作。公司按照“统一管理，分工负责”的原则，阶段性地组织各部门汇报工作，探讨存在问题，并明确下一阶段任务。同时，为有效推进试点工作开展，公司还借助信息化手段及时沟通各部门信息，传阅工作材料，通过互联网搜索查阅标准化资料，确保服务标准化试点工作各项任务有序、有效地落到实处。公司也专门建立标准

质量方针：以一流的服务创一流的品牌。

质量目标是：a) 合同履约率100%；

b) 单证操作准确率≥98%；

c) 顾客满意率≥90%。

环境方针：节能降耗、杜绝污染、保护环境。

环境目标：a) 有效控制有毒、有害废弃物，减少对环境的污染；

b) 节能降耗，减少资源浪费；

c) 注意用电安全，控制火灾事故的发生。

职业健康安全方针：以人为本、规范行为、关注安康。

职业健康安全目标：a) 注意用电安全，控制触电事故的发生；

b) 注意人身安全，不发生人身伤害事件。

化信息库，用于收集国内服务标准化的信息情报，利用信息化手段实时掌握标准化动态，形成了统一管理、合力推进、快捷有效的服务标准化试点工作局面。

二、深入开展，体现实效

（一）重调研，收集公司运营资料。在试点深入开展阶段，公司注重前期调研，在上海市标准化协会的协助指导下，组织各部门召开标准化试点工作专题会议5次，调研期间初步收集各类相关资料近200余项，其中基础法律法规近30部，国家、行业、地方标准近40余项；收集公司管理规范、制度、ISO9000等体系文件60余项，并根据服务体系要求和文件内容对收集材料进行初步的分类整理，为之后的标准化体系建设提供了支撑。

（二）重培训，增强员工标准化意识。为深入开展标准化试点项目，公司注重对员工的标准化培训工作。通过多次邀请上海市海运行业和标准化方面专家对公司领导、管理人员、业务骨干进行标准化概论、服务标准化作用、服务流程梳理等方面知识的宣讲，提高了公司员工对标准化作用的认识。

此外，公司还选派需直接参与标准化操作、执行的人员作为专（兼）职标准化人员，通过外聘专家讲课、公司内部培训等形式，帮助员工深入了解服务标准化的内涵，熟悉服务标准体系结构，掌握标准的结构和编写格式，进一步为公司培养标准化专（兼）职人员。同时，公司坚持每周1次以座谈会，工作会议，部门学习或现场培训等形式，在员工中开展宣传，普及员工的标准化知识，全面提高公司人员的标准化意识、增强人员执行标准的自觉性。

自试点工作开展以来，共开展专题培训、座谈、工作会议、部门学习交流、现场培训



等形式的培训活动34次，参训人数190多人次。

（三）重规范，建立富有行业特点的服务标准体系。国际物流业务的开展，主要依赖于信息化技术。公司在行业专家的指导下，通过参考国内外标准化运行的先进案例，以专题会议、个别访谈、逐个研究分析等形式，在收集资料的基础上，结合国家标准要求和行业服务模式的特点，形成了国际货运代理服务标准体系基本框架。通过对企业内部近300项规章制度的整合、梳理、补充和提升，按照国家标准的要求形成体系标准76项，其中引用国家标准32项，行业标准2项，整合、转化、编写企业标准42项。这些标准的引用和编制，充实了体系结构，形成了既符合国家标准要求，又能体现新景程实际运营特点的服务标准体系。

三、突出重点，提升能级

（一）发挥企业技术优势，打造货代物流信息化平台。从传统型物流模式向现代电子商务型物流模式的转型，是企业在更高起点上创新发展的必由之路。为规范、简化公司业务操作，提高公司工作效率，加快内部信息化发展的程度，公司以《国际物流代理信息交换规范》、《国际货运代理业务数据元》等国家标准为支撑，制定了公司《货代电子

商务平台架构技术规范》、《货代电子商务平台应用规范》等信息化标准，同时建立了新景程物流信息平台，实现了远程提单打印、短信共性服务、即时通讯、协同办公、仓储管理、企业资讯搜索功能等多项业务功能，为客户提供了高效、便捷、标准化的提单流转解决方案。通过这个平台，第三方用户可以直接进行业务操作，为国外代理提供必要信息，为商务人士提供随时随地工作的模式，为决策人员提供决策依据，还可以为企业与客户的交流提供渠道。平台还拥有资讯中心、操作实务、网商学院、港航服务、实用工具、特色专题、期刊在线、优势服务等频道，为物流客户提供实时、专业、全面的资讯信息，是国内物流行业最大的信息库之一。新景程物流网的开通，促使公司的经济效益、工作效率、综合服务水平、行业竞争力和影响力得到了大幅提高。

（二）注重企业文化培养，增强国际货代人才储备。企业文化是为一个企业的价值观，是全体员工的基本信念。公司充分遵行“扬长避短，人人有才；人尽其才，才尽其用”的人员管理理念，注重将标准化理念融入企业文化中。平日公司以国家相关标准为培训教材对员工进行业务培训，今年更是在年度培训计划中增加了标准化基础与服务标准化等内容，在原有的绩效考核体系中增设标准化考核内容，从多方面调动员工对标准化工作的积极性。同时，公司制定了人员考核与

奖惩标准，设置了对内公平、对外有竞争的薪酬体系。以上种种举措，在塑造企业文化、营造标准化氛围、提高员工忠诚度的同时，也大大降低了员工的离职率和企业用人的风险。良好的“新景程”文化，使得公司的整体形象、服务能级、业务实力以及对外客户关系上都得到了保证。

（三）紧贴企业运营实际，推动货代服务标准化建设。系统全面地开展标准化活动是企业进一步取得发展成效的必要条件。公司把握本次标准化试点工作开展的契机，明确了本企业在行业内的定位，围绕集装箱进出口代理、大件散货代理等公司核心业务开展了一系列标准化工作，建立了国际货代企业的服务标准体系，重新梳理、明确了各部门、岗位的工作职责和服务流程，同时健全了各项管理监督机制、细化了人员考核办法。公司制定的《海运集装箱进口服务提供规范》、《大件租船服务提供规范》等多项企业作业标准严格规定了海运集装箱进、出口、空运进、出口、大件租船运输、国际铁路运输等各个部门的任务、服务流程以及检查考核标准、办法及责任追究，为各部门以及员工各司其职、规范操作、协力推进提供了依据。企业服务标准化的建设，最大限度的将企业的人力、财力、物力有效整合，并发挥其最大的潜能。

四、把握关键环节，做好试运行实施

（一）重视日常运行记录。标准化体系建立以后，公司要求各部门及子公司做好试运行工作。期间，公司人员明确了各自工作所涉及和应执行的体系标准，各公司按照体系要求，坚持在服务关键环节、售后服务、日常检查、人员考核等多个工作关键点做好记录，做到了有法可依、有章可循、有据可查。



通过有效的试运行，体系中的标准贯彻实施率达 98% 以上。

（二）做好检查改进。公司在建立标准体系时，着重制定了服务检查、整改与改进标准，形成服务、检查、整改相关联的机制。公司由自查小组对体系涉及的各重要服务环节开展自查、抽查，对体系的运行情况进行自我评估，了解企业在体系运行中发生的问题、遇到的困难，前后 2 次对体系结构进行调整，对其中存在的不足进行整改，弥补体系存在的缺陷，在运行中不断改进，在改进中不断提高。

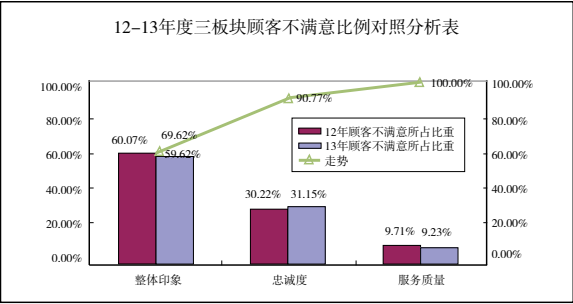
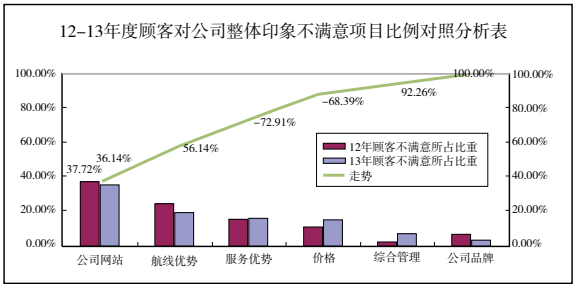
五、实现服务水平提升，彰显试点工作成效

（一）服务质量水平提升。通过创建工作，将公司原本相对复杂的管理流程精简为相对简单而统一的流程。公司在争取优质服务、标准化服务的同时，也逐步将原本相对传统随意的管理方式提升为更加规范、精细的标准化管理模式。标准化的实施改变了员工的思维习惯和不良行为，企业员工对标准化的认识得到了新的提升。试运行期间没有接到客户投诉。

（二）顾客满意率提升。服务标准化的实施，使得客户的体验感觉良好，客户满意率所增加。2013 年 1-11 月，公司客户数量同比增长 3.8%，顾客满意率达到 95.76%。

（三）经济效益提升。公司内部管理通过简化和优化管理流程，进一步减少了管理方法的多样性和管理过程的复杂性，规避了风险，降低了成本，从而提高了业务量和利润。服务标准化试运行期间，公司营业收入 10981 万元，同比增长 3%；净利润 60.5 万，同比增长 5%。

（四）企业发展水平提升。通过服务标



准化创建工作，公司在制定标准、规范内部管理的同时，在企业发展水平方面也有了相应的提升。公司于 2012 年荣获“第九届中国货运业大奖‘综合服务十佳货运代理公司金奖’”、“上海民营服务业企业 50 强”等奖项 17 项；2013 年荣获“第十届中国货运业大奖‘咨询服务最佳货运代理公司’”、“上海市场诚信经营五星级先进单位”等奖项 3 项。公司现已成为上海市国际货运代理行业协会副会长单位。

（五）综合竞争力提升。通过服务标准化试点工作的开展，公司积极采用先进的服务标准和质量管理体系，企业发展战略得到有效传递和实施，有效提高了企业的服务质量管理水平和核心竞争能力，企业的发展后劲和综合竞争力得到了进一步的增强。

（六）企业标准化能力提升。国家标准 GB/T 22151-2008《国际货运代理作业规范》、GB/T 22154-2008《国际货运代理业务统计导则》，行业标准 SB/T 10799-2012《国际货运代理海运提单》、SB/T 10800-2012《国际货运代理多式联运提单》中的大部分内容均采

纳、参考自本公司现有管理规范与内容材料。

（七）行业示范效应初显。近年来，公司致力于服务标准化建设，在带动企业标准化工作的积极性、提升企业标准化能力的同时，也间接巩固了本公司标准化水平在同行业中的领先地位。公司“信息化助推业务、人性化吸引人才、标准化引领服务”的良好方法，为其他类似货代企业提供了引导和借鉴，也在区域、行业内起到了很好的示范带头作用。

航运物流业是上海市服务业“十二五”规划中明确需大力发展的支柱产业，也是上海市建设国际航运中心的重点产业。作为上海市国际货代物流民营企业中的先进单位，公司将继续围绕“打造新景程品牌”这一目标，深入推进国际货代服务标准化工作，认真总结创建工作的成功经验，积极推行创建成果，做到引领全市，争取辐射全国，为提升航运物流业产业能级、加快贸易经济发展而不懈努力。

标准化推动电子贸易货代物流不断发展

——电子贸易产业技术创新战略联盟

电子贸易产业技术创新战略联盟成立于2008年，是科技部批复的电子商务领域唯一国家级试点联盟。按照“国家技术创新工程”和“现代流通体系”建设要求，集电子贸易领域企业、高等院校、科研院所和行业协会形成的全国性产业创新合作组织。中国国际电子商务中心为现任理事长单位并设联盟常设机构。

一、四项国际货代物流标准简介

随着国际贸易物流的发展，货代物流业所涉及的业务日益广泛，服务链不断延长，跨境（区域）业务协同能力的要求不断提高，信息系统的建设成为企业生存与发展的“生命线”，为其实现国际物流的信息化、数据交

换的自动化提供必不可少的技术支持和保障。2011年，经由国际货运代理标准化技术委员会立项，电子贸易产业技术创新战略联盟组织联盟部分企业，围绕国际贸易区域经贸合作与流通促进的关键环节，以国际贸易运输为重点，面向我国货代物流行业信息化建设过程中存在信息集成、信息共享和信息安全





问题，着眼于中国货代物流业市场需求，研究制定了《国际货运代理业务数据元》、《国际货运代理业务信息交换规范》、《国际货运代理单证标识符编码规则》、《物流网络信息系统风险与防范》4项标准，以规范信息系统定义、功能和结构，提高信息系统运作的可靠性，降低运行总成本，确保信息要求与关键业务指标一致，促进我国国际贸易运输的发展，填补了我国电子贸易产业标准有关空白。

标准颁布后，电子贸易产业技术创新战略联盟更新了联盟技术蓝皮书，会同国际货代物流标准化委员会在联盟会员中组织贯标工作，在联盟组织的产业创新项目中应用上述标准，并作为联盟公共平台技术资源向联盟成员共享。以下是两家企业的贯标实例：

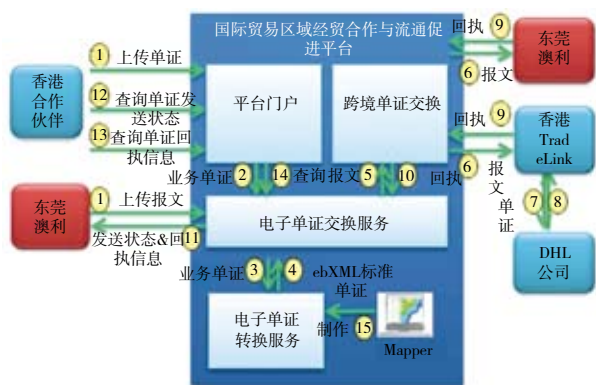
一、案例一

北京平谷国际陆港商贸物流协同服务平台（以下简称“协同服务平台”）是典型的区域性物流报关协同服务平台。协同服务平台依托北京平谷国际陆港实体，在京、津两地海关、政府及各相关领导部门的大力支持下，以北京平谷国际陆港快速通关改革创新

和与天津港跨关区直通合作为契机，为北京进出口企业提供高效、便捷、低成本的通关服务。协同服务平台的发展目标是以北京为总部，逐步向京津冀蒙等开拓发展市场，建成遍布全国的信息网，形成国内外物流信息市场的大融合，提升整体物流行业的形象和效率。通过应用四项国家标准，解决了应用系统间数据协同标准不统一的问题，大大简化了系统对接的软件开发和数据转换的工作量。协同服务平台实现海关、检验检疫、报关行、堆场等多个参与方之间单证交换的电子化服务。单证交换主要体现在报关单、转关单在两地报关行之间的传输及检查部门。货主企业或其委托的报关行依据进口货物中转通知书、设备交接单、装箱单、发票、合同等原始数据单证，在平台上制作并生成电子报关单，再根据转关需求将电子报关的数据在报关行之间传输。

二、案例二

东莞澳利电器制品有限公司（以下简称“澳利公司”）是典型的加工贸易企业，主要生产各种先进的充电器、电源供电器、变压器、高/中档的插件线路板及组件、汽车零部件



(电感、线圈) 洒水器、医疗设备电子产品等。澳利公司的大量客户，与香港 Tradelink 平台有直接或间接的接入服务。为促进公司运营绩效的提高，澳利公司建设电子单证交换系统，满足公司与香港 Tradelink、及 DHL 等国际物流服务提供商的电子单证数据传输和交换服务的业务需求。通过应用四项国家标准，电子单证交换系统与境外企业系统实现了数据格式的自动转换。

上述国家标准的应用，大大简化了企业间信息系统的对接和数据传输的复杂性，降低了系统开发和运行成本，提高了业务协同能力。联盟将依托自身在行业中的影响力，继续推动标准的多种业务场景中的应用，实现标准制定的目标。在这一过程中，联盟还将搜集企业的反馈，整理共性需求，与国际接轨，在贸易物流单证缮制、贸易与物流企业服务质量等方面提出企业急需的电子贸易和国际货代物流行业标准化需求，推动行业标准化工作不断前进。

建设企业标准化体系 提升“智慧贸易”功能

——浙江塑料城网上交易市场

浙江塑料城网上交易市场创建于2004年，是全国最大的塑料批发市场——中国塑料城的重要组成部分，也是国内首家塑料电子交易中心。经过近十年的创新发展，浙江塑料城网上交易市场已经构建了集塑料电子交易、支付结算和信息资讯服务为一体的多功能、现代化的电子商务服务平台。

一、标准化试点项目实施情况

2009年3月，浙江塑料城网上交易市场的“中塑仓单服务标准化”列入浙江省、宁波市服务标准化试点项目，得到了浙江省、宁波市和余姚市质量技术监督局领导、专家的精心指导和帮助。2010年8月，项目通过浙江省服务业标准化验收组的考核验收，被评为浙江省服务标准化优秀项目。

2012年12月，国家标准化委员会下达通知，将市场的塑料电子商务服务标准列入“2012年度国家级服务业标准化试点项目”，成为浙江省电子商务行业唯一列入国家级服务业标准化的试点单位。

在试点项目开展过程中，市场一直坚持企业标准化创新，归结为五个方面工作：

（一）建立组织，制订方案。市场根据自身的业务特点，制

订了标准化“规范管理行为，强化服务职能、促进创新发展”的总体方针，建立了由市场总裁为组长、浙江大学教授、分管副总裁为副组长、由市场相关职能部门参加的活动实施领导小组，利用浙江大学丰富的智力资源，协助市场开展标准化工作。领导小组下设工作小组，由相关职能部门的业务骨干组成，并明确各自的工作职责，制订了《中塑仓单交易服务标准化试点项目实施方案》，明确了



项目实施的目标任务、工作措施和进度安排。同时，建立了《标准化试点项目监督检查制度》，监督检查项目是否能正常运行并达到预期效果，检查项目成果的质量是否符合活动要求，检查项目的资金使用、管理是否符合有关规定。健全的组织机构和监督制度，精干的业务团队和明确的工作目标，为标准化工作的顺利实施奠定了坚实的基础。

（二）梳理整合，构建体系。根据电子商务的特点，在制订《中塑仓单交易规范》、《中塑现货交易规范》的基础上，还制订了《中塑仓单风险控制制度》、《中塑仓单交收管理制度》等一系列与交易规范相配套的标准文件，并对企业现有的规章制度进行了全面梳理，修订、完善了各个岗位的工作职责。2010年，形成了以服务标准体系为主体，以服务通用基础标准体系和服务保障标准体系相配套的、由140项标准组成的塑料电子商务标准体系。经过两年的实施，塑料电子商务标准体系有效地推动了企业服务标准和管理规范的提升，在大宗商品电子交易领域处于领先地位，对促进大宗商品电子交易市场规范经营具有较好的示范作用。

2012年，根据国家级服务业标准化试点项目提出的新要求，针对结合塑料电子商务业务拓展和信息服务的需要，起着手进行了《现货即期交易规范》、《中塑资讯服务规范》标准规范的制订工作。经过市场企业标准起草小组的几经修改，《现货即期交易规范》、《中塑资讯服务规范》于2012年11月试行，现货即期新交易模式正式上线交易。同时，在宁波标准化研究院专家的指导下，在对原塑料电子商务标准体系进行梳理、修订的基础上，制订了59个服务通用基础标准、服务提供标准和服务保障标准的支标准，初步形成了塑料电子商务标准体系。2013年10月，第一批59项企业标准经市场标准化委员会批



准发布。

（三）加强培训，提升能力。组织开展标准的宣传贯彻和培训，提高全体员工的标准化意识。市场召开全体员工会议，贯彻《塑料电子商务服务标准化试点项目实施方案》，要求全体员工要积极参与，认真学习标准，增强标准意识。同时，抓好标准的培训。培训内容涵盖与电子商务相关的国家标准，行业标准和市场制定的塑料电子商务企业标准，举办了由全体员工和部分塑料企业代表参加的“企业标准培训班”，并进行了企业标准业务知识考试。还举办了由全体员工参加的“标准化业务能力拓展”培训班。围绕如何运用标准化提升营销技能进行了深入的探讨。市场对客户接待、咨询中的问题进行收集、汇总，并列出标准答案，以规范和提升营销技能。举办了30余期“塑料电子商务操作培训班”，对新入市的客户进行培训，参加培训的企业达800余家。举办24期“新招员工企业标准培训班”，对企业标准进行系统的学习和培训。通过培训，增强了涉塑企业和企业员工的标准化意识，提高了专业知识水平，为电子商务交易模式在涉塑企业的推广和应用打下了坚实的基础。

（四）参与行业标准的起草。2013年11月，参与了商业科技质量中心牵头的《电子商务信用评价指标体系》（SB/T 11051-2013）行业标准的起草，我市场作为第三起草单位。

(五) 建立台帐, 强化实施。做好标准实施的日常检查, 确定专人, 建立工作台账, 对实施情况进行记录。

二、企业标准化建设取得的成果

标准化工作的开展, 有力的推动了“中塑仓单”、“中塑现货”两大业务的拓展和应用。在企业内部, 通过标准化工作, 提升了市场的管理水平和服务水准, 提高了服务的规范性和标准化, 为市场创造良好的经济效益打下了基础; 在企业外部, 通过标准化工作, 提升了市场的形象和公信力, 扩大了电子商务的应用面, 同时, 也为电子商务行业的健康发展提供经验, 使企业的社会效益最大化。通过对客户进行标准的宣传培训, 提高了客户运用电子商务进行塑料贸易的技能, 已有国内 10000 余家涉塑企业参与两大平台的交易, 中国塑料城有 60% 的经营户在网上采购、销售塑料。通过对 40 家塑料流通企业的典型调查、统计得出, 通过电子商务交易平台进行交易, 平均每吨塑料的经营费用约 14.07 元, 仅为传统交易费用的 40.7%, 每吨减少经营费用支出 20.48 元。根据测算, 2006 年以来, 共为涉塑企业节约经营成本超过 5.5 亿元, 产生了可观的社会效益。

标准化工作的开展有力的推动了市场交易业务信息服务的拓展和应用, 提升了市场的管理水平和服务水准, 提高了服务的规范性和标准化, 为市场创造良好的经济效益和社会服务效益创造了条件。2013 年, 市场累计成交塑料 436.91 万吨, 实现成交额 474.74 亿元, 分别比上年同期增幅 16.5% 和 17.8%。刷新了市场创建以来的成交最高记录。

市场的创新模式得到了各级政府的肯定。近年来, 被评为“国家信息化试点单位”、“国家科技支撑计划项目”、“中国十大销售浙

货网络市场”、“中国百强商品市场”等称号; 中国塑料价格指数荣获“中国十大最具影响力商品市场指数”; 中塑仓单交易电子商务平台蝉联“浙江服务名牌”; 塑料电子商务“智慧贸易”被评为“智慧城市应用示范工程项目”, 列入“宁波智慧城市建设应用成果”。

三、持续推进标准化建设工作

(一) 完善塑料电子商务服务标准体系建设。重点是查漏补缺, 对涉及交易业务、交易服务、信息服务及后勤保障的各个岗位、各个环节的工作内容、服务流程进行再梳理, 制定、完善标准体系, 做到“事事有标准, 人人有标准”。

(二) 搜集与电子商务相关的国家标准、行业标准。

(三) 对试点项目进行评估总结。对照《试点任务书》的工作任务和考核要求, 对试点项目进行全面评估, 发现问题, 及时纠正、弥补, 确保验收、考核一次通过。

(四) 深入进行标准的宣贯。对内组织员工进行企业标准及标准体系的学习、培训, 开辟宣传、培训专栏, 宣传企业标准及标准化知识, 让员工了解企业的标准, 了解自身岗位的工作规范。打算在对全体员工进行培训的基础上, 组织一次企业标准、岗位规范的考试; 对外继续进行标准的培训, 通过举办培训班、利用网上宣传培训专栏, 对交易商进行宣传、培训, 培训面力争达到 90% 以上。

(五) 抓好标准的实施。企业标准是市场交易服务的准则, 实施和应用企业标准, 才能确保市场交易活动的规范运行, 市场的交易、服务过程本身就是标准的实施过程。市场标准实施的重点是把已经制定的各个工作岗位、工作流程的规范落实到人。

服务标准化让企业插上腾飞的翅膀

——山东省济南阳光大姐服务有限责任公司

济南阳光大姐是 2001 年 10 月成立的家政服务机构，主要为下岗失业人员、农民工和女大学生等生活困难、就业困难群体提供教育培训、就业安置等方面的服务。目前已在省内外拥有 96 家连锁机构，经营范围包括月嫂、居家养老、保洁、医陪等 12 大类 31 种家政服务项目以及母婴用品配送、早教等 10 个延伸领域。

一、确立家政服务标准化管理理念

阳光大姐开展标准化工作，经历了从模糊到清晰、从局部到整体、从认识到理解、从运用到创新的历程。主要经历了三个阶段：

（一）规范管理制度和工作流程。阳光大姐成立初期，由于服务不规范、随意性大、导致消费纠纷不断产生。在充分调研、总结的基础上，制定了“三不六统一”制度（三不，即：不培训不上岗，不查体不进家，不签合同不派工；六统一，即：统一岗位培训，统一医院查体，统一收费标准，统一持证上岗，统一服务标志，统一定期回访）。明确了阳光大姐在管理家政服务员方面的依据，前台工作秩序得到了明显改善。在实践中企业不断总结提炼出“三全六流程”管理方法（三全，即：全面掌握员工信息、全面掌控服务过程、全面受理用户意见；六流程，

即：抓好成交、及时回访、督促续费、处理投诉、分析终止和掌握动态），并对每个环节的工作内容和要求作了明确规定，工作效率和服务质量明显提高。

（二）建立国际质量管理体系。在实践中，企业逐渐认识到，仅有业务的过程管理还远远不够，企业要发展需要的是全方位的科学管理。为此，2005 年，企业提出要建立 ISO9001：2000 国际质量管理体系，通过先



2013 年 3 月 26 日，全国家政服务标准化技术委员会成立大会召开，阳光大姐承担技术为运处秘书处工作

进的管理技术,提升企业的服务质量。通过近一年的实践、摸索和努力,2005年底,顺利通过了审核,获得了认证资格,建立起包括求职报名、岗前培训、岗中培训、技能培训、考试鉴定、签订合同、档案管理等内容的一整套管

理规范,形成了服务质量有章可循、持续改进的工作机制,工作效率明显提高。

(三)确立标准化建设理念。有了质量管理体系的支撑,2006年底,阳光大姐顺利成为山东省服务名牌和山东省著名商标。2007年7月,阳光大姐有幸被省质监局确定为省级服务标准化试点单位,同年10月,又被确定为国家级服务标准化试点单位。试点工作的开展,使阳光大姐的发展之路越走越宽。

二、全面建立家政服务标准体系

试点期间企业边摸索、边实践,遵循“简化、统一、协调、优化”的标准化原则,树立“做精做优、突出特色、创新管理、打造品牌”的指导思想,突出行业特色,围绕“家”字做文章,把工作的每个环节、每个服务流程、每个岗位的要求都总结提炼成相关的标准,建立了一整套覆盖阳光大姐管理、服务和经营全过程、全方位的标准化体系。



阳光大姐起草制订的标准文本



阳光大姐总经理荣获山东省省长质量奖

截至目前,阳光大姐共制定各类服务标准812个。其中《家政服务——母婴生活护理员(月嫂)服务质量规范》等9项标准相继成为山东省地方标准。《家政服务——母婴生活护理员(月嫂)服务质量规范》被评为2010年度“中国标准创新贡献奖”,《家政服务基本要求》等4项标准成为国家标准。

三、宣贯实施家政服务标准化体系

开展标准化工作的成败关键在于落实。阳光大姐将质量管理中的P(计划)D(实施)C(检查)A(改进)循环融入到标准化中,有效地解决标准化落地问题。

(一)开展标准化知识普及教育。加强对工作人员和家政服务员的全员标准化知识培训,提高大家对标准理解的高度、执行的力度,使标准化知识深入人心,内化为自觉行动。目前,标准化已成为工作人员工作的“指导书”、家政服务员服务的“工具书”、用户使用服务的“说明书”。

(二)对标准化执行情况进行检查测评。结合家政行业特点,开展用户现场满意度调查和家政服务员进家服务情况满意度调查,对家政服务全过程进行跟踪、测评。同时,将标准化与9000质量管理体系相融合,加大检查与改进力度,发现问题,及时纠正和处理,从而不断提高工作质量和效率,提高标准化



2011年9月26日,阳光大姐代表中国企业向国际社会发布首份基于ISO26000社会责任国际标准的企业社会责任报告

运用效果。

(三) 不断提高标准的适用性。开展标准化工作,不是简单地就标准而制定标准,要与已有的管理制度、管理体系有机结合,并做到继承与发扬,持续改进、不断完善,与时俱进,只有这样,制定的标准才是生动的、适用的,才能切实体现标准化的价值。企业在已有标准的基础上,搜集整理家政服务员成功案例,总结提炼成工作法,充实到各服务工种的标准中去,提高适用性。

(四) 把标准化工作与企业社会责任管理、诚信建设有机结合。把标准化管理体系和9000质量管理体系作为企业社会责任管理体系的有力支撑,作为阳光大姐履行用户责任、家政服务员责任和行业责任的重要组成部分,形成了“1+2”的管理模式(“1”是以社会责任管理为统领,“2”是以标准化管理和质量管理为支撑),探索了一条适合行业发展的健康之路。阳光大姐把标准化和社会责任有机结合的经验被《中国标准化》海外版采用,并在瑞士日内瓦国际会议中心社会责任指南标准(ISO26000)的发布仪式上向世界各地200多个国家和地区推广。2011年9月

26日,阳光大姐在北京发布了中国首份基于ISO 26000的企业社会责任报告。我司还把标准化与诚信建设有机结合,通过标准化培训提升服务品质,更好地践行诚信服务、诚信经营。

四、标准化工作的主要成效

标准化是一种帮助企业养成良好习惯的科学的工具,是帮助企业做“精”做“优”的法宝,它对于提升管理水平、提高服务质量、增强企业核心竞争力具有重要意义。阳光大姐通过开展标准化工作,实现了整体工作的新跨越。

(一) 为企业建立了一套风险控制体系。通过标准体系的建立,阳光大姐有效把对用户的服、对家政服务员和工作人员的管理有机结合,各标准之间既相互关联、相互制约,又相互促进、相互提高。通过每一项服务、每一个流程的标准化,帮助工作人员和家政服务员清晰准确地把握工作要领,提高服务质量;帮助消费者明确服务范围、服务标准,实现明白消费。这样既保证了消费者的利益,也保障了家政服务员权益。通过运行整个体系,阳光大姐的管理步入了科学、



阳光大姐承接政府购买服务的居家养老服务,为老人提供规范服务

规范、有序的轨道，将“微笑服务”提升为“知识服务”，有效抵御了风险，推动了企业的持续健康发展。

（二）企业核心价值观得到彰显。在长期的经营和服务实践中，阳光大姐不仅创办了各种有形的家政服务活动，而且形成了独具特色的企业文化，其中“责任+爱心”的服务理念，是阳光大姐的核心理念文化。员工通过运行标准化工作流程，把企业安置就业的责任和为千家万户提供便利服务的社会责任有机结合，既实现了自身就业，又增进了自身价值；家政服务员运用标准化工作流程，把阳光大姐的关爱传递到用户家庭，为用户提供了优质服务，解除了用户的后顾之忧。

（三）探索了一条适合家政服务行业发展的路子。家政服务行业的特殊性，决定了家政服务企业发展模式的特殊性。阳光大姐通过标准体系建设，总结出了一套以服务质量标准、服务管理标准和工作标准为支撑的有效的管理运营模式，对行业发展具有重要



阳光大姐家政服务员培训场景

的参考价值。国家标准委、人力资源和社会保障部、商务部、全国妇联及省、市有关领导先后来阳光大姐调研、视察。2013年11月27日习近平总书记视察济南了解家政服务工作，对阳光大姐的工作给予肯定并指出“家政服务大有可为”。

（四）实现了经济效益、人才效益和社会效益的“三赢”。标准化工作的开展，促使阳光大姐经济效益大幅提升，在安置就业、拉动内需、推进城镇化、构建和谐社会方面发挥了积极作用。2013年安置就业17万人次、服务家庭11.15万户、为服务员创造收入2.08亿元，先后有5万人次通过职业技能资格鉴定，5000余人成为济南市高技能人才，更有9名享受政府津贴的首席技师和突出贡献技师。用户对服务的满意率由标准体系建设前的79%提高到如今的98%。

“一个标准可以催生一个产业”，阳光大姐通过自身实践，深刻体会到这句话的含义。服务标准化工作意义重大但任重而道远，唯有国家、社会、企业形成合力，增强意识、共同行动，才能让标准化在社会经济建设中发挥更大作用。



阳光大姐百万元奖励优秀家政服务员

服务标准化让企业发展驶入快车道

——湖南颐而康保健连锁股份有限公司

湖南颐而康公司成立于 1997 年，是一家以医疗保健服务为主，集推拿手法和健康产品的研发和推广于一体的多元化集团型企业。参加起草了湖南地方标准《沐浴、足浴、按摩服务规范》。2009 年被认定为足浴按摩行业的省级标准化试点单位。2013 年被国家质检总局认定为“国家级服务业标准化试点单位”，成为同行业中唯一的试点单位。

一、确立实施服务标准化的发展方向

颐而康成立之初，仅为只有十几平米的小按摩店，经过十多年的发展，颐而康从小到大，从弱到强，现已发展为拥有 60 多家门店的大型连锁机构。随着门店数量的增多，颐而康越来越认识到传统的“经验式管理”已不能满足公司发展的需求，越来越认识到

连锁企业的基础是标准化，企业越标准化就越容易规模化。因此，颐而康坚定了实施服务标准化的决心，从以下几个方面推动标准化在企业内部的开展。

（一）建立了标准化管理机构，为企业标准化提供了组织保障。2012 年开始，颐而康成立了标准化工作领导小组，由总经理亲自担任领导小组组长，各部门分管领导担任副组长。领导小组下设标准化建设及管理办公室，下设 7 个标准化建设项目小组，办公室配备专职人员 2-3 人，项目小组均配备组长和副组长，并为每个项目小组配备一名专职标准化建设人员。通过以上机构的设立，颐而康建立了一整套标准化管理实施系统，为相关工作的开展扫平了体制障碍。



(二)明确了标准化建设的目标,为企业标准化提供了精神保障。通过在服务行业多年的摸爬滚打,颐而康在不断发现与解决问题的同时,也一直探索企业未来的发展方向。随着服务标准化概念的导入,颐而康渐渐明确了快速连锁、成功复制,通过标准化建设,确保公司的经营管理和服 务均居全国同行业领先水平的标准化建设目标。有了此目标,颐而康上下团结一心,建立了“向着目标看,围着目标干”的良好工作氛围,员工的士气空前提高,工作效率极大的加强。

(三)加大了标准化建设的资金投入,为企业标准化提供了资金保障。经济基础决定上层建筑,为更好的开展标准化工作,颐而康根据标准化建设计划及思路,投入初期建设资金 100 多万元,同时将根据标准化进程及工作需要陆续增加资金投入,确保标准化建设工作的顺利开展。

二、全面建立服务标准体系

标准体系的建立是企业标准化工作的基础,为此颐而康在查询大量资料的基础上,尝试着建立了自己的企业标准体系,并多次开会进行讨论确定,从完整性、适用性、体系性、可操作性上面反复进行了论证。目前颐而康公司的企业标准体系已经完成,制定了各项标准和规范近 200 项,主要包括人事、财务、后勤、行政等 6 大类 121 项行政管理规范,以及以营业现场管理、医疗保健按摩服务规范、现场服务工作程序为主要内容的 9 大类 75 项业务操作规范,形成了服务通用基础标准体系、服务保障标准体系、服务提供标准体系三大子体系。在具体实践上,颐而康主要做了一下几项工作:

(一)形象标准的优化及建立。足浴按摩行业的品牌形象严重滞后于产业发展速度,



店面规模大小不一、店面装修简陋、整体形象参差不齐等问题比较突出,严重制约了行业的持续健康发展。为了响应湖南省关于提升足浴按摩行业品牌形象的号召,有效推进行业健康有序发展,颐而康于 2011 年投入 150 多万,聘请北京设计公司完成了“企业形象识别系统的设计,对门店及公司物品的形象进行了规范,并投入数千万进行了门店形象改造,对于门店形象和服务品质的提升起到了巨大的推动作用,对同行起到了良好的示范作用。

(二)服务标准的优化及建立。为了提升服务效率及质量,加大管理信息化、专业化水平,颐而康投入几百万元资金,通过对 60 万顾客消费习惯的研究,联合省内知名软件开发企业共同研发了一套综合服务信息管理系统。该系统引进了国际上成熟的产业经营管理理念和模式,使用了最先进的移动终端设备苹果 iTouch 机,具体分为对外的移动点单服务系统、自助点单服务系统和对内的查询控制管理系统。通过该系统,提高了门店工作效率,接待客人至完成点单的时间,由以前的 5-7 分钟减少至 2-3 分钟;客人进房间到技师上点的时间,由原来的 8-15 分钟缩减到 3-6 分钟;降低了人力成本,业务部人员编制由原来的 20 人减少至 15 人,每年为门店节约人力成本约 15 万元;减轻了人员劳

动强度、降低了错误发生机率、提高了服务质量。“服务管理系统”是为足浴行业量身定做的管理系统，非常符合足浴行业管理实情，实现了规范化、标准化、精细化、个性化管理，提高了企业的品牌形象、服务质量和管理水平，给未来市场竞争者设立了高门槛，促进了足浴按摩行业的升级换代。

（三）服务流程标准的优化及建立。通过不断的努力，颐而康对 20 多套按摩、足浴服务流程进行了标准化，以减少顾客在接受服务过程中感受的差异性，有利于公司技术的固化及传承。同时对后勤各项保障工作制定了相应标准，以保证门店环境、卫生、安全等各方面满足顾客的要求及行业的发展需要。

三、深入开展各项标准的宣贯工作

标准的宣贯是标准化工作的重中之重，也是标准能够在企业内切实执行的重要保障。因此颐而康从以下几个方面落实了标准的宣贯。

（一）加强内部员工标准化方面的培训。只有全体员工认识到标准化工作的重要性，才能促使员工在经营活动中自觉按标准去规范行为，保证标准化工作持之以恒的动态优化和完善。为此颐而康多次向湖南省标准化院请教，参加各种标准化培训，还特地派专人分批赴上海标准化院参加标准化的学习，为扩大培训范围和质量，邀请上海标准化研究院的专家莅临公司亲自指导、培训。同时在企业内部也组织多场标准化方面的培训，通过努力，目前颐而康公司已有 53 人取得了《标准化人员资格证书》，增强了全体员工对标准化工作重要性的认识，提高了制定标准化工作的水平。

（二）不断提高落实标准的执行力。为了提高标准的执行力，颐而康主要领导在不同场合对标准化工作进行指导宣传，并且将

在公司内部刊物持续不断宣传标准化相关工作。目前颐而康已经在总公司层面开展了多次标准化培训工作，在连锁门店更是每周均会有标准的学习培训。随着标准的进一步完善及修改，将会及时开展培训，以保证公司员工能够及时了解服务规范、提高服务质量。

（三）不断进行标准的实施、监督、评价和改进。颐而康目前已经选择了 36 家门店进行标准化的试点工作，以在实践中检验完善各项标准。对试点实施效果安排门店自查以及总公司实时检查，以对标准的有效性、适用性进行评价，并提出持续改进措施，及适当修改已制定的标准。在试点效果体现后，将会在所有门店铺开，巩固提高。

四、标准化工作的主要成效

通过上述标准化工作的开展，颐而康也尝到了“甜头”，极大的促进了公司的规范化运营及发展，主要表现在以下几个方面：

（一）通过开展标准化工作，门店服务质量有了显著的提高，取得了较好的经济效益。在日常的管理过程中，因服务、技术、后勤等各方面公司都制定了相关的标准及流程规范，所以在培训过程中有了统一、规范的培训教材，形成了全公司上下统一的培训体系及训练体系，打破了以往各门店“自行培训”“各自为政”的局面，杜绝了以往各门



店间形象标准不统一，服务质量参差不齐，技术手法有高有低的现象。最大限度的满足了消费者的消费需求，得到了消费者的认可与肯定。2013 年公司的营业额比 2012 年上升了 30%，取得了较好的经济效益。

（二）通过开展标准化工作，门店得以快速复制，公司得到了快速发展。因为有了统一的标准，门店的运营模式、管理方法、操作流程等都能够得到快速的复制，显著节省了门店的开办时间，节约了人力和物力，使公司开发新门店的速度显著加快，新门店的质量显著提高，开发成本明显下降，使公司的门店数量得以快速增长。2012 年公司新开了约 10 家门店，2013 年公司新开了约 15 家门店，2014 年公司计划新开 40 家新店，使公司门店总数达到 100 家左右。

（三）通过开展标准化工作，商业模式得到升级，公司运营更加规范。因标准化工作使公司各方面得到规范，公司的管理效率大大提高，有时间、有精力对公司的运营模式、商业模式进行优化、调整。通过标准化系统的建立，公司各个门店间的好的经验、方法得到快速传播和有效复制，对运营模式和商业模式的改良起到了很好的推动作用。通过努力，现公司的商业模式已经得到升级，从以往低端的“洗脚”“按摩”，正在向亚健康防治、“中医养生”“中医保健”等紧紧围绕发展健康事业提升业务范畴。

标准化工作是一项长期性工作，需要不断完善和提高。管理是企业之基，加强企业标准化建设是我企业非常明确的一项重要工作，在新形式下，颐而康将在结合企业自身实际，按照规范化、合理化、科学化要求，加强企业标准化建设，重点抓好企业标准化的实施、落实及完善，力争在标准化管理水平上再上一个新的台阶。

标准化助力企业成长

——真功夫全球华人餐饮连锁

真功夫于 1990 年创立，主要从事米饭快餐服务，自创建以来，先后进驻广州、深圳、北京、上海等 30 多个城市，成为国内首家全国连锁发展的中式快餐企业。目前直营店数超过 580 间，其规模在全国领先，是中国最具影响力的中式快餐品牌。

一、确立标准化管理理念

真功夫开展标准化工作的初衷，源于一切为了顾客的核心价值理念以及对食品安全的不懈追求，通过不断摸索，真功夫制定了一系列规范标准的管理流程，通过高效运转的标准化供应链体系支撑起庞大的标准化运营平台，为客户提供安全、便捷的用餐服务。主要体现在三个方面：

（一）按照标准化理念建立内部规章制度及流程。通过内部流程标准化，即人、财、物管理有一致的标准可依，完善了公司规章制度和业务流程。同时，真功夫通过引进先进管理软件全面实现管控的标准化，使集团的财务、生产链、采购供应链、物流配送链、人力资源、食品安全管控等协调运行，在同一规范下实现了企业运营的标准化。

（二）建立国际质量管理体系。在企业

2006 年，真功夫通过了 HACCP 食品安全管理体系及 ISO9001 质量管理体系的国际认证。在 2008 年，真功夫通过了 ISO2000 标准认证，在 2011 年，真功夫通过了 ISO22000 标准认证。通过持续的管理体系认证，企业服务质量有章可循，工作机制持续改进，工作效率明显提高。有了标准化的质量体系支撑，真功夫陆续在全国建立华南、华东、华北等三大后勤中心，保证了全国所有餐厅销售产品的采购、加工、配送。

（三）确立标准化建设理念。真功夫积极践行标准化管理理念，2012 年 11 月，真功夫参加中国烹饪协会发起的国家行业标准《快餐企业经营规范》的起草工作。2013 年 10 月，真功夫在标准化方面成为中国饭店协会优秀示范企业。2004 年 8 月，真功夫被中国物流协会评为中国供应链管理示范企业。作为中国饭店协会民生餐饮专委会的主任单位，真

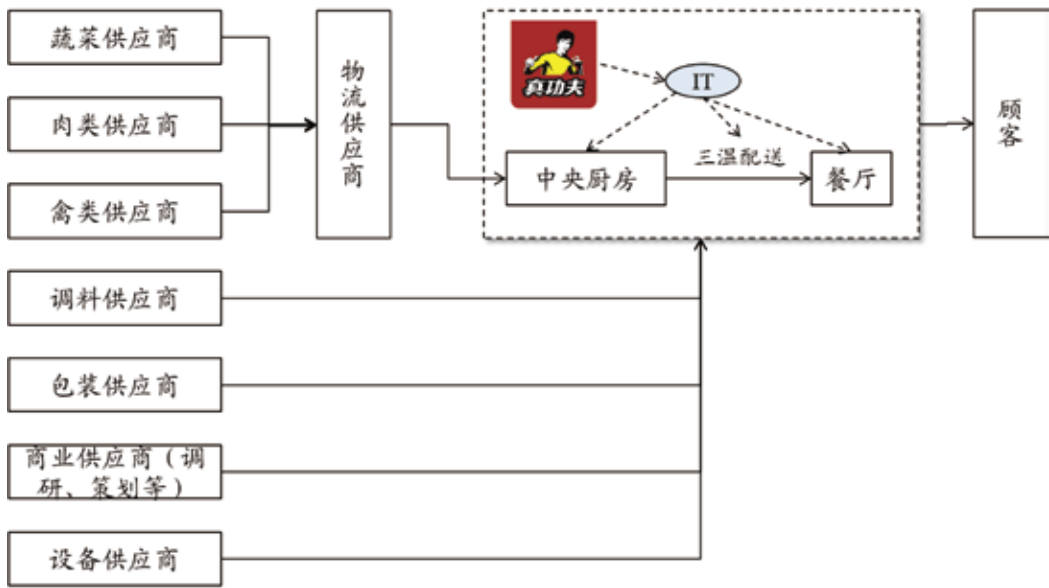


图 1 真功夫供应链系统

功夫多次接待国内外餐饮企业考察团，愿意同其他餐饮企业一道，分享标准化建设方面的成功经验。

二、建立标准化体系

真功夫在 1997 年自主研发电脑程控蒸汽柜，全球率先攻克中餐业“工业化生产”、“无需厨师”、“千分快餐一个品质”的夙愿，创造了中式快餐的“标准化”。22 年来，真功夫创建了中式快餐三大标准体系 - 后勤生产标准化、烹制设备标准化、餐厅操作标准化，在品质、服务、清洁三个方面，全面与国际标准接轨。

（一）后勤生产标准化

真功夫后勤生产（供应链体系）为支撑餐厅运营，分别在广东省，北京市，浙江省建立了三大中央厨房。它是现代快餐业的工业基础，从供应商遴选、采购、生产、配送全过程控制，最终到达消费者餐桌上的是色、香、味、形及温度都是标准化的产品。其中冷链运输“一切为了顾客，品质至上，全力打造一流冷链生产运输，确保所有货品质量可靠”的物流理念充分体现了中式快餐工业

化，标准化的特征。真功夫以全国 580 家直营连锁餐厅数量和每天为 30 万以上客户供餐的服务量，在全国中式快餐领域牢牢占据着第一集团的位置。正是因为真功夫的供应链管理体系的完美设计才给其带来了强于同类对手的竞争优势。

真功夫明确提出供应链体系如下定位：建立一个高质量、高效率、一体化的“从田间到餐桌”的标准化安全供应链系统，以满足未来真功夫全面、快速的餐厅规模扩张需要，以最优的供应网络给予真功夫长久的竞争优势。借助现代工业生产管理经验，真功夫把中央厨房系统建设成“精益生产的中央厨房”；优化研发制造体系，实现中央厨房“五化”管理目标（烹调工程化、原料标准化、生产精益化、产品标准化、信息标准化）；按照 GMP 卫生标准对整个中央厨房体系进行管理,实现安全供应链管理。核心包括研发中心、制造中心、品保中心及内部转运。

（二）产品及烹制设备标准化

产品研发以产品类别为基础划分为四类主研发产品：主餐类、早餐宵夜类、甜品饮料类、汤和小吃类，根据烹饪及卫生的要求

对产品进行开发。

设备研发主要研究餐厅所用设备，确保所有餐厅更稳定的、更高效的产品交付。真功夫自 1997 年发明了电脑程控蒸汽柜后，多年来自主研发不断改进，完全实现了工业化流程。

（三）餐厅操作标准化

餐厅运作研发主要研究餐厅标准化运作，形成系统的餐厅运作 SOP 手册。为了保持顾客“餐桌上”产品的品质，真功夫采取了跟国际知名连锁快餐一样的做法：产品过了最佳风味期就会被丢弃。真功夫在制定店内产品 SOP(标准作业程序)时，就确定了每一款产品的最佳风味期，通过最佳风味期的管理也促使店面员工做好生产计划，以保证出品的品质和美味。在顾客体验上，通过尽可能地减少顾客的等待时间，给顾客更好的用餐体验。

三、宣贯实施标准化体系

宣传贯彻标准化体系是真功夫管理过程中的重中之重。而有效地解决标准化落地问

题是关键。开展人员操作标准化工作的成败关键在于人员培训，使标准化理念深入人心。真功夫将宣贯实施标准化作为重要培训内容融入到每一个餐厅层级的标准化中，有效的解决标准化的落地问题。

（一）加强针对餐厅不同岗位制定不同的标准化知识的培训。提高企业员工对本岗位操作的标准化的理解的高度、执行的力度，使标准化知识深入人心，内化为自觉行动。独立的运营手册和经营理念对员工工作和服务都进行了人性化的标准规范。通过制定餐厅各级管理、各项工序、各种操作的标准及岗位流程，将餐厅操作有序且量化。目前，营运培训手册的标准化已成为全国餐厅员工工作的“指导书”与“工具书”。

（二）对标准化执行的效果评估。结合连锁餐饮的行业特点，公司培训部对全国餐厅进行巡查，对餐厅服务、操作全过程进行跟踪、测评。加大检查与改进力度，发现问题，及时纠正和处理，并把改进写进培训手册中，从而不断提高工作质量和效率，提高标准化



图 2 真功夫四层三级供应链体系在全国的分布蓝图

运用效果。

（三）标准化工作的持续改进。开展标准化工作，不是简单地就标准而制定标准，要依据餐厅不同岗位制定不同的标准并与已有的管理制度、管理体系有机结合，并做到继承与发扬，持续改进、不断完善，与时俱进，只有这样制定的标准才是生动的、适用的，才能切实体现标准化的价值。

（四）标准化宣贯工作的重点是建立标准化的培训体系。在宣贯过程中，标准化的培训体系尤其重要，培训体系标准化内容主要是全国所有餐厅每个岗位操作流程，服务流程实现标准化。真功夫以食品安全、消费者的美好的用餐体验为前提，已经探索出了一条适合行业发展培训体系，为企业增值。

四、标准化工作的主要成效

在实施了标准化建设之后，公司管理体系逐步从成本节约型向增值型服务转变，有效的标准化管理使真功夫在公司绩效方面取得了显著进步。真功夫的标准化对公司绩效的影响较大，是公司管理的重点，其影响主要包括产品质量、客户服务、经济及社会效益等三个方面。

（一）产品质量

产品质量被誉为真功夫企业的生命，为保证产品到达消费者手中与产品质量标准相符合，真功夫采用十几种产品质量标准评价指标，对经营的每一个环节进行监控。真功夫通过标准管理体系，使真功夫产品在质量方面全面超过国际标准。

（二）客户服务

客户服务通过标准来体现。通过标准化

的管理手段及指标，改善服务及评价体系。用来衡量客户服务绩效的评价指标主要包括订市场份额、定单完成周期、消费者保有率、消费者满意等。

（1）市场份额。评价真功夫的市场份额市场占有率，采用顾客渗透率、顾客忠诚度、顾客选择度、价格选择度等标准指标。从市场反馈的情况看，真功夫市场份额逐年增加。

（2）订单完成总周期。订单完成总周期是用来评价供应链对销售门店订单的总体反应时间，作为客户服务的重要指标，订单完成总周期的完成较好，更多的反应了真功夫内部物流的便捷和顺畅。

（3）消费者保有率及消费者满意度。企业利润持久的来源是广大消费者。通过优秀的服务满足消费者的需求。真功夫消费者保有率、消费者满意度逐年上升，真功夫知名度和美誉度的逐年提高。

（三）经济及社会效益

标准化工作的开展，促使真功夫经济效益大幅提升。同时，真功夫的飞速发展为社会提供了大量的就业机会，截止目前，真功夫在全国共有员工 18000 人。一直以来，真功夫在员工培训上投入了大量的人力和资金成本；最基层的员工每年接受不少于 320 小时的培训，餐厅的初级经理每年接受不少于 328 小时的培训，餐厅的中高级经理每年接受不少于 350 小时的培训，公司累计在培训上每年投入资金上千万，多年来也为社会培养输送了大批的餐饮人才。

内外部标准化是真功夫管理价值的初步体现，未来真功夫会进一步秉承“一切为了顾客”的价值理念创造更大的业务价值、战略价值。

服务标准化是企业规范运作的基础

——河北省嘉海拍卖有限公司

河北省嘉海拍卖有限公司是 1998 年成立的拍卖服务机构，是省内唯一具有国家拍卖最高资质—AAA 级资质的拍卖企业，是中国拍卖行业协会常务理事单位，河北省商业联合会副会长单位，河北省拍卖行业协会第一副会长单位。公司先后被国家海关总署指定为缉私罚没物品拍卖定点机构，被河北省人民政府指定为公物拍卖人，是省法院系统、银行系统及金融机构的拍卖定点单位。

一、服务标准化是提供更好服务的保障基础

中国拍卖行业协会从 2012 年开始全面推广和实施标准化战略。河北省嘉海拍卖有限公司在业务发展过程中，应用了《不动产拍

卖规程》（即 SB/T 10690-2012），在深圳怡景花园别墅拍卖中，得到了很好的验证。

深圳怡景花园别墅是受沧州市财政局委托，对驻深圳办事处的闲置房产进行的公开拍卖项目。我公司接到委托后，首先分析了该项资产位于深圳市罗湖区，资产的属性为

办事处用房，房产的来源是沧州市商务局在九十年代初期，国有一个下属公司因为债务纠纷，经法院执行抵债的资产，建筑面积 185.31 平方米，土地使用权面积为 442.6 平方米。针对这样一宗不动产异地拍卖项目，企业考虑怎样运作才可以圆满成交，又能实现价值最大化，还要保证拍卖成交之后过户没



有任何纠纷,因此尝试使用中国拍卖行业协会2012年6月1日开始实施的《不动产拍卖规程》,规范了委托合同、拍卖会资料、拍卖会准备、拍卖公告、竞买登记、标的展示、拍卖会结算和标的交付的等内容。在该项资产拍卖实施过程中,均严格按照拍卖规程列示内容,涵盖了拍卖规则、竞买协议书、拍卖成交确认书等,这在我公司拍卖案例中首次采用,特别是竞买协议书,瑕疵声明、多方当事人的权利和义务规定的非常明确,标的介绍也按规程中应该说明的事项进行了叙述,清楚明了。这样做的目的,使得双方当事人的责权利有了一个很清晰的界定,为拍卖服务提供了保障。

二、服务标准化是保障拍卖规范运作的基础

上述项目于2012年11月18日在深圳楚天大酒店进行的公开拍卖,我公司仅仅派去了三名工作人员,竞买保证金是每位竞买人500万元人民币,在深圳没有开设公司账户情景下,获得意向竞买人的信任,这是拍卖成功与否的前提,首先从咨询记录开始,采用标准化的记录单,详尽记录来电、

来人咨询的事项,咨询的问题,咨询人员的联系方式及职业等,通过对38位咨询情况的筛选,锁定意向竞买的程度,我公司三名员工,到达深圳后,重点对5户竞买人进行走访,并且在标的物的门前张贴了很醒目的拍卖公告,白天在别墅现场派专人接待咨询(别墅已经长时间闲置),发放拍卖标的目录及相关拍卖文件、规则等,意向竞买人通过胶印成册的拍卖资料,即能充分核实我公司的身份及经营规模,标的的属性及房源,可以有条件的去房管部门进行政策咨询,给客户带来了便利同时,也得到了客户的信任。

通过会前工作标准化,直接影响拍卖规范化运作,拍卖规范化的效果直接取得客户的信任,会前7位竞买人先后分别通过银行将500万元保证金汇入了我公司在石家庄的账户内。拍卖会上,从1600万元起拍,经过17轮的竞价,2140万元成交,超出评估值的30%,委托方有监察局的同志,也有商务局的代表,还有财政局以及驻深圳办的代表,都认为成交价格远远超出预期。

(一)前期准备工作标准化是确保成交顺利成交的基础。接受委托后,我方建议随

同评估公司前往深圳了解市场行情,在评估公司独立评估的基础上,我公司对标的物周边的小区及相邻房产逐个摸底测算,充分了解标的的卖点及竞买人群分布,在了解市场后,编写了市场说明书,拍卖公告选在三家媒体:深圳特区报、南方都市报、晶报;每个媒体公告一次;公告时间每隔5天公告一次,11月2日首次公告,第二次公告是11月7日,最后一次



交通银行北戴河培训中心房地产拍卖会 2007



是11月13日。拍卖时间考虑到广东人作息时间的特点，拍卖会选择在11月18日下午2点进行，一改过去上午拍卖的惯例。

（二）拍卖过程的标准化运作是确保拍卖成交后顺利交割的前提条件。接受委托后，第一决定就是选定按照中拍协的《不动产拍卖规程》全程运作，按照规程的提纲，制定了竞买协议和成交确认书以及笔录。

这在拍卖会前，竞买咨询过程中起到了很好的作用，因为不动产标的的交割，涉及过户税费很繁杂，不事前说明或说清楚，竞买人是不敢参加竞买的，我公司与委托方多次沟通，说明税种明细及来源，说服委托方负责缴纳营业税及增值税（这个税种本身也是委托方应缴纳的），如果转嫁给买方缴纳，或出现逃税及漏税的可能，给国家造成不利因素，还可能影响到竞买人心理价位，直接影响到拍卖的成交可能性。委托方采纳了我公司的建议，我公司在竞买协议书中，明确说明了双方应缴纳税种及缴纳方式，各自应承担的责任。打消了竞买人购买顾虑，使得拍卖顺利高价成交。

三、服务标准化是法律保障的重要保证

拍卖成交后，买受人在规定的时限内，全部一次性将价款及5%的拍卖佣金如数汇入了我公司账号。在拍卖价款如数转汇委托方后，开始积极协调过户手续问题。在办理过户手续过程中，委托方也赶上年末时节，相关部门工作比较忙，工作进展不是很及时和到位，引起了买受人不愉快，多次催我公司抓紧协调。公司在这种情景下，向财政局书面递交了《情况说明书》，重申了竞买协议及规则的义务和责任，并且由此可能产生的后果详尽进行了说明，把规则、协议、成交确认书附后。财政局收到我公司的这些函件之后，派专人去深圳税务部门，缴纳委托方应缴纳的那部分税费。5个工作日内，过户手续完满结束。

通过以上简单案例说明，推进行业标准化，是拍卖行业增强服务意识，加强服务观念，做好服务工作的基础保障。只有实行了行业标准化，服务才能量化，才能提升服务水平，只有服务附加值提升了，才能获得社会的认可与支持。

服务标准化让企业在竞争中立于不败之地

——江苏恒晶装饰工程有限公司

江苏恒晶装饰工程有限公司创建于1998年，目前已成为集工程装饰与家庭装修于一体，融现代管理与全面服务与一身的现代化装饰企业。公司引入了ISO9001质量认证体系，自行开发了家装信息管理系统，注入了先进的人力资源管理体系，辅助现代营销管理理念，通过标准化的流程服务构筑一个优质装饰装修资源的平台。

一、推行标准化服务的缘由

家装行业从上世纪90年代中期开始起步，至今发展不足20年的时间，由于行业的特殊性与中国文化背景、消费理念、政府管理、入门门槛低等诸多因素，行业规范化发展一直举步维艰，作为行业中的一些寻求持

续发展的企业一直在摸索一条适合行业发展与自身企业相匹配的道路。2005年，恒晶装饰公司有幸与常州市标准化协会一起参与了江苏省地方标准《住宅装饰装修服务规范》的制订工作，在参与制订标准的过程中，受到了很多启发，感受到走服务标准化的道路也许是家装企业走出瓶颈，持续增长的发展之路。2007年7月1日，DB32/T 1045-2007《住宅装饰装修服务规范》正式发布实施。

二、标准化工作进程

2007年10月份，公司被江苏省质监局定为江苏省唯一一家建筑装饰装修行业服务标准化试点单位，为此企业从以下一个方面开展试点工作：



(一) 成立标准化领导小组。2007年10月,确立服务标准化领导小组人员及主要领导人,建立领导小组人员标准化实施职责说明书,并向小组成员宣贯到位,并及时下发服务标准化工作小组任命书,向全体员工公示专兼职标准化工作人员及主要职责。

(二) 制定标准化工作规划及工作计划。2007年10月,制定了标准化实施方案及实施任务计划书对领导小组人员进行宣贯,之后制定了标准化工作开展总体计划和各个部门标准化实施计划。

(三) 试点启动和动员。2008年1月,召开了恒晶“服务标准化实施”动员大会。公司全体员工及部分材料商伙伴参加了此次会议。

(四) 拟写标准流程作业指导书及配套标准。自2008年1月份起,标准化领导小组根据公司实际操作流程,经过三十多次的研讨与汇总,于2008年3月份编制成了《住宅装饰装服务标准作业指导书(试行版)》,指导书涉及了住宅装饰装修从咨询、设计选材、预算和签订施工合同、施工、售后5大阶段,118个节点,197项服务内容,详细规范了住宅装饰装修各项细节的服务标准。在规范公司服务流程的同时,公司还对各项管理制度进行了重新梳理,从人力资源管理程序、行政管理、财务管理、材料采购管理、质检监督管理等方面重新规范公司管理体系,作为住宅装饰服务标准的配套标准,保障公司标准化试点工作的顺利推进和开展。

(五) 培训。2008年3月开始,各部门对标准内容集中讲解培训,并在2008年4月-2009年8月,实施过程中不定期进行宣贯、培训考核和考核评估

(六) 标准实施一试运行。2008年4月至2009年9月,标准化流程、规范在公司试



运行,并实施标准检查。包括:

一是集中检查:每季度实施一次,由标准化领导小组具体组织实施,对检查不合格的及时落实整改。二是专项检查:由专业部门组织开展,检查结果及时分析和纠偏。三是日常检查:由各部门负责人组织、实施,适时邀请相关责任部门派员参加。四是台帐检查:每年度进行一次,主要检查各部门标准实施的相关记录。五是不定期抽查:由标准化领导小组具体组织实施,对检查不合格的及时落实整改。

(七) 标准实施—持续改进。2008年9月,召开标准化改进工作会议,经过半年的实践对《住宅装饰装修服务作业指导书》及相关配套标准进行了第一次修订。

2009年8月,对《住宅装饰装修服务作业指导书》及相关配套标准进行了第二次修订,经过对原稿的三十多次讨论,修改了原稿45%的内容后,最终形成《住宅装饰装修服务作业指导书(2009版)》。

2009年11月,恒晶装饰《住宅装饰装修服务作业指导书》进行发布,正式运行,并以此要求开发第三版《恒晶信息管理系统》。

2014年2月,对《住宅装饰装修服务作业指导书》及相关配套标准进行了第三次修订,经过半年的讨论修正,2014年7月最终形成《住宅装饰装修服务作业指导

书（2014版）》。

（八）推进标准化服务的困难。家装行业低门槛的现状，员工长期不规范的操作行为，客户的不理解，都给推行标准化的进程带来巨大的阻力。作为公司来说，要增加质检、客户经理等岗位，增加管理成本，而且如果操作不好，还显得人浮于事，效果不佳。指导书对公司的员工原来的工作习惯是颠覆性的，一切都必须按流程去做，看似简单的事变得复杂了，原来一个设计师可以搞定咨询、设计、选材、施工指导等多项工作，现在除了设计与施工指导之外其他工作均有专人负责，并且每个工作环节间都有规范化的标识流转，以传达客户需求的准确信息，另外在每个环节的节点上，尤其是在施工环节上，不凭经验做事，都有一套指导的标准。譬如说，家装的施工工期也是反映家装管理的主要指标，由于家装的实施过程是公司与客户之间互相配合的过程，过程中有设计的变更，有些材料是公司提供，有些材料又是业主自购，在配合上经常出现信息不对称的问题，再加上大多数的业主认为慢工出细活的想法，所以往往二个月的施工计划要持续近半年。在试点过程中，针对这个问题，公司先分析了工期不能按计划完成的原因，发现主要集中在三个方面：一是先期设计师没有完全按照房屋的现状设计与与业主的沟通



不到位，造成施工过程中的变更较多；二是在开工前没有把所有的主要材料确定，以至于在施工中为了等材料到场只能做做停停；三是施工过程中由于计划性不强，项目经理在施工人员的安排上不到位。鉴于以上三种主要情况，在流程的从设计到施工的移交环节上要求项目部增加对设计人员图纸与预算的审核，如果达不到施工条件及时进行调整，对于要使用的主要材料，不管是公司代购还是业主自购，都要求能确定下来，一切都靠固定的表识流转，如具备了施工条件，项目经理再根据项目及流程作业指导书上的标准化流程做施工组织计划。对于这样的要求，开始的时候业主也非常埋怨，项目经理更是怨声载道，认为没必要这么严格的做。但经过这样的操作，节奏紧凑了，工作效率提高了，二年多的试点实践下来，按期完工率从试点前的不到30%提高到了80%。现在通过信息系统的操作，预算产生后就能根据标准化作业流程自动产生施工工期了，就能产生更科学的管理了。

三、综合成效

经过试点工作的逐渐深入，最终取得了以下的成效：

（一）标准化意识。管理者牢固树立了标准化管理理念，全体员工标准化意识明显增强，在公司内部形成了学标准、讲标准、用标准的良好氛围。

（二）服务质量。公司按图施工出错率大幅降低，施工质量显著提高；顾客满意度明显提高，客户回访满意度达到92%以上，公司维修率较同比下降48%，按期完工率达到80%，合同单量由2007年前的6.8万提升到目前的20.5万。

（三）社会效应。通过公司全体成员在



服务过程中标准的执行及宣传，在服务客户中获得了良好的口碑，通过《常州日报》、《常州晚报》、常州电视台等媒体对标准化工作的宣传，以及与常州市标准化协会合作组织多次专场讲座对服务标准化的宣导，在常州市民心中取得了较高的评价。

（四）品牌效益。获得了“全国住宅装饰装修行业百强企业”、“常州市知名商标”等社会荣誉称号。

四、标准化项目后续管理

2010年4月，公司以97分的高分通过了省级服务标准化试点单位的验收，也是对我司二年多试点工作的肯定，更是增加了我司开展标准化服务的信心。继续加强对员工及客户的标准化服务宣传工作，规范内部管理，确保标准化服务的执行与实施的监督检查，纠错和改进，使其符合不断发展的社会要求，是公司今后长期的工作。服务标准化流程化的核心是客户的价值需求，更是整合行业资源的基础，恒晶装饰公司的企业使命是“让装修像买汽车一样轻松”，要实现这个目标必须走整合行业资源的道路。所以，恒晶公司在经历了标准化试点工作之后，真正找到了自己的定位与核心竞争力，为今后的发展明确了方向，“做整合最佳住宅装饰装修资源与服务的领跑者”是公司的愿景。