

# DB3203

## 徐 州 市 地 方 标 准

DB 3203/T 1036—2023

### 商旅文体验式商业购物中心运营服务规范

Specification for operation and service of experimental commercial  
shopping centers for business tourism and culture

2023 – 10 – 13 发布

2023 – 11 – 01 实施

徐州市市场监督管理局 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 总体要求 ..... 1

5 运营管理要求 ..... 2

    5.1 经营场所管理 ..... 2

    5.2 招商管理 ..... 2

    5.3 市场营销管理 ..... 3

    5.4 售后服务管理 ..... 3

    5.5 信息化管理 ..... 3

    5.6 档案制度管理 ..... 3

    5.7 租赁业务管理 ..... 4

    5.8 消防安全管理 ..... 4

    5.9 监控管理 ..... 4

6 服务要求 ..... 5

    6.1 顾客服务 ..... 5

    6.2 商户服务 ..... 6

7 服务评价与改进 ..... 7

    7.1 服务监督评价 ..... 7

    7.2 服务投诉处理 ..... 7

    7.3 服务改进 ..... 7

参考文献 ..... 8

## 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。

本文件由徐州市商务局提出并归口。

本文件起草单位：徐州月星环球港商业管理有限公司、中国检验认证集团江苏有限公司徐州分公司、徐州市文化旅游集团有限公司、徐州金鹰国际实业有限公司。

本文件主要起草人：马萃颖、董仲书、邵静、祖培娜、张艳丽、王丹卿、郑浩、张硕、王子瑶、高健、薛梅。

# 商旅文体验式商业购物中心运营服务规范

## 1 范围

本文件规定了商旅文体验式商业购物中心的总体要求、运营管理和服务要求，描述了对应的证实方法。

本文件适用于商旅文体验式商业购物中心（以下简称“购物中心”）的运营管理与顾客、商户的服务。

## 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 2893.5 图形符号 安全色和安全标志 第5部分：安全标志使用原则与要求

GB/T 10001.1 公共信息图形符号 第1部分：通用符号

GB 22337 社会生活环境噪声排放标准

GB 31654 食品安全国家标准 餐饮服务通用卫生规范

GB/T 36309 公共文化资源分类

GB/T 38849 绿色商场

GB/T 40248 人员密集场所消防安全管理

GA/T 1459 大型群众性活动安全检查规范

T/CUCO 4 购物中心信息系统建设与应用规范

## 3 术语和定义

下列术语和定义适用于本文件。

### 3.1

**商旅文体验式商业购物中心** experimental commercial shopping centers for business tourism and culture

将个性化、主题化、场景化、沉浸化、交互化体验方式，同商业购物、餐饮酒店、文化旅游娱乐等多功能商业服务融为一体的全业态商业综合体。

### 3.2

**经营场所** business place

供商业服务企业进行商品交易活动、服务活动和体验活动的场地。

## 4 总体要求

购物中心应符合但不限于以下总体要求：

——贯彻“预防为主、防消结合”的消防工作方针，严格遵守消防、安全法规，履行消防安全职责，健全消防安全管理制度，完善消防安全操作规程，确保购物中心的消防安全；

- 准确定位购物中心的顾客市场和文化主题，科学合理地规划商业业态和功能布局；
- 通过沉浸式场景塑造、传统文化内容运营、潮流与传统碰撞的呈现方式，提升顾客购物消费的价值体验感；
- 建立完善的运营、服务管理体系，实施统一、高效的品牌管理和营销策划，提升购物中心的社会影响力及感召力；
- 运营管理满足高效、专业、协同的组织原则，实现运营管理目标最佳化；
- 利用现代信息技术和大数据分析手段，精准了解顾客不断变化的需求；
- 坚持以顾客需求为导向，有效提升综合服务能力，为顾客提供更加多样化、个性化、便利化的产品与服务。

## 5 运营管理要求

### 5.1 经营场所管理

- 5.1.1 购物中心应采取统一运营管理模式，指导、协调、服务、监督各类经营场所内的经营活动。
- 5.1.2 购物中心各类经营场所须具备合法完备的执业手续，证照齐全。
- 5.1.3 购物中心应建立完善的运营管理制度，对入驻商户进行资质审查、合同签订、建立档案、管理服务、沟通维护、监督指导等，规范入驻商户的经营行为，共同维护经营场所正常的经营秩序，为顾客提供良好的购物环境。
- 5.1.4 购物中心的建筑、装修、装饰、设备、设施、经营项目和运行管理应符合安全、消防、卫生、环境保护等有关法规标准的规定，餐饮场所的卫生还应符合 GB 31654 的要求。
- 5.1.5 购物中心内应按 GB/T 36309 梳理文化资源，挖掘文化特色，明确文化主题，具有展示本地区历史文化风貌的文化符号和标志性景观。

注1：文化符号指代表本区域为人们所熟知的具有深厚文化内含的标志物、著名人物或重大事件等。

注2：标志性景观应包括具有本区域特色的游览景点、历史建筑、名人故居、博物馆、文化艺术馆等文化景观。

- 5.1.6 购物中心应按 GB/T 2893.5、GB/T 10001.1 的规定设置标识、标牌，做到系统完整统一规范。
- 5.1.7 购物中心应保持环境整洁，建筑物外观、门面装饰、招牌、户外广告设施及卫生设施应保持完好，无违章设摊、搭建、堆放等现象，符合城市市容和环境卫生的规定。
- 5.1.8 购物中心应通风良好、光线充足、温度适宜，通过合理控制声源、降低噪音污染，确保其噪声排放符合 GB 22337 的规定。
- 5.1.9 购物中心环境照明应符合相关规定，并定期对供电设施、用电设备进行安全检查和维护。
- 5.1.10 购物中心应有节电、节水设备设施和管理措施，符合 GB/T 38849 中的相关规定。
- 5.1.11 购物中心应提供便民服务设施，包含休闲座椅、母婴室、行李寄存区、无障碍卫生间/通道、非机动车/机动车停车位等。

### 5.2 招商管理

- 5.2.1 购物中心应根据市场定位、文化主题、经营目标等要求，制定科学合理的招商计划，包含市场分析和定位、目标客户群体分析、产品或服务定位、投资方案、市场推广策略、商户合作细则和合同条款、风险评估和内控管理、品牌推广和声誉建设以及大数据分析和运营优化等内容。
- 5.2.2 购物中心应利用各种媒介发布招商信息，通过各种渠道搜寻租赁商户信息，并建立有效的商户数据库，筛选潜在意向商户。
- 5.2.3 对意向商户的公司规模、品牌、经营实力、行业类别、租金承受能力等方面进行评审，筛选符合购物中心市场与文化主题定位的优质商户签订租赁合同。

### 5.3 市场营销管理

5.3.1 购物中心应定期开展市场调研，对行业动态、外部竞争对手的经营情况进行摸查，有效指导开展市场营销推广。

5.3.2 购物中心拟定品牌形象定位及宣传计划，应制作项目推介和宣传资料，并通过各类媒体进行宣传。

5.3.3 购物中心应利用数字化多媒体渠道，通过数据采集和分析、营销推广、虚拟现实、人工智能等数字化营销方式，提升顾客体验，降低营销成本，实现高效和精准的营销效果。

5.3.4 购物中心应根据市场定位、文化主题，结合行业竞争和商户需要，拟定经营指标、总体经营规划和营销推广策略，定期组织商户开展各种形式的市场推广、宣传促销活动。

5.3.5 购物中心营销策划活动宜有非物质文化遗产展示、本地特色节庆、文化展示体验、街头艺术展示等活动。

注3：本地特色节庆活动是指本地区在固定或不固定的日期内，以特定主题活动方式，约定俗成、世代相传的一种社会活动，如徐州伏羊节。

### 5.4 售后服务管理

5.4.1 购物中心应设置售后服务机构，建立完善的售后服务管理体系。

5.4.2 购物中心应制定顾客退换货、顾客投诉处理制度，为顾客提供完善的售后服务。

5.4.3 购物中心应开通客户服务热线，并在显著位置公示售后服务制度、服务项目、服务价格、服务承诺等信息。

5.4.4 购物中心应建立和维护商品(服务)顾客档案，掌握顾客的使用(体验)情况，提供商品使用(服务项目)咨询服务。

5.4.5 购物中心应为顾客提供快递送货上门服务。

### 5.5 信息化管理

5.5.1 购物中心应建立信息管理系统，符合 T/CUC0 4 相关规定要求。

5.5.2 信息系统应体现统一管理、资源共享的理念，为商户和顾客提供便利的商业服务。

5.5.3 信息系统应对各类信息进行精细化管理，包含市场、客流、商品、收银、合同、服务项目、商户、会员服务等信息。

5.5.4 购物中心应定期收集和整理运营管理、市场销售、客户服务等数据信息，并对信息进行分析、处理，为购物中心的运营管理决策提供信息支持。

5.5.5 购物中心应支持消费者多元化数字支付需求，包含银行卡支付、第三方支付、电子钱包支付等方式，宜实现各业态场景的统一收银，全面掌握各业态店铺流水，高效对账，提升整体的运营管理效率。

### 5.6 档案管理制度管理

5.6.1 购物中心档案管理宜包括但不限于以下内容：

- a) 物业管理档案；
- b) 商户管理档案；
- c) 人事管理档案；
- d) 设施设备管理档案；
- e) 安全管理档案；
- f) 财务管理档案；

g) 租赁管理档案。

5.6.2 购物中心应制定完善的管理方案和工作流程，并有具体的落实措施和考核办法，宜包含但不限于以下内容：

- a) 招商管理制度；
- b) 市场营销管理制度；
- c) 人事管理制度；
- d) 运营管理制度；
- e) 财务管理制度；
- f) 设备管理制度；
- g) 租赁管理制度；
- h) 消防安全管理制度。

## 5.7 租赁业务管理

5.7.1 购物中心应建立经营租赁台帐，对商户信息、租赁面积、合同期限、租金等主要信息应进行记录，定期对租赁台帐进行更新汇总，并开展租赁业务分析。

5.7.2 购物中心应制定详细的租赁业务手续办理流程，规范开展日常租赁业务。

5.7.3 购物中心应建立租赁合同制定、修订、审批制度，签订租赁合同后，协助商户及时完成经营证照办理等工作。

5.7.4 购物中心应定期拜访商户，及时了解商户经营情况及扩租、续租需求，预先制定经营风险应对措施。

5.7.5 购物中心应制定租金收缴管理办法，监测租赁合同执行情况，及时完成租金收缴工作。

## 5.8 消防安全管理

5.8.1 购物中心的消防安全管理应符合 GB/T 40248 的要求，并采取有效的消防安全管理措施和先进的消防技术手段，确保具备可靠的消防安全条件。

5.8.2 购物中心应建立并落实安全风险分级管控和隐患排查治理双重预防工作机制，做好消防安全检查工作，及时消除消防安全事故隐患。

5.8.3 购物中心应加强全员消防安全教育培训，强化消防安全意识。

5.8.4 购物中心应与商户签订独立的安全管理协议，明确双方的安全管理责任，并将商户的安全管理工作纳入购物中心的安全管理体系。

5.8.5 购物中心应制定并实施安全事故应急救援预案，并定期开展应急预案的培训及演练，保持应急预案的适宜性、可操作性。

5.8.6 如突发事件发生时，购物中心应立即启动应急预案，迅速展开指挥协调、信息报告、紧急处置、秩序维护、抢险救援、后勤保障等工作。编制突发事件处理报告，内容包括处置过程、原因调查、结果评估、预案改进建议等，向相关行政主管部门报告并做好记录。

5.8.7 经营场所举办大型群众性活动应按属地公安机关审批许可提出的要求配置安保力量，并应符合 GA/T 1459 的相关要求。

## 5.9 监控管理

5.9.1 购物中心应设置监控室，监控室环境应符合系统设备运行要求，定期进行检查和检测，确保监控系统功能正常。

5.9.2 购物中心消防监控管理员应通过专业培训，并获得相关部门要求的消防监控员资格证书。

5.9.3 购物中心监控室应实施全天 24h 监控管理并保持相关记录完整，监控的录入资料，有特殊要求

的应复制备份，查阅应经授权人核准。

5.9.4 接到报警信息后，购物中心应及时对现场进行核实并记录，发生紧急或异常情况时，应报告并启动相应预案。

5.9.5 购物中心监控录像资料、报警记录不应删改及扩散，应当至少留存 30 日备查。

5.9.6 对大型群众性活动的关键区域、通宵营业区域等，购物中心应进行跟踪监视。

## 6 服务要求

### 6.1 顾客服务

#### 6.1.1 接待服务

6.1.1.1 服务人员应具有符合岗位要求的文化程度、健康证明和相关职业技能等，技术(专业)服务人员应持有相应的专业资格证书。

6.1.1.2 服务人员应统一着装、佩戴标志，仪表仪容端庄整洁。

6.1.1.3 服务人员应业务熟练、举止大方、行为规范、待客热情。

6.1.1.4 服务专业岗位人员应按规定持证上岗。

6.1.1.5 服务人员应具有良好的职业道德和职业素养，了解经营场所布局环境、安全出口和疏散通道位置以及应急救援职责，熟悉使用应急设备，并能根据相关应急情景进行处置。

6.1.1.6 服务人员应擅于与顾客交流，使用标准服务礼貌用语，表达准确流畅，有条件的经营场所宜配备懂英语、手语的服务人员。

6.1.1.7 餐饮场所从业人员应每年至少进行一次职业健康体检，取得健康合格证明后方可从事餐饮服务

工作。

6.1.1.8 旅游娱乐场所服务人员应掌握本岗位所需的专业知识以及有关应急处置措施。

#### 6.1.2 收银送货服务

6.1.2.1 购物中心应制定收银、送货操作规范和业务流程，并提供有效的购物或服务凭据。

6.1.2.2 针对人工收银方式，服务人员应指引顾客到收银台付款，在收款时应迅速、准确。

6.1.2.3 针对无人自助收银方式，应提供自助付款操作流程，并设置服务人员提供指导。

6.1.2.4 包装并协助顾客装好已结帐的商品，并提示顾客检查数量、规格、型号、外观、配件及注意事项等。

6.1.2.5 顾客付款后，应提醒顾客带好购买的商品和个人物品，以免丢失、遗忘，顾客遗失物品应及时通知并交予有关部门处理。

6.1.2.6 购物中心应提供礼品包装服务，大件物品需提供包扎服务。

6.1.2.7 购物中心应提供送货等服务，服务人员应做好预约登记，按约定时间、地点上门服务，服务结束后，请顾客验收确认；有特殊情况不能按约定上门服务的，应提前告知顾客，取得谅解并另行约定。

#### 6.1.3 咨询服务

6.1.3.1 购物中心应在明显位置公示公布服务项目，常规的服务项目宜包含但不限于：导购咨询、预订服务、缺货登记、VIP 卡类的办理、促销赠券、停车券、礼品包装、店内广播工作、送货上门、安装调试、投诉登记和其他便民服务等。同时为老、弱、病、残、孕、幼等特殊群体提供购物(服务)便利和必要的服务。有条件的可根据顾客需要，提供相关的附加服务、辅助服务和(导购)手册等。

6.1.3.2 购物中心应向来访者提供标准化服务，做到接待规范，使用礼貌用语，信息传递及时。



6.1.3.3 购物中心应建立接待档案，记录经营场所销售商品(提供服务)及售后维修(售后服务)有关资料。

6.1.3.4 购物中心宜为顾客提供租用雨伞、儿童手推车和轮椅等服务。

6.1.3.5 购物中心应公示有偿服务项目的服务内容和收费标准，方便顾客了解和监督。

#### 6.1.4 安防服务

6.1.4.1 维持服务区域内正常秩序、清洁卫生及公共设施设备。

6.1.4.2 熟悉经营场所功能分布情况，为有需要的顾客指路、带路。

6.1.4.3 人流高峰期应提醒顾客有序乘电梯，不要拥挤，避免发生意外事故。

6.1.4.4 善于发现各种事故隐患和可疑人员，并及时正确的处理各种突发事情。

#### 6.1.5 交通服务

6.1.5.1 购物中心应制定交通安全管理制度，规范区域内的交通管理，设置高峰期交通安全应急预案，以确保区域内交通秩序的正常。

6.1.5.2 有条件的经营场所可在附近的主干道上设置引导屏，为顾客提供停车场(库) 车位情况、附近停车场(库)指引等相关信息。

6.1.5.3 关于停车场引导屏的设置和对接停车信息管理和发布平台的相关内容应符合相关法规标准的要求。

6.1.5.4 有条件的经营场所宜提供代客泊车服务、为顾客和游客提供定点的接送服务，如机场、高铁站等。

6.1.5.5 对需要配备交通设施的旅游娱乐场所，其交通工具应安全可靠，交通路面应符合交通工具及道路交通的要求，并与景观艺术、人文及生态环境要求相适应。

#### 6.1.6 网络通讯服务

6.1.6.1 购物中心应确保经营场所公共区域无信号盲区，顾客通讯顺畅，宜提供免费 Wi-Fi 无线网络和设置网络公众平台，有条件的实现网上咨询和其他个性服务。

6.1.6.2 购物中心网络通讯管理工作应满足相关法规标准的要求，确保网络信息安全。

### 6.2 商户服务

#### 6.2.1 进驻和离场

6.2.1.1 商户进驻时，应按以下程序办理手续：

- a) 与商户签订合同，明示物业服务合同，提供服务手册和管理规范，指引商户填写和提供进场资料，讲解综合体管理规章制度，并建立商户档案；
- b) 提供水电气空调等服务，与商户确认有关读数；
- c) 按照双方签订合约按时交付场地、门钥等；
- d) 告知商户室内装修禁止行为并加强商户装修施工阶段的安全管控工作。

6.2.1.2 商户离场时，应按以下程序办理手续：

- a) 结算各项物业管理费用和水电气等费用；
- b) 依据商户提出的撤场需求，指引商户填写撤场资料；
- c) 告知商户室内装修拆除禁止行为并加强商户拆除施工阶段的安全管控工作；
- d) 联同商户对商铺进行设施设备安全检查，确保不遗留工程和安全隐患。

#### 6.2.2 报修维修服务

- 6.2.2.1 购物中心宜提供全天 24h 报修维修服务，有值班记录和报修记录。
- 6.2.2.2 报修宜 1h 内回复，小修项目宜 24h 内修复(预约修理除外)，急修项目限时修复，公示维修责任和维修标准。
- 6.2.2.3 维修服务应达到但不限于以下要求：
  - a) 小修急修及时率 100%；
  - b) 维修服务回访率 100%；
  - c) 有报修记录、回访记录、返修分析及处理记录。

## 7 服务评价与改进

### 7.1 服务监督评价

- 7.1.1 购物中心应建立顾客、商户服务社会监督机制与经营场所监督机制。购物中心应公布顾客服务承诺，应在显著位置公示投诉监督电话，接受社会对经营者服务质量的监督。
- 7.1.2 购物中心应建立服务监督评价相关制度，包括入驻商户监督管理制度、服务监督制度等。
- 7.1.3 购物中心应定期监督及检查入驻商户的经营行为和服务规范。
- 7.1.4 购物中心应定期开展自我评价、顾客服务质量和商户服务质量的满意度评价，评价结果应公开。

### 7.2 服务投诉处理

- 7.2.1 购物中心应设立便利、快捷、有效的投诉机制，建立规范的处理投诉流程，设置专职部门、人员及时处理商户或顾客投诉及建议。
- 7.2.2 公开投诉方式，设立入驻商户、顾客的意见反馈渠道/平台、网络投诉信息渠道/平台、建议登记本、意见箱等，保障投诉渠道畅通。记录投诉商户、顾客的姓名、电话、投诉问题等信息。
- 7.2.3 服务投诉处理应在 24h 内予以回应，对处理结果和投诉者满意度进行详细记录，并对处置情况及时回访。
- 7.2.4 购物中心应建立投诉档案管理制度，档案记录应保持真实性、完整性。

### 7.3 服务改进

- 7.3.1 购物中心应建立服务改进制度，当接收到顾客和商户服务投诉时，应及时分析投诉产生原因，制定并采取整改措施，跟踪整改措施的落实情况，消除或降低不合格服务给顾客和商户造成的不良影响。
- 7.3.2 购物中心应通过顾客和商户服务质量满意度、服务评价信息的收集与分析，确定整体服务质量改进计划，不断完善运营管理、服务管理规范，更好地满足顾客以及商户的需求。
- 7.3.3 购物中心宜采取有效激发全员服务积极性的方式开展表彰奖励活动。
- 7.3.4 购物中心应对服务不规范的工作人员提出警告，限期改进。
- 7.3.5 购物中心对多次被投诉的工作人员应重新培训，培训后仍不达标者不得安排上岗。
- 7.3.6 购物中心应建立服务质量管理体系，持续改进服务管理工作，不断提高顾客和商户服务质量。

参 考 文 献

- [1] GB/T 16868 商品经营服务质量管理规范
  - [2] GB/T 36681 展览场馆服务管理规范
  - [3] T/GZBZ 6 天河路商圈商旅文服务规范
  - [4] T/BJCC 1002 商业零售业服务质量管理通则
  - [5] 《国务院办公厅关于印发消防安全责任制实施办法的通知》（国办发〔2017〕87号）
  - [6] 《大型商业综合体消防安全管理规则（试行）》（应急消〔2019〕314号）
-