ICS 03.080.30

A 16

北京市地方标准

 DB11/T [×××]—[××××]

|  |
| --- |
| 北京市信息消费体验中心服务规范Service specification of Beijing information consumption experience center [点击此处添加与国际标准一致性程度的标识]（征求意见稿） （本稿完成日期：2021年9月3日） |

[××××]-[××]-[××]发布

[××××]-[××]-[××]实施

北京市市场监督管理局 发 布

目　　次

[前言 II](#_Toc48057430)

引言

[1　范围 1](#_Toc48057431)

[2 规范性引用文件 1](#_Toc48057432)

[3　术语和定义 1](#_Toc48057433)

[4　服务分类 2](#_Toc48057434)

[5　服务流程 3](#_Toc48057435)

[6　服务要求 3](#_Toc48057436)

 [6.1 服务提供者 4](#_Toc48057437)

[6.2　服务人员 4](#_Toc48057438)

[6.3　服务环境 4](#_Toc48057439)

[6.4　服务设施 5](#_Toc48057440)

[6.5　服务用品 5](#_Toc48057441)

[6.6　服务过程 5](#_Toc48057442)

[7.证实方法 6](#_Toc48057445)

前　　言

本文件按照GB/T1.1—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》给出的规定起草。

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这些专利的责任。

本标准由中关村现代信息消费应用产业技术联盟提出。

本标准由北京市经济和信息化局归口。

本标准起草单位：中关村现代信息消费应用产业技术联盟、贝壳找房（北京）科技有限公司、北京二六三企业通信有限公司、多点生活（中国）网络科技有限公司、曲美家居集团股份有限公司、艾迪普科技股份有限公司、腾讯科技（北京）有限公司、苏宁易购销售有限公司、重庆海尔家电销售有限公司北京分公司、北京五八信息技术有限公司、

本标准主要起草人：陈红、任光辉、粟璟艳、朱小玲、吴玉洁、刘一鹏、牛登林、张迪、孙慧贤、党金、柳姣红、张修、孙慧贤。

引言

随着社会的不断进步和发展，信息消费体验中心服务也受到各方面的关注。为了贯彻落实国家“放管服”的改革要求，促进信息消费服务组织职业化、规范化的管理方法，提高信息消费服务水平，因而制定了本文件。

本文件的制定依据目前北京市信息消费体验中心服务的实际情况，参考了国际标准化组织制定的质量管理体系标准，及国际标准化组织消费者政策委员会（ISO/COPOCLO)制定的《服务标准化指南》，为信息消费体验中心规范服务行为、提高服务质量提供指导。

信息消费体验中心服务规范

### 1.范围

本文件规定了信息消费体验中心的服务分类、服务流程、服务要求以及证实方法。

本标准适用于由北京市信息消费体验中心进行的相关服务规范。

### 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 50325 民用建筑工程室内环境污染控制规范

GB 3096 城市区域环境噪声标准

### 3.术语和定义

下列术语和定义适用于本文件。

3.1

信息消费 information consumption

一种直接或间接以信息产品和信息服务为消费对象的经济活动，涵盖生产消费、生活消

费、管理消费等领域。

3.2

体验中心 experience center

集展示、体验、销售、培训于一体的沉浸式体验消费场所，是以消费者体验为中心、以数据为驱动的泛零售形态。

注：体验中心提供必要的空间条件，具备线上服务、线下体验的融合服务能力，通过利用5G、云计算、虚拟/增强现实、全息投影、物联网、人工智能等新一代信息技术，提供场景式解决方案，展示文旅娱乐、教育培训、医疗健康、智慧养老、智能家居及新零售等领域丰富的信息消费新产品、新服务、新模式，普及信息消费知识技能、丰富信息消费体验、培养信息消费习惯、提高消费者满意度。

3.3

信息消费体验中心物业 information consumption experience center property

已建成并交付，用于商业经营使用的建筑物及其相关的设施、设备和场地。包括购物中心、综合 超市、百货店、专业专卖店等。

3.4

信息消费体验中心物业服务 information consumption experience center property service

按照物业服务合同约定，物业服务机构在商业主体范围内进行房屋及配套设施、设备和相关场地 的管理、维修、养护，维护相关区域内的环境卫生和秩序的活动。

3.5

信息消费体验中心消费者服务 information consumption experience center consumer service

给信息消费体验中心的消费者提供各种产品与服务或最终产品的服务者。

3.6

信息消费体验中心物业服务提供者 information consumption experience center service provider

给信息消费体验中心的配套设施、设备和相关场提供管理、维修、养护，维护相关区域内的环境卫生和秩序的服务者。

### 服务分类

服务分类见表1

表1：服务分类

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 序号 | 类别 | 说明 |
| 1 | 对商家服务 | 物业对商家提供的服务主要包括：a）接待服务；b）入住撤店服务；c）装修管理服务；d）保修服务；。e）特约服务 |
| 2 | 对消费者服务 | 商家对消费者提供的服务a）咨询服务；b）购物服务；c）广播服务；d）安全服务；e）保洁服务。 |

1. 服务流程

服务流程见图1

客户

商户/运营单位

客户进店

接待客户

意向咨询

费用结算

项目体验

客户离店

温馨提醒

接待服务

体验服务

产品选购

咨询服务

结算服务

离店服务

售后服务

投诉处理，服务评价

保修服务

电子商务

智能产品

数字服务

AR购物

虚拟购物

实体店

体验服务

科普服务

应急

培训

社区论坛

安全服务

保洁服务

广播服务

公共空间

休闲娱乐

金融服务

电影院

KTV

写字楼

饮食

购物

游戏室

提货服务

展示

试用

参观

服务介绍

宣传单

菜谱

预告片

转账

现金

电子支付

门店自提

自营配送

第三方物流

维修

退货

换货

促销宣传

活动引流

微信卡券

小程序

进场消费通知

纸媒广告

印刷海报

其他促销服务

试玩

试用

试食

客户服务流程图

触摸导航

体温检测

人数统计

广告机

机器人

电子显示屏

人脸识别

无人结算

智慧称

商家

运营单位

接待服务

商家咨询

接待

入驻服务

意向咨询

办理入驻

门店服务

区位选择

装修设计

产品陈列

参观体验

营销服务

营销推广

退出服务

离店/退出

交割服务

满意度调研

满意度评价

服务评价

运营管理

客流数据统计分析

前置仓管理分析

营销活动数据分析

全局数据分析

特约服务

供应商平台

店主权限

反向定制需求分析

门店管理系统

社群服务

商务办公

餐饮

娱乐

体验服务

商业服务

办公服务

室内设计

环境装修

装修管理

活动引流

微信卡券

小程序

进场消费通知

纸媒广告

印刷海报

其他促销服务

问卷调查

电话回访

商家服务流程图

装修服务

门店管理

配送管理

订单管理

库存管理

客户信息

商场系统支持

支付系统

图1：服务流程图

### 6.服务要求

6.1服务提供者

应设置相适应的体验中心服务机构，并符合以下要求：

a)应取得相应的合法经营资格；

b）应具备相应的服务场所；

c）应具备满足服务需求的设施设备；

d）应具有相应的管理机构、人员、措施和制度；

e）应采用信息化手段进行管理。

6.2 服务人员

6.2.1 人员基本资质要求

服务人员应具有下列基本资质：

a）普通服务人员应有合法的从业资格,专业服务人员有相应的职业资格证书；

b）人员应经岗前培训,合格后上岗；工作中应定期参加专业技能、法律法规、安全等相应的培训；

c）从事与货物直接接触的人员应每年进行健康体检并取得健康证明；

d）应掌握相关领域的专业知识和技能，具有相关领域的分析能力和职业判断能力；

6.2.2 学历及培训要求

服务人员应具有下列学历，并经过下列培训：

a）服务人员学历须本科及以上学历和中级以上，技术职称专业人数不低于80% ；

b）每年至少参加 2 次以上管理培训，每季度在岗培训不少于 12 学时；

c）30人以上的培训，研讨会，沙龙等活动每月举办一次以上。

6.3 服务礼仪要求

服务人员在进行服务时应符合下列礼仪要求：

a）仪容整洁干净，仪表大方得体，不得纹身，化浓妆；

b）佩戴饰物不应突兀，醒目。不应留长指甲，不应夸张美甲；

c）应讲普通话，服务对象有需求时，可使用方言或其他语言；

d）应态度耐心诚恳，语言清晰，音量适中，语速缓和；

e）应严守秘密，对用户秘密和经营秘密承担保密义务，维护用户的权益。

6.3 服务环境要求

6.3.1 综合类信息消费体验中心面积不应低于2000平方米。特色类信息消费体验中心应支持以多单位组成分布式格局，每个单面积不应低于100平方米。

6.3.2 空气质量应符合GB 50325、GB/T 18883以及GB/T 17093的相关要求。

6.3.3 环境噪声应符合 GB 3096 的相关要求。

6.3.4 地理位置应选择方便交通，靠近人群聚集的场所，方便用户购物，符合客流规律和流向的人群集散地段。

6.4 服务设施要求

6.4.1 按照体验中心的需求，应配备相应数量的计算机网络设施。

6.4.2 应保持不间断稳压电源运行状态、备用设备启动、地插、强弱电线路等处于正常状态。

6.4.3 应对空调，电梯等设施设备定期维护、保养，确保其性能稳定、使用正常。

6.4.4 应设置全覆盖的无线网络、信号稳定，使用流畅。

6.4.5 应在信息消费体验中心服务区安放监控设备，并保证设备正常工作。

6.5 服务用品要求

6.5.1 特定时期应配备消毒用品及测温设备。

6.5.2 卫生间客用品应配备齐全，供给充足。

6.5.3 一次性服务用品不应得重复使用，应对可重复使用的服务用品进行清洁和消毒。

6.5.4 服务用品的使用和处理应符合环境保护的相关要求。

6.6 服务过程

服务过程主要是分为，物业对信息消费体验中心的服务过程，信息消费体验中心对消费者的服务流程等两类。消费者可以在信息消费体验中心进行购物，餐饮，可以参加休闲娱乐活动，在此过程中，他们可以享受接待，餐饮接待，咨询，指导，前台等服务。消费者在信息消费体验中心体验过程中得到相应的指导和培训。在物业服务过程中，商家的服务按照接到任务，前期安排工作，参访当日工作安排，参观接待，接待结束，事件回顾总结，记录等步骤完成最终得到预期效果。

### 7.证实方法

7.1 对服务提供者的证实方法

对服务提供者定期进行检查，以确保符合6.1的要求。

7.2 对服务人员的证实方法

对服务人员定期进行检查，以确保符合6.2的要求。

7.3 对服务环境的证实方法

对服务环境定期进行检查，以确保符合6.3的要求。

7.4 对服务设施的证实方法

 对服务设施定期进行检查，以确保符合6.4的要求。

7.5 对服务用品的证实方法

对服务用品定期进行检查，以确保符合6.5的要求。

7.6 对服务过程的证实方法

 对服务过程通过监控设备进行监督，对违反服务过程要求的进行纠正，以确保服务过程符合6.6的要求。