

T/ZTAC

团 体 标 准

T/ZTAC XXXX—2025

商业综合体管理与服务规范

Management and service standards for commercial complexes

(征求意见稿)

2025 - XX - XX 发布

2025 - XX - XX 实施

浙江省商贸业联合会 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 基本原则	1
4.1 预防优先	1
4.2 快速响应	2
4.3 数据驱动	2
4.4 价值共生	2
5 服务要求	2
5.1 数字化服务	2
5.2 智能化服务	2
5.3 投诉快速相应服务	2
5.4 “价值共创”服务	2
6 管理要求	2
6.1 制度管理	2
6.2 商户管理	3
6.3 人员管理	3
7 评估与改进	3
7.1 评价指标	3
7.2 评价方式	3
7.3 内部审核	3
7.4 外部评估	3
7.5 反馈机制	4

前 言

本文件按照GB/T 1.1—2020《标准化工作导则 第1部分：标准化文件的结构和起草规则》的规定起草。

请注意本文件的某些内容可能涉及专利。本文件的发布机构不承担识别专利的责任。

本文件由浙江省商贸业联合会提出并归口。

本文件起草单位：

本文件主要起草人：

商业综合体管理与服务规范

1 范围

本文件规定了商业综合体管理与服务规范的术语定义、基本原则、管理要求、服务要求、评估与要求的内容。

本文件适用于商业综合体的管理与服务，其他商业服务场所可参照执行。

2 规范性引用文件

下列文件中的内容通过文中的规范性引用而构成本文件必不可少的条款。其中，注日期的引用文件，仅该日期对应的版本适用于本文件；不注日期的引用文件，其最新版本（包括所有的修改单）适用于本文件。

GB/T 19001 质量管理体系要求

GB/T 40754 商场公共设施服务规范

SB/T 10962 商品经营企业服务质量评价体系

T/GBOMA 006 商业综合体物业管理服务质量标准

3 术语和定义

下列术语和定义适用于本文件。

3.1

商业综合体 Commercial complex

以零售、餐饮、娱乐等功能为主，集合游览、休憩、办公、住宿等综合服务功能于一体，商业营业面积占建筑总面积30%以上且商业营业面积达3万平方米以上，统一管理和运营的综合商业服务设施。

3.2

运营方 operator

商业综合体运营者。

3.3

商业租户 tenant

在商业综合体内租赁经营的商户，包括主力店、次主力店、专业店、专营店、品牌店等以及提供各种服务的商户（包括联营商户）。

3.4

顾客 customer

购买并使用某种产品或接受某种服务的主体，包括个人和组织。顾客包括潜在顾客。

4 基本原则

4.1 预防优先

建立常态化风险监测机制，通过动态数据采集、智能分析和分级预警实现风险早识别，配套跨部门协同处置与闭环管理流程，将矛盾化解从被动响应转向主动干预，形成监测-评估-处置-优化的预防型治理闭环。

4.2 快速响应

针对问题诉求首次响应时间不超过15分钟，实时跟进问题解决进度，办结并给予反馈时间不超过48小时。

4.3 数据驱动

通过数据采集整合投诉热线、网络犯规等多源诉求，结合窗口服务时长、办结率等运营指标构建动态评价模型，分析解决矛盾的整个过程，优化决策。

4.4 价值共生

以商户能力提升与消费者权益保障为核心双驱，通过建立标准化服务评价体系，整合商户经营数据与消费者反馈信息，运用动态平衡模型优化资源配置机制，构建商户成长与消费者满意的共赢生态。

5 服务要求

5.1 数字化服务

5.1.1 整合来自快速响应渠道的诉求数据、商户经营数据、物业能耗数据、消费者行为数据等，进行精准分析，驱动管理决策和流程再造。

5.1.2 部署信息发布系统，通过大数据分析优化动线设计。集成消费行为分析平台，实现精准营销（如小程序卡券推送）。

5.2 智能化服务

5.2.1 建立智能安防系统，应用人脸识别摄像机实现出入口管控，结合行为分析算法检测异常活动。消防系统联动烟感、喷淋与应急广播，通过VLAN划分保障各子系统独立运行。

5.2.2 商场开通绿色通道、停车引导等服务，设置智能停车系统，支持车牌识别和数据统计分析。

5.3 投诉快速相应服务

5.3.1 线上“绿色通道”平台：开发/集成统一的移动端（小程序/微信公众号）及PC端服务平台，实现诉求提交、进度追踪、结果评价全流程可视化。

5.3.2 线下“网格化”服务站点：在商业体内关键区域（如服务台、楼层管理点、商户聚集区）设立标准化的“枫桥服务驿站”或配置流动服务专员。明确站点/人员职责、服务范围、响应时限标准。

5.3.3 矛盾三级预警：针对关键风险指标（如高频投诉类型、租金/费用缴纳异常、合同履行争议、环境卫生/安全隐患举报等），制定信息采集规范，并进行分级预警，明确各级别预警对应的响应部门“15分钟响应”和初步处置要求。

5.4 “价值共创”服务

5.4.1 “成长伙伴”服务包：对商户入驻、装修、开业、日常运营、营销活动、政策咨询等全生命周期服务提供支持，同时提供经营分析报告、资源对接、培训赋能等增值服务。

5.4.2 消费者“无忧体验”制定涵盖咨询、投诉、建议、求助等场景的标准化服务响应流程，规范先行赔付、紧急求助等特殊情形的处理原则和流程，明确服务承诺。

6 管理要求

6.1 制度管理

6.1.1 制度宣传与培训

定期组织员工培训，确保其了解管理与服务运营制度及执行要求。

6.1.2 责任分工

各部门明确运营责任，指定专人负责落实，并设立监督小组定期检查执行情况。

6.1.3 流程优化

针对问题不断优化流程，对核心流程进行精细化拆解，编制步骤清晰、责任明确的标准操作规程。

6.1.4 整改与改进

针对问题制定整改计划，明确责任人和整改期限，确保问题得到有效解决；建立满意度结果分析与服务改进措施，形成PDCA循环。

6.2 商户管理

6.2.1 商户双维筛选

发布招商白皮书，明确产业目录（优先引入品牌形象好、服务满意度高的企业），将可持续发展能力（如低碳实践、环保供应链等）列为商户入驻的核心评估指标，形成“品牌—责任”双维度招商。

6.2.2 商户三色治理

制定商户经营管理条例，通过红、黄、绿三色标识把不同商户进行分类，实现问题早发现、早干预、早化解。对表现优秀的商户给予免费策划活动、免费广告位、免费促销点位、免费停车券等奖励。

6.2.4 社区多元共治

成立商户议事厅，聘请消费者监督员，联合政府、社区、商户、消费者等多方共同治理，优化流程，畅通渠道。

6.3 人员管理

6.3.1 人员能力要求

能源管理岗位需掌握节能法律法规及碳中和相关政策，具备能源采购、用能设备操作等专业技能；运营人员熟悉绿色服务流程（如垃圾分类指导、节能宣传）。

6.3.2 培训与认证

营运人员需通过管理与服务运营相关课程考核后方可上岗，定期组织管理技术、客户服务等专题培训（每年 ≥ 2 次）；操作人员需通过管理与服务专项考核。

6.3.3 考核指标

增设管理与服务考核指标，其中能源绩效（如能耗降低率）占考核权重 $\geq 30\%$ ，投诉响应时间占20%，服务满意度（如消费者反馈）占20%。

6.3.4 激励措施

设立管理与服务运营专项奖励基金，绩效结果与晋升、培训资源挂钩。

7 评估与改进

7.1 评价指标

环境与设施设备、商户满意度、顾客满意度、绿色绩效、服务管理五个方面开展商场评价。

7.2 评价方式

评价方式包括企业自评、第三方评估和政府抽查。

7.3 内部审核

定期进行内部审核，评估制度执行的有效性，提出整改建议。

7.4 外部评估

邀请第三方机构进行管理和运营评估，根据评估结果优化管理策略。

7.5 反馈机制

设立意见箱及反馈渠道，鼓励员工和顾客提出建议，促进持续改进。
