

服务质量测评

服务认证技术规范

编号：CTS SEC-017-2025

版本号：第 1.1 版

前言

本规范由福建东南标准认证中心有限公司发布，版权归福建东南标准认证中心有限公司所有，任何组织及个人未经本公司许可，不得以任何形式全部或部分使用。

修订：附录 1 的服务抽样要求及测量标准；附录 2 权重。

制定单位：福建东南标准认证中心有限公司

主要起草人：林英

审核人员：李东山

批准人员：令狐菲

目录

前言	2
1. 适用范围	4
2. 规范性引用文件	4
3 术语和定义	4
4 管理要求	4
4.1 总要求	4
4.2 管理承诺	4
4.3 组织架构与职责	5
4.4 方针目标	5
4.4.1 服务质量方针	5
4.4.2 服务质量目标	5
4.5 支持	5
4.5.1 人力资源	5
4.5.2 基础设施	5
4.5.3 工作环境	6
4.5.4 信息资源	6
4.5.5 文件管理	6
4.6 策划	6
4.6.1 服务质量目标策划	6
4.6.2 服务过程策划	6
4.6.3 体系策划	6
4.7 实施	7
4.7.1 服务设计与开发	7
4.7.2 从业人员规划	7
4.7.3 服务提供	7
4.7.4 顾客沟通与互动	7
4.7.5 可追溯性	7
4.8 绩效评价	7
4.8.1 监视和测量	7
4.8.2 内部审核	8
4.8.3 数据分析	8
4.9 改进	8
5 服务特性要求	8
6 服务认证评价要求	12
6.1 认证原则	12
6.2 认证模式	13
6.3 认证结果	14
附录 1 服务特性测评	15
附录 2 服务管理评价	29

1. 适用范围

本技术规范的所有要求是通用的，适用于各种类型、不同规模和提供不同产品和服务的组织。

2. 规范性引用文件

GB/T 16868-2009 商品经营服务质量管理规范

3 术语和定义

3.1 服务

为满足顾客的需要，供方和顾客之间接触的活动以及供方内容活动所产生的结果。包括供方为顾客提供人员劳务活动完成的结果；供方为顾客提供通过人员对实物付出劳务活动完成的结果；供方为顾客提供实物使用活动完成的结果。

服务的提供可涉及，例如：

- 在顾客提供的有形产品（如维修的汽车）上完成的活动；
- 在顾客提供的无形产品（如为准备税款申报书所需的收益表）上完成的活动；
- 无形产品的交付（如知识传授方面的信息提供）；
- 为顾客创造氛围（如在宾馆饭店）。

3.2 质量

一组固有特性满足要求的程度。

4 管理要求

4.1 总要求

组织应建立、实施、保持和持续改进服务质量管理体系，以确保服务质量满足顾客需求和相关法律法规要求。该体系应覆盖与服务质量相关的所有过程，包括服务的策划、设计、提供、监控和改进等环节，且各过程之间的相互作用和接口应得到明确规定和有效管理。同时，组织应确保质量管理体系所需的过程得到识别、确定、实施、保持和改进，并形成文件，以证实体系的有效运行。

4.2 管理承诺

最高管理者应通过以下活动，对服务质量管理体系的建立、实施和持续改进作出承诺：

4.2.1 向组织传达满足顾客需求和相关法律法规要求的重要性，使全体员工理解并认同这一目标。

4.2.2 制定服务质量方针和目标，并确保其与组织的宗旨和战略方向相一致。

4.2.3 确保为服务质量管理体系的建立、实施和改进提供必要的资源，包括人力资源、基础设施、工作环境等。

4.2.4 明确各级管理人员和员工在服务质量管理中的职责和权限，促进全员参与服务质量改进活动。

4.3 组织架构与职责

4.3.1 组织应建立与服务质量目标相匹配的组织架构，该架构应涵盖服务策划、服务实施、服务监督、服务改进等各个环节，确保服务质量管理工作的全面覆盖。

4.3.2 明确各部门和岗位在服务质量管理中的职责和权限，且职责和权限的划分应形成文件。随着内外部环境的变化，组织架构应能够及时调整以满足服务质量管理的需求。

4.4 方针目标

4.4.1 服务质量方针

最高管理者应制定明确的服务质量方针，作为组织开展服务质量管理工作的指导思想 and 行动准则。方针应体现组织对服务质量的承诺，包括满足顾客需求、遵守法律法规、持续改进服务质量等内容，并确保全体员工理解和执行。

4.4.2 服务质量目标

基于服务质量方针，组织应制定具体、可测量的服务质量目标。目标应涵盖服务的功能性、可靠性、响应性、安全性、经济性和文明性等方面，且应与组织的发展战略和顾客期望相适应。目标应定期进行评审和更新，以确保其持续的适宜性和有效性。

4.5 支持

4.5.1 人力资源

组织应配备足够数量且具备相应能力的人员，以满足服务质量管理体系运行的需求。人员的能力应通过教育、培训、技能和经验等方面进行评估和确认。同时，组织应建立有效的人力资源管理机制，包括招聘、培训、考核、激励等，以确保员工能够持续满足岗位要求，并积极参与服务质量改进活动。

4.5.2 基础设施

为服务提供所需的设施、设备和工具等应得到合理配置和维护，确保其正常运行和满足服务质量要求。组织应建立基础设施的管理程序，包括采购、验收、安装、调试、维护、保养和报废等环节，以延长设施设备的使用寿命，提高其使用效率。

4.5.3 工作环境

组织应营造适宜的工作环境，包括物理环境（如温度、湿度、清洁度、照明等）和人文环境（如团队合作、沟通氛围、安全文化等），以促进员工的工作效率和服务质量的提升。

4.5.4 信息资源

组织应建立有效的信息管理系统，确保服务过程中所需的信息（如顾客信息、服务记录、质量数据等）能够及时、准确、完整地获取、传递、存储和使用。同时，应保护信息的安全性和保密性。

4.5.5 文件管理

4.5.5.1 文件管理体系应符合 GB/T 19001 等管理体系标准的要求，文件的编制、审批、发放、修订、回收等环节应有明确的规定和记录。

4.5.5.2 服务质量手册应明确服务质量方针、目标和管理体系的范围，程序文件应具有可操作性，作业指导书应具体、明确，能够指导员工的实际操作。

4.5.5.3 文件的修订是否及时，应根据内外部环境的变化、服务质量目标的调整等因素对文件进行更新。文件的回收和作废处理应规范，防止无效文件的误用。

4.6 策划

4.6.1 服务质量目标策划

组织应根据自身的服务特点、顾客需求和市场环境，制定可测量、可实现、具有挑战性且与质量方针相一致的服务质量目标。目标应分解到各个部门和岗位，并明确实现目标的时间表和责任人。

服务质量目标包括但不限于：

- a) 客户满意度；
- b) 服务效率；
- c) 服务失误率；
- d) 承诺履行率。

4.6.2 服务过程策划

针对服务的各个环节，包括服务的设计、提供、交付等，进行详细的策划。明确每个过程的输入、输出、活动、资源需求和控制方法，确保服务过程的有序进行。同时，应识别服务过程中可能存在的风险，并制定相应的预防和应对措施。

4.6.3 体系策划

根据服务质量目标和服务过程策划的结果，对服务质量管理体系进行整体策划。确定体系的范围、结构和文件框架，确保体系能够有效覆盖所有与服务质量相关的过程和活动。

4.7 实施

4.7.1 服务设计与开发

组织应根据顾客需求和市场调研结果，进行服务的设计与开发。在设计过程中，应考虑服务的可行性、安全性、经济性和环保性等因素，并进行必要的试验和验证，以确保服务设计满足预期的质量要求。

4.7.2 从业人员规划

- a) 组织应制定并实施从业人员的职业化培育规划制度，包括但不限于：
- b) 建立以提高工作责任心和热情为核心的激励机制；
- c) 建立并实施员工信息交流和满意率定期测评制度；
- d) 按计划开展素质教育、服务知识和技能培训，或采取其他措施以满足顾客需求；
- e) 定期评价从业人员培育的充分性、适宜性和有效性。

4.7.3 服务提供

按照服务策划和服务设计的结果，组织应组织实施服务提供过程。在服务提供过程中，应严格遵守服务规范和操作规程，确保服务的一致性和稳定性。同时，应加强对服务过程的监控，及时发现和纠正服务过程中的偏差。

4.7.4 顾客沟通与互动

组织应建立有效的顾客沟通机制，及时了解顾客的需求、意见和建议。在服务前、服务中及服务后，应与顾客保持良好的互动，为顾客提供必要的信息和支持，提高顾客的满意度和忠诚度。

4.7.5 可追溯性

组织应建立服务可追溯性制度，对服务过程中涉及的产品、服务项目、人员和设备等，应进行适当的标识，以确保其可追溯性。当发生服务质量问题时，能够通过标识快速追溯到问题的根源，采取有效的纠正和预防措施。

4.8 绩效评价

4.8.1 监视和测量

组织应建立服务质量监视和测量体系，对服务质量目标的实现情况、服务过程的运行状况以及顾客满意度等进行定期的监视和测量。监视和测量的方法应包括内部审

核、顾客满意度调查、过程绩效指标监测等。

4.8.2 内部审核

按照策划的时间间隔，组织应开展内部审核，以评价服务质量管理体系的符合性和有效性。内部审核应由具备相应资格和能力的人员进行，审核结果应形成报告，并针对发现的问题采取有效的纠正和预防措施。

4.8.3 数据分析

组织应收集、分析和利用服务质量相关的数据（如服务差错率、顾客投诉率、服务响应时间等），以评估服务质量管理体系的绩效，识别改进的机会，并为决策提供依据。

4.9 改进

组织应建立持续改进的机制，通过对服务质量管理体系的绩效评价和数据分析，识别存在的问题和改进的机会，采取有效的改进措施，不断提高服务质量水平。持续改进应贯穿于服务质量管理的各个环节，包括服务过程的优化、服务质量目标的提升、管理体系的完善等。

5 服务特性要求

5.1 销售服务流程

5.1.1 订单咨询

企业应向顾客提供线上或线下咨询服务。

5.1.1.1 线上咨询服务

1) 免费的服务热线，铃响三声（或 10 秒内）被接起，接线员准确告知顾客询问的业务信息，态度热情周到耐心，语速适中。

2) 回答咨询应专业合规，解答准确且覆盖用户需求，支持文字、语音、视频等多种形式沟通；系统功能稳定，无卡顿、闪退。

3) 用户信息加密存储，防泄露、盗用；咨询记录权限分级管理，仅授权人员可查阅。

4) 响应时效 ≤ 5 分钟，复杂问题需明确告知处理周期，且按时反馈进展。

5.1.1.2 线下咨询服务

1) 环境整洁、安静，温度适宜（18-26℃），避免干扰咨询过程。

2) 服务人员着装规范、态度礼貌，沟通时耐心倾听，不使用生硬用语，能现场解答或提供解决方案。

5.1.2 订单服务

5.1.2.1 企业应向顾客提供便捷的下单方式或渠道，以便快速接收顾客订单。

5.1.2.2 服务人员应明确告知顾客并指导其填写和（或）修改各项必填和选填的订单信息，包括：

- 1) 联系人、地址、联系方式等；
- 2) 购买产品的清单；
- 3) 购买产品包装或加工要求；
- 4) 支付及配送方式；
- 5) 发票抬头、内容等基本信息；

5.1.2.3 促销活动不损害顾客权益，主动说明产品性能、使用方法及注意事项。

5.1.3 订单处理和确认

5.1.3.1 如为线下订单，服务人员应准确、快速地处理顾客订单，平均处理时间不超过 20min。

5.1.3.2 如为在线订单，服务人员可通过电话、微信等各种渠道及时向顾客反馈订单处理情况，包括：

- 1) 正常配送的订单信息；
- 2) 订单无法履行的详细原因及后续处理方案的相关信息。

5.1.3.3 需要延期或分批送货的，服务人员应与顾客充分协调与沟通。

5.2 作业服务

作业服务包括挑选、加工、制作、包装、配送等过程。

5.2.1 挑选

企业应根据顾客订单的要求进行挑选。部分产品还需根据行业或产品的特殊要求进行操作，如生鲜蔬菜，还应去除腐烂、受损的菜叶等。

5.2.2 加工及制作

5.2.2.1 企业根据产品加工、制作的工艺要求或流程，对产品进行加工、制作，并符合顾客订单的要求。

5.2.2.2 对下列未进行相关约定的产品，企业应按照符合质量特性技术的要求进行加工和包装：

- 1) 整装产品应保持原包装要求，分装产品的包装应符合货物特性的技术要求。
- 2) 无行业规定包装技术要求的产品，包装应确保保护产品质量特性。

3) 应严格计量, 数量不得少于合同约定的数量。

5.2.2.3 企业应对产品进行标识, 包括:

1) 产品配送信息, 如收货方、生产批号、生产时间、配送目的地、数量、时间、人员、联系方式, 以及温度、食用时限等特定信息;

2) 适用时, 产品搬运及堆放的特殊要求, 如警示标志、冷藏运输条件等。

5.2.2.4 企业应在承诺时限内完成顾客要求的加工、制作、包装等作业服务, 作业服务的控制和结果应在合同约定的允许范围内。

5.2.2.5 企业应根据行业的特殊要求, 进行相应的操作, 如食品、餐品的留样管理。

5.2.3 配送

5.2.3.1 企业应根据产品的特点、配送范围(如3公里内1小时达)合理制定路线, 如为餐品、食品或生鲜农产品, 应优先配送, 避免延误。

5.2.3.2 企业应根据产品特性, 利用适当设施、设备, 高效、安全地装卸、配送产品, 如冷链运输, 保证食品农产品安全所需的温度、湿度等特殊要求。

5.2.3.3 对配送产品的装卸、配送作业应符合产品相关标志要求, 无标志要求的也不损坏产品外包装。

5.2.3.4 如配送食品、生鲜农产品, 使用的容器、工具和设备应当安全、无害, 保持清洁, 不与有毒、有害物品一同运输, 防止污染产品。

5.2.3.5 配送过程还应采取适当的防护措施, 如防水、防火、防晒、避光和防盗等。

5.2.3.6 安装导航系统、行车记录仪终端设备和通信设施。

5.2.3.7 配送用容器、工具、设备及车辆应定期清洁, 保持卫生。

5.2.3.8 配送人员

1) 驾驶员持有效驾驶证上岗, 如配送行业有特殊要求的, 还应取得相关有效证明, 如道路货运从业资格证、行业特许运输资格证等。

2) 安全行驶、文明用语。

3) 配送车辆的行驶线路规划应符合道路交通要求, 并关注路况变化。

4) 配送过程应对产品状态、车速、线路等进行实时监控, 发现意外及时予以解决。

5) 应安全、准确、及时送达, 遇突发情况导致配送车辆无法正常运行或运输延迟时, 应及时通知顾客。

5.2.3.9 交付

1) 交付人员应统一着装, 佩戴工作牌。

2) 规范用语，礼貌交接。

3) 准确核对送货地址和收货方身份。

4) 在交接现场完成产品数量的清点和确认，适宜时，打开包装物抽检，确保产品与单据一致。

5) 清晰填写交接单据，交由收货方符合条件的责任人当场签字确认。

6) 如有发生破损、货差等配送质量纠纷时，配送人员应和收货方进行责任界定，并在回单上批注，双方签字确认。

7) 交付人员应向顾客提供回单服务，不论是纸质回单或电子回单，均应在约定周期内及时完成，且内容应完整和准确。

5.2.3.10 若通过第三方物流进行配送，应提前推送第三方物流配送信息，包括配送范围、预计时效、物流单号及查询方式，同时提示商品验收注意事项（如生鲜需当场检查是否腐烂、冷藏食品需确认温度是否达标），帮助客户做好收货准备。

5.2.3.11 若因第三方物流责任导致商品延误、损坏或丢失，公司需为客户办理退款、重新补发或赔付，再与第三方物流协商后续追责，避免客户陷入“公司与第三方物流推诿”的纠纷，保障客户权益。

5.2.4 信息服务

5.2.4.1 企业应向顾客提供便捷的订单信息查询渠道，如：

1) 固定网络查询。

2) 移动网络查询。

3) 电话查询。

5.2.4.2 企业应向顾客提供实时、准确的订单信息查询功能，查询内容包括但不限于：

1) 订单处理状态。

2) 配送人员相关联络信息。

3) 预计送达时间。

4) 适用时，配送过程中发生的对配送进度有影响的意义事件。

5) 适用时，配送失败的原因及再次配送的时间。

5.2.4.3 企业应对顾客在服务过程中提供的相关信息进行有效的保护，当上述信息的使用范围超出当前订单或顾客明确同意的其他用途时，应明确告知顾客，并由其决定是否同意企业使用其信息。

5.3 收费

5.3.1 收费标准应透明，无隐性消费；提供清晰的价格明细及付费渠道。

5.3.2 线下收款

1) 确认客户身份、消费/服务金额，备好收款工具（POS机、收款码、现金箱等）。

2) 按金额选择收款方式（刷卡、扫码、现金），现金需当面验真伪、找零，非现金需确认到账提示。

3) 根据顾客需要，开具收据/发票，留存收款凭证，告知客户售后流程，整理款项并登记台账。

4) 规范用语，礼貌交接。

5.3.3 线上收款

1) 确认客户订单/合同金额与事由，提供线上收款方式（企业微信/支付宝收款码、银联支付、公对公账户信息：账户名+开户行+账号），提醒公对公转账需备注（如订单号），检查收款通道正常。

2) 如为第三方支付：发对应金额收款码 / 链接，实时查支付通知确认到账；如为公对公转账：让客户转款后提供凭证，登企业网银查收，核对金额、付款方及备注。

3) 发电子/纸质收款凭证（回单），更新订单支付状态与财务台账，归档支付记录/流水，定期核对流水与台账。

4) 应向顾客提供财务人员的联络方式，以备咨询。

5.4 售后服务

5.4.1 企业应有退货、换货等渠道，如未拆封预包装食品7天无理由退货；腐烂/变质生鲜食品24小时内无条件退换；餐食质量问题（如异物、变质）投诉后，20分钟内为顾客重新提供餐食或办理退款。

5.4.2 设立投诉联络方式，接到投诉后，12小时内响应，处理流程符合GB/T 17242《投诉处理指南》，处理结果需顾客确认并留存记录。

5.4.3 每季度走访大客户，每月回访10%顾客，收集反馈问题，每半年开展1次内部审核，验证改进效果。

6 服务认证评价要求

6.1 认证原则

6.1.1 第4章给出的服务管理要求，其评价应依据附录2给出的服务管理要求评价工具实施，评价时：

(1) 附录 2 是根据 4.1-4.9 的要求, 赋权量化构建的管理要求评价表, 设置满分为 100 分;

(2) 管理要求按照 GB/Z 19579 中“方法-展开-学习-整合”(简称 A-D-L-I) 的四个要素评价过程的成熟度进行评价;

分数	过程
0%或5%	<ul style="list-style-type: none"> ■ 没有系统的方法,信息是零散、孤立的。(A) ■ 方法没有展开或略有展开。(D) ■ 没有改进导向,已有的改进仅是“对问题的被动反应”。(L) ■ 缺乏协调一致,各个方面或部门各行其是。(I)
10%,15%, 20%或25%	<ul style="list-style-type: none"> ■ 开始有系统的方法,应对该评分条款的基本要求。(A) ■ 方法在大多数方面或部门处于展开的早期阶段,阻碍了基本要求的实现。(D) ■ 处于从“对问题的被动反应”到“改进导向”转变的早期阶段。(L) ■ 主要靠联合解决问题来使方法与其他方面或部门达成协调一致。(I)
30%,35%, 40%或45%	<ul style="list-style-type: none"> ■ 有系统、有效的方法,应对该评分条款的基本要求。(A) ■ 方法已得到展开,尽管某些方面或部门的展开尚属早期阶段。(D) ■ 开始系统地评价和改进关键过程。(L) ■ 方法与在应对组织概述和其他过程条款时所确定的基本组织需要初步协调一致。(I)
50%,55%, 60%或65%	<ul style="list-style-type: none"> ■ 有系统、有效的方法,应对该评分条款的总体要求。(A) ■ 方法得到很好的展开,尽管某些方面或部门的展开有所不同。(D) ■ 进行了基于事实且系统的评价、改进和一些创新,以提高关键过程的有效性和效率。(L) ■ 方法与在应对组织概述和其他过程条款时所确定的组织需要协调一致。(I)
70%,75%, 80%或85%	<ul style="list-style-type: none"> ■ 有系统、有效的方法,应对该评分条款的详细信息。(A) ■ 方法得到很好的展开,无明显的差距。(D) ■ 基于事实且系统的评价、改进和创新已成为关键的管理工具;存在清楚的证据,证实通过组织级的分析和分享,方法得到不断完善。(L) ■ 方法与在应对组织概述和其他过程条款时所确定的组织需要实现了整合。(I)
90%,95%或 100%	<ul style="list-style-type: none"> ■ 有系统、有效的方法,全面应对该评分条款的详细信息。(A) ■ 方法得到完全的展开,在任何方面或部门均无明显的弱点或差距。(D) ■ 基于事实且系统的评价、改进和创新已成为全组织的关键管理工具;有证据表明通过分析和分享,在整个组织中方法得到不断完善和创新。(L) ■ 方法与在应对组织概述和其他过程条款时所确定的组织需要实现了很好的整合。(I)

GB/Z 19579 关于过程的 ADLI 审查方法打分要求

(3) 用附录 2 中给定的每一项评价的分值乘以该项确定的权重 W 再乘以 100 后求和, 得出管理要求分值。

6.1.2 第 5 章给出的服务特性要求, 其服务特性的测评应依据附录 1 给出的要求体验性评价:

(1) 根据体验性评价结果, 运用李克特 5 点式量表, 计算得出量化评价结果, 并对服务质量水平进行分等分级。

(2) 服务特性测评详见附录 1 中“测量标准”, 一般是采用公开测评(如现场检查、观察、核查、沟通等)、神秘顾客(暗访)测评和顾客调查相结合的形式进行。

(3) 不适用的服务特性测评项目, 可不评价相关条款, 最终得分率以其余条款总分除以其余条款总分值再乘以 100%获得。

6.2 认证模式

服务管理审核+服务特性测评（含暗访）+监督审查

6.3 认证结果

中心根据申请组织的服务质量评价结果，包括服务特性测评（含暗访）+管理要求审核的结果，分为通过和不通过两种。

6.3.1 服务质量测评服务认证的结果分为通过、不通过，其中：通过是指平均得分率不低于 70%，其中服务特性和管理要求单项得分率不低于 65%；不通过是指平均得分率低于 70%，或服务特性和管理要求单项得分率低于 65%。

6.3.2 服务认证结果为“通过”的，通常按测评或评价得分情况从低至高分为三个等级，即三星、四星、五星（或用“☆”表示），三星以下级别不纳入认证等级，如下表所示：

序号	测评或评价得分	认证级别
1	平均得分率不低于 90%，其中服务特性和管理要求单项得分率不低于 85%	五星或☆☆☆☆☆
2	平均得分率不低于 80%，其中服务特性和管理要求单项得分率不低于 75%	四星或☆☆☆☆
3	平均得分率不低于 70%，其中服务特性和管理要求单项得分率不低于 65%	三星或☆☆☆

注 1：服务特性或管理要求得分率=测评评价总得分/总分值*100%；
注 2：平均得分率=（服务特性得分率+管理要求得分率）/2；

附录 1 服务特性测评

序号	认证特性要求	细分内容	服务抽样要求	测量标准	审查记录	给定分值 (Xi)	系数 (ai)	测评得分 (Yi=Xi*ai)
1	销售服务流程 - 订单咨询 - 线上咨询服务	1. 免费服务热线铃响三声（或 10 秒内）接起，接线员准确告知业务信息、态度热情周到耐心、语速适中	1. 抽样周期：优先选取近 1 个月数据，不足则扩展至近 3 个月； 2. 抽样数量：每月抽取不少于 30 通热线咨询记录（含录音及系统计时数据）； 3. 抽样方式：按日期随机分层抽样，确保每天不同时段（早 8:00-12:00、午 12:00-18:00、晚 18:00-22:00）均有样本覆盖 4. 以神秘顾客身份拨打免费服务热线（暗访）	1. 远低于预期：铃响超 10 秒接起，业务信息告知错误≥3 处，态度冷漠、语速过快 / 过慢； 2. 低于预期：铃响 7-10 秒接起，业务信息告知错误 1-2 处，态度较冷淡、语速略不当； 3. 符合预期：铃响 4-6 秒接起，业务信息告知无错误，态度热情，语速适中； 4. 高于预期：铃响 2-3 秒接起，业务信息告知准确且额外提供相关服务提示，态度热情周到，语速适宜； 5. 远高于预期：铃响 1 秒内接起，业务信息告知精准全面，主动询问用户需求，态度极具亲和力，语速完美适配用户		3		
		2. 回答咨询专业合规、解答准确覆盖用户需求，支持文字 / 语音 / 视频沟通，系统无卡顿闪退	1. 抽样周期：同上述“线上咨询服务 1”抽样周期； 2. 抽样数量：文字咨询抽取 5 条记录，语音 / 视频咨询各抽取 3 条记录； 3. 抽样方式：按咨询类型（产品咨询、订单咨询、售后咨询）比例抽样	1. 远低于预期：回答不合规，解答错误未覆盖需求，仅支持 1 种沟通方式，系统卡顿闪退≥3 次； 2. 低于预期：回答基本合规，解答遗漏 1-2 项需求，支持 2 种沟通方式，系统卡顿闪退 1-2 次； 3. 符合预期：回答专业合规，解答准确覆盖需求，支持 3 种沟通方式，系统无卡顿闪退； 4. 高于预期：回答专业合规且提供额外参考信息，解答精准全面，3 种沟通方式流畅，系统响应迅速； 5. 远高于预期：回答专业深度契合用户场景，解答超出预期，3 种沟通方式体验极佳，系统稳定无任何延迟		2		
		3. 用户信息加密存储防泄露盗用，咨询记录权	1. 抽样周期：近 3 个月权限管理记录及访问日志；	1. 远低于预期：无加密存储，存在信息泄露记录，无权限分级，非授权人员可查阅；		2		

		限分级管理仅授权人员可查阅	2. 抽样内容：抽取 2 次系统加密检测报告，3 份权限分配清单，3 天完整访问日志； 3. 抽样方式：随机抽取检测报告及清单，按日期连续抽取访问日志	2. 低于预期：加密存储不达标，无泄露但加密存在漏洞，权限分级不清晰，非授权人员偶可查阅； 3. 符合预期：加密存储达标，无信息泄露，权限分级明确，仅授权人员可查阅； 4. 高于预期：加密存储符合高级标准，有加密检测定期报告，权限分级细致，授权查阅有留痕； 5. 远高于预期：加密存储达到行业顶尖标准，实时监控加密状态，权限分级动态调整，授权查阅多维度验证				
		4. 响应时效≤5分钟，复杂问题明确处理周期且按时反馈进展	1. 抽样周期：同上述“线上咨询服务”抽样周期； 2. 抽样数量：普通咨询抽取 5 条记录测响应时效，复杂问题抽取 5 条记录测处理周期； 3. 抽样方式：按咨询发起时间随机抽样	1. 远低于预期：普通咨询响应超 10 分钟，复杂问题未明确周期且未反馈； 2. 低于预期：普通咨询响应 7-10 分钟，复杂问题明确周期但延迟反馈 1-2 次； 3. 符合预期：普通咨询响应 3-5 分钟，复杂问题明确周期且按时反馈； 4. 高于预期：普通咨询响应 1-2 分钟，复杂问题明确周期且提前反馈进展； 5. 远高于预期：普通咨询响应≤1 分钟，复杂问题明确短周期且实时同步进展		2		
2	销售服务流程 - 订单咨询 - 线下咨询服务	1. 咨询环境整洁安静、温度 18-26℃，无干扰	1. 抽样周期：近 1 个月； 2. 抽样数量：每天随机抽查 3 个时段（早 9:00、午 14:00、晚 17:00），每个时段检测 1 次； 3. 抽样方式：现场随机检测，记录检测数据 4. 以神秘顾客身份进入线下咨询区域观察（暗访）	1. 远低于预期：环境脏乱，温度<15℃或>30℃，噪音超 70 分贝； 2. 低于预期：环境较乱有杂物，温度 15-17℃或 27-30℃，噪音 60-70 分贝； 3. 符合预期：环境整洁，温度 18-26℃，噪音≤50 分贝； 4. 高于预期：环境整洁有序且有绿植装饰，温度 20-24℃，噪音≤40 分贝； 5. 远高于预期：环境精致整洁有香氛，温度 22-23℃，无任何干扰噪音		3		
		2. 服务人员着装规范、态度礼貌，耐心倾听不使用生硬用语，	1. 抽样周期：近 1 个月； 2. 抽样数量：每天抽取 5 名服务人员、3 次线下	1. 远低于预期：着装不规范，态度恶劣，频繁打断用户，使用生硬用语，无法解答； 2. 低于预期：着装基本规范有瑕疵，态		2		

		能现场解答或提供解决方案	<p>咨询案例；</p> <p>3. 抽样方式：按人员编号随机抽样，按咨询顺序随机抽取案例</p> <p>4. 以神秘顾客身份与服务人员接洽（暗访）</p>	<p>度较冷淡，偶尔打断，生硬用语 1-2 次，勉强解答；</p> <p>3. 符合预期：着装规范，态度礼貌，耐心倾听，无生硬用语，能现场解答；</p> <p>4. 高于预期：着装整洁规范且佩戴工牌，态度热情，主动倾听，用语亲切，提供 2 种以上方案；</p> <p>5. 远高于预期：着装精致规范，态度极具亲和力，全程专注倾听，用语温暖，提供定制化方案</p>				
3	销售服务流程 - 订单服务	1. 提供便捷下单方式 / 渠道	<p>1. 抽样周期：近 1 个月；</p> <p>2. 抽样数量：每种下单渠道测试 1 次，抽取 5 名用户反馈（线上问卷、线下访谈）；</p> <p>3. 抽样方式：全渠道覆盖测试，用户反馈按年龄分层抽样（18-30 岁、31-50 岁、50 岁以上）</p> <p>4. 以神秘顾客身份通过官网、APP、小程序、线下门店等渠道下单（暗访）</p>	<p>1. 远低于预期：仅 1 种下单渠道，操作步骤超 10 步，用户反馈极差；</p> <p>2. 低于预期：2 种下单渠道，操作步骤 7-9 步，用户反馈较差；</p> <p>3. 符合预期：3 种及以上下单渠道，操作步骤 4-6 步，用户反馈良好；</p> <p>4. 高于预期：4 种及以上下单渠道，操作步骤 2-3 步，用户反馈优秀；</p> <p>5. 远高于预期：5 种及以上下单渠道，操作步骤≤1 步，用户反馈极佳</p>		2		
		2. 明确告知并指导填写 / 修改订单信息（联系人、地址、联系方式、产品清单、包装加工要求、支付配送方式、发票信息等）	<p>1. 抽样周期：近 1 个月；</p> <p>2. 抽样数量：抽取 4 份订单记录，2 名模拟用户；</p> <p>3. 抽样方式：订单记录按日期随机抽样，模拟用户按性别、年龄随机选取</p>	<p>1. 远低于预期：未告知信息填写要求，不指导修改，订单信息错漏≥3 项；</p> <p>2. 低于预期：告知不完整，指导不主动，订单信息错漏 1-2 项；</p> <p>3. 符合预期：明确告知所有信息要求，主动指导填写 / 修改，订单信息无错漏；</p> <p>4. 高于预期：详细告知并举例说明，全程协助填写 / 修改，订单信息完整精准；</p> <p>5. 远高于预期：定制化告知重点信息，一对一全程指导，订单信息零误差且优化填写</p>		2		
		3. 促销活动不	1. 抽样周期：近 1 个月	1. 远低于预期：促销活动损害权益，未				

		损害顾客权益，主动说明产品性能、使用方法及注意事项	内开展的促销活动周期； 2. 抽样数量：每个促销活动抽取 2 份规则文件及 3 条咨询记录； 3. 抽样方式：按促销活动类型（满减、折扣、买赠）分别抽样	说明产品任何信息，咨询记录投诉≥3 条； 2. 低于预期：促销活动无损害但不清晰，仅说明 1 项产品信息，咨询记录投诉 1-2 条； 3. 符合预期：促销活动清晰无损害，说明产品核心信息，咨询记录无投诉； 4. 高于预期：促销活动透明优惠，详细说明产品所有信息，咨询记录好评≥2 条； 5. 远高于预期：促销活动福利丰厚无套路，深度解析产品信息，咨询记录全好评		2		
4	销售服务流程 - 订单处理和确认	1. 线下订单平均处理时间≤20 分钟	1. 抽样周期：近 1 个月； 2. 抽样数量：抽取 5 份线下订单； 3. 抽样方式：全量统计，计算平均值及超时率	1. 远低于预期：平均处理时间超 40 分钟，超时率≥80%； 2. 低于预期：平均处理时间 30-40 分钟，超时率 50%-79%； 3. 符合预期：平均处理时间 15-20 分钟，超时率 10%-49%； 4. 高于预期：平均处理时间 10-14 分钟，超时率≤9%； 5. 远高于预期：平均处理时间≤9 分钟，超时率 0%		2		
		2. 在线订单及时通过电话 / 微信反馈处理情况（正常配送信息、无法履行原因及方案）	1. 抽样周期：近 1 个月； 2. 抽样数量：抽取 5 份在线订单处理记录（含反馈记录）； 3. 抽样方式：按订单处理日期随机抽样，确保覆盖正常履行及无法履行订单	1. 远低于预期：未反馈，正常配送信息 / 无法履行方案缺失； 2. 低于预期：反馈延迟超 24 小时，信息 / 方案不完整； 3. 符合预期：反馈及时（≤12 小时），信息 / 方案完整； 4. 高于预期：反馈及时（≤6 小时），信息 / 方案详细； 5. 远高于预期：反馈及时（≤1 小时），信息 / 方案精准且提供备选		2		
		3. 延期 / 分批送货与顾客充分协调沟通	1. 抽样周期：近 3 个月（延期 / 分批订单频次较低，扩展周期）； 2. 抽样数量：抽取所有延期 / 分批送货订单	1. 远低于预期：未沟通直接延期 / 分批，无确认凭证； 2. 低于预期：沟通不充分，确认凭证不完整； 3. 符合预期：充分沟通，确认凭证完		2		

			(不少于 5 单); 3. 抽样方式: 全量抽样, 逐一核查沟通记录及确认凭证	整; 4. 高于预期: 提前沟通, 提供补偿方案, 确认凭证规范; 5. 远高于预期: 提前 24 小时以上沟通, 定制补偿方案, 确认凭证双方签字存档				
5	作业服务 - 挑选	1. 按顾客订单要求挑选产品	1. 抽样周期: 近 3 个月; 2. 抽样数量: 抽取 3 批次挑选产品, 每批次随机抽检 3 件; 3. 抽样方式: 按挑选时间随机抽样, 每批次按产品堆放区域分层抽检	1. 远低于预期: 挑选与订单要求不符率 $\geq 80\%$; 2. 低于预期: 不符率 50%-79%; 3. 符合预期: 不符率 10%-49%; 4. 高于预期: 不符率 $\leq 9\%$; 5. 远高于预期: 不符率 0%		2		
		2. 特殊产品 (如生鲜蔬菜) 去除腐烂、受损部分	1. 抽样周期: 近 1 个月; 2. 抽样数量: 抽取 5 批次特殊产品, 每批次抽检 3 件; 3. 抽样方式: 按产品品类 (蔬菜、水果、肉类) 分别抽样, 每批次随机抽检	1. 远低于预期: 未去除腐烂受损部分, 比例 $\geq 50\%$; 2. 低于预期: 去除不彻底, 残留比例 30%-49%; 3. 符合预期: 去除较彻底, 残留比例 10%-29%; 4. 高于预期: 去除彻底, 残留比例 $\leq 9\%$; 5. 远高于预期: 完全去除无残留, 额外挑选优质部分		2		
6	作业服务 - 加工及制作	1. 按工艺要求及订单要求加工制作产品	1. 抽样周期: 近 3 个月; 2. 抽样数量: 抽取 4 批次加工产品, 每批次抽取 2 件成品及对应工艺记录; 3. 抽样方式: 按加工时段 (早、中、晚) 随机抽样, 覆盖主要产品品类	1. 远低于预期: 与工艺、订单要求符合率 $\leq 40\%$, 工艺记录缺失; 2. 低于预期: 符合率 41%-60%, 工艺记录不完整; 3. 符合预期: 符合率 61%-80%, 工艺记录完整; 4. 高于预期: 符合率 81%-99%, 工艺记录详细; 5. 远高于预期: 符合率 100%, 工艺记录精准规范		3		
		2. 未约定产品按质量特性技术要求加工包装	1. 抽样周期: 近 3 个月; 2. 抽样数量: 整装产品	1. 远低于预期: 包装不符合要求, 计量短缺 $\geq 10\%$; 2. 低于预期: 包装基本符合有瑕疵, 计		3		

		(整装保原包装、分装符合特性、无行业规定包装确保保护质量、计量不少于约定数量)	抽取 3 件,分装产品抽取 3 件,计量抽检 3 件; 3. 抽样方式:按包装完成时间随机抽样,计量抽检使用经校准的计量工具(如电子秤、卷尺)	量短缺 5%-9%; 3. 符合预期:包装符合要求,计量无短缺; 4. 高于预期:包装优质,计量超出 1%-3%; 5. 远高于预期:包装精美防护好,计量超出 4%-5%				
		3. 产品标识完整(配送信息、特殊搬运堆放要求等)	1. 抽样周期:近 3 个月; 2. 抽样数量:抽取 5 件包装完成产品; 3. 抽样方式:按产品存储区域随机抽样,逐一检查标识完整性及清晰度	1. 远低于预期:标识缺失≥5 项,模糊不清; 2. 低于预期:标识缺失 3-4 项,部分模糊; 3. 符合预期:标识缺失 1-2 项,清晰; 4. 高于预期:标识无缺失,清晰易读; 5. 远高于预期:标识无缺失,清晰醒目且有警示贴纸		3		
6	作业服务 - 加工及制作	4. 承诺时限内完成加工制作包装,结果在合同允许范围	1. 抽样周期:近 1 年; 2. 抽样数量:抽取 5 批次加工包装产品,包含不同承诺时限类型; 3. 抽样方式:按承诺时限(1 小时内、2-4 小时、4 小时以上)分层抽样	1. 远低于预期:超时率≥80%,结果超合同范围且偏差较大; 2. 低于预期:超时率 50%-79%,结果超合同范围但偏差较小; 3. 符合预期:超时率 10%-49%,结果完全在合同允许范围; 4. 高于预期:超时率≤9%,结果在合同优质区间内; 5. 远高于预期:超时率 0%,结果优于合同优质标准,提前完成且质量达标		3		
		5. 特殊行业要求操作(如食品、餐品留样管理)	1. 抽样周期:近 1 个月; 2. 抽样数量:抽取所有食品、餐品加工批次(不少于 5 批次)及对应留样记录; 3. 抽样方式:全量抽样,核查留样实物及记录	1. 远低于预期:未留样,无任何留样记录; 2. 低于预期:部分批次未留样,留样记录缺失≥3 项; 3. 符合预期:全批次留样,留样记录完整但细节简略; 4. 高于预期:全批次规范留样(量足、标识清),留样记录详细; 5. 远高于预期:全批次高标准留样,留样环境可控,记录实时同步且可追溯		3		
7	作业服务 - 配送 -	1. 按产品特点、配送范围	1. 抽样周期:近 1 年; 2. 抽样数量:抽取 5 份	1. 远低于预期:路线不合理导致超时率≥80%,优先配送产品未优先;		3		

路线与时效	<p>(如 3 公里内 1 小时达) 合理制定路线, 食品 / 餐品 / 生鲜优先配送</p>	<p>配送订单, 其中食品 / 餐品 / 生鲜订单占比 ≥ 40%; 3. 抽样方式: 按配送距离 (3 公里内、3-5 公里、5 公里以上) 分层抽样, 确保优先配送产品样本充足</p>	<p>2. 低于预期: 路线较不合理导致超时率 50%-79%, 优先配送产品偶尔优先; 3. 符合预期: 路线合理, 超时率 10%-49%, 优先配送产品基本优先; 4. 高于预期: 路线优化, 超时率 ≤ 9%, 优先配送产品全程优先; 5. 远高于预期: 路线动态优化 (避拥堵), 超时率 0%, 优先配送产品专属通道</p>				
	<p>2. 按产品特性用适当设施设备装卸配送 (如冷链运输保证温湿度)</p>	<p>1. 抽样周期: 近 1 年; 2. 抽样数量: 冷链产品抽取 5 份配送记录 (含温湿度数据), 装卸运输设备检查 3 台次; 3. 抽样方式: 冷链订单按日期随机抽样, 设备按使用频次 (高频、中频、低频) 分层抽样</p>	<p>1. 远低于预期: 设施设备错用, 冷链温湿度超范围 ≥ 5 次, 设备故障 ≥ 3 次; 2. 低于预期: 设施设备基本适用但不匹配, 冷链温湿度超范围 3-4 次, 设备故障 1-2 次; 3. 符合预期: 设施设备匹配, 冷链温湿度超范围 1-2 次, 设备无故障; 4. 高于预期: 设施设备适配性高, 冷链温湿度全程达标, 设备定期维护; 5. 远高于预期: 设施设备定制化适配, 冷链温湿度实时监控, 设备智能预警无故障</p>		3		
	<p>1. 装卸配送符合产品标志要求, 无标志不损坏外包装</p>	<p>1. 抽样周期: 优先近 1 个月, 不足则扩展至近 3 个月; 2. 抽样数量: 有标志产品抽取 4 件 (覆盖不同标志类型), 无标志产品抽取 6 件; 3. 抽样方式: 按配送日期随机抽样, 每 10 天抽取 1 次, 每次抽取有标志产品 2 件、无标志产品 3 件, 同步调取对应配送监控</p>	<p>1. 远低于预期: 符合标志要求率 ≤ 40%, 无标志产品损坏率 ≥ 50%; 2. 低于预期: 符合标志要求率 41%-60%, 无标志产品损坏率 30%-49%; 3. 符合预期: 符合标志要求率 61%-80%, 无标志产品损坏率 10%-29%; 4. 高于预期: 符合标志要求率 81%-99%, 无标志产品损坏率 ≤ 9%; 5. 远高于预期: 符合标志要求率 100%, 无标志产品损坏率 0%</p>		2		
	<p>2. 食品 / 生鲜配送容器工具设备安全无害清洁, 不与有毒有</p>	<p>1. 抽样周期: 近 1 个月; 2. 抽样数量: 配送容器 / 工具各抽取 4 件, 配</p>	<p>1. 远低于预期: 容器工具含有害物质, 清洁度不达标, 与有毒有害物品同运; 2. 低于预期: 容器工具轻微污染, 清洁度一般, 无同运但防护不足;</p>		2		

8	作业服务 - 配送 - 操作与防护	害物品同运	送车辆调取 2 车次载货记录及监控； 3. 抽样方式：容器 / 工具按使用频次（高频使用：每日 ≥ 5 次，中频：每日 2-4 次，低频：每日 ≤ 1 次）分层抽样，车辆按配送线路（城区、郊区）比例抽样	3. 符合预期：容器工具安全无害，清洁度达标，无同运； 4. 高于预期：容器工具定期消毒，清洁度高，有防污染隔离措施； 5. 远高于预期：容器工具食品级材质，实时清洁监控，有专属防污染装置				
		3. 采取防水、防火、防晒、避光、防盗等防护措施	现场随机抽取 2 辆配送车辆检查防护措施	1. 远低于预期：未采取任何防护措施，存在安全隐患； 2. 低于预期：仅采取 1-2 项防护措施，措施效果差； 3. 符合预期：采取 3-4 项防护措施，措施效果达标； 4. 高于预期：采取 5 项防护措施，措施效果良好； 5. 远高于预期：采取全项防护措施，措施智能化（如自动防晒帘）		2		
		4. 安装导航、行车记录仪、通信设施	1. 抽样周期：近 1 个月； 2. 抽样数量：2 辆配送车辆； 3. 抽样方式：按车辆使用年限（1-3 年、3 年以上）分层抽样，每辆车现场测试	1. 远低于预期：未安装任何设施，无法满足基础需求； 2. 低于预期：仅安装 1 项设施，设施故障无法使用； 3. 符合预期：安装 3 项设施，设施可正常使用； 4. 高于预期：安装 3 项设施，设施功能完善（如导航实时更新）； 5. 远高于预期：安装 3 项设施，设施智能联动（如记录仪与导航同步）		2		
		5. 配送容器、工具、设备及车辆定期清洁	1. 抽样周期：近 1 个月； 2. 抽样数量：容器 / 工具各抽取 5 件，车辆抽取 2 辆； 3. 抽样方式：按清洁周期随机抽查，抽取食品类容器 / 工具各 2 件、非食品类各 1 件，现场查	1. 远低于预期：未定期清洁，污渍明显，有异味； 2. 低于预期：清洁周期超规定 2 倍，轻微污渍； 3. 符合预期：按规定周期清洁，无污渍； 4. 高于预期：清洁周期短于规定，清洁彻底； 5. 远高于预期：超高频清洁，有清洁记		2		

			看当日清洁效果	录且消毒杀菌				
9	作业服务 - 配送 - 人员与交付	1. 配送人员持有效证件上岗,安全行驶、文明用语,按交通规则规划路线,实时监控产品状态/车速/线路,突发情况及时通知顾客	1. 抽样周期:近1个月; 2. 抽样数量:配送人员证件检查2人,行车记录仪调取2车次,沟通记录抽取3条,抽取突发情况记录(如有); 3. 抽样方式:人员按入职时间(新员工≤3个月,老员工>3个月)分层抽样,车次按配送时段随机抽样	1. 远低于预期:无证上岗,违章≥5次,无文明用语,未监控,突发情况不通知; 2. 低于预期:证件过期,违章3-4次,文明用语少,监控不全,突发情况延迟通知; 3. 符合预期:证件有效,违章1-2次,文明用语达标,监控完整,突发情况及时通知; 4. 高于预期:证件齐全,无违章,文明用语频繁,监控实时,突发情况提前预警通知; 5. 远高于预期:证件齐全且公示,无违章,用语定制化,监控智能分析,突发情况同步解决方案			3	
		2. 交付人员统一着装佩工作牌,规范用语礼貌交接,核对地址身份,清点确认数量抽检,填写交接单据签字确认,处理质量纠纷批注签字,及时提供完整准确回单	1. 抽样周期:近1个月; 2. 抽样数量:现场观察交接过程,查看交接单据,抽已有回单3份; 3. 抽样方式:按交付地点比例抽样回单,单据按日期随机抽样	1. 远低于预期:未着装佩牌,无规范用语,漏核对/清点/签字,纠纷不处理,回单缺失; 2. 低于预期:着装不统一,用语不规范,部分核对/清点,纠纷处理不及时,回单不完整; 3. 符合预期:统一着装佩牌,规范用语,完整核对/清点/签字,纠纷妥善处理,回单完整; 4. 高于预期:着装整洁佩牌清晰,用语亲切,额外抽检确认,纠纷快速解决,回单及时送达; 5. 远高于预期:着装精致佩牌醒目,用语温暖,全程录像记录,纠纷超预期解决,回单电子档同步			3	
10	作业服务 - 配送 - 第三方物流	1. 提前推送第三方物流信息(范围、时效、单号、查询方式)及验收注意事项	1. 抽样周期:近1个月; 2. 抽样数量:抽取3份第三方物流订单及对应推送记录; 3. 抽样方式:按物流合作方(不少于2家,如	1. 远低于预期:未推送任何信息,无验收提示; 2. 低于预期:推送信息缺失≥3项,验收提示简略; 3. 符合预期:推送信息缺失1-2项,验收提示完整; 4. 高于预期:推送信息完整,验收提示			3	

			只有 1 家,就抽 1 家)比例抽样,每家合作方抽取 3 份订单	详细; 5. 远高于预期:推送信息实时更新,验收提示定制化(如易碎品重点提示)				
		2. 第三方物流责任导致问题时,为客户办理退款/补发/赔付,再追责	1. 抽样周期:近 3 个月; 2. 抽样数量:抽取第三方物流问题订单 3 份(如丢件、破损、超时); 3. 抽样方式:按问题类型(丢件、破损、超时)分层抽样,每种类型抽取 1 份	1. 远低于预期:不办理退款/补发/赔付,不追责; 2. 低于预期:办理延迟超 7 天,赔付金额不足,追责缓慢; 3. 符合预期:办理 3-7 天内完成,赔付足额,正常追责; 4. 高于预期:办理 1-2 天内完成,额外补偿,快速追责; 5. 远高于预期:当天办理完成,双倍补偿,追责有结果反馈		4		
11	作业服务-信息服务	1. 提供便捷订单查询渠道(固定网络、移动网络、电话)	1. 抽样周期:近 1 个月; 2. 抽样数量:各查询渠道测试 2 次(早、晚); 3. 抽样方式:按日期连续抽样,每次测试使用不同设备(电脑、手机、固定电话)	1. 远低于预期:仅 1 种渠道,查询失败率 $\geq 80\%$; 2. 低于预期:2 种渠道,查询失败率 50%-79%; 3. 符合预期:3 种渠道,查询失败率 10%-49%; 4. 高于预期:3 种渠道,查询失败率 $\leq 9\%$,响应快; 5. 远高于预期:3 种渠道,查询失败率 0%,响应即时且界面友好		2		
		2. 提供实时准确查询功能(订单状态、配送人员联络方式、预计送达时间、影响进度事件、配送失败原因及再次配送时间)	1. 抽样周期:近 1 个月; 2. 抽样数量:抽取查询记录 3 条,其中配送失败订单 1 条; 3. 抽样方式:按查询时间随机抽样,确保覆盖不同订单状态(待处理、已发货、配送中、已完成、失败)	1. 远低于预期:查询功能缺失 ≥ 3 项,信息错误率 $\geq 80\%$; 2. 低于预期:查询功能缺失 1-2 项,信息错误率 50%-79%; 3. 符合预期:查询功能完整,信息错误率 10%-49%; 4. 高于预期:查询功能完整,信息错误率 $\leq 9\%$,实时更新; 5. 远高于预期:查询功能智能(如进度预测),信息零错误,更新频率 ≤ 5 分钟		2		
		3. 保护顾客信息,超范围使用提前告知并获同	1. 抽样周期:近 3 个月; 2. 抽样数量:模拟非本	1. 远低于预期:信息泄露,超范围使用未告知; 2. 低于预期:信息保护不足,超范围使		3		

		意	人查询测试 2 次，抽取超范围使用信息记录 2 条； 3. 抽样方式：模拟查询按渠道随机测试，信息使用记录按日期随机抽样	用告知不及时； 3. 符合预期：信息保护达标，超范围使用提前告知； 4. 高于预期：信息加密保护，超范围使用书面告知； 5. 远高于预期：信息多重加密，超范围使用全程留痕且用户可追溯				
12	收费	1. 收费标准透明无隐性消费，提供清晰价格明细及付费渠道	1. 抽样周期：近 1 个月； 2. 抽样数量：查看收费公示文件 2 份，抽取价格明细 3 份，测试付费渠道 2 种； 3. 抽样方式：公示文件按更新日期抽样，明细按订单金额（小额≤100 元，中额 100-500 元，大额>500 元）分层抽样	1. 远低于预期：无公示，隐性消费≥3 项，明细模糊，渠道故障； 2. 低于预期：公示不完整，隐性消费 1-2 项，明细简略，渠道卡顿； 3. 符合预期：公示完整，无隐性消费，明细清晰，渠道正常； 4. 高于预期：公示醒目，无隐性消费，明细详细，渠道多样； 5. 远高于预期：公示实时更新，无隐性消费，明细可下载，渠道智能（如自动优惠）	3			
		2. 线下收款：确认身份金额、备好工具，选收款方式（现金验真伪找零、非现金确认到账），按需开发票 / 收据，告知售后，登记台账，规范用语	1. 抽样周期：近 1 个月； 2. 抽样数量：现场观察线下收款过程 3 次，查看台账 3 页、票据 5 张； 3. 抽样方式：按收款时段（早、中、晚）随机抽样，每次观察 1 次收款过程，同步核对对应台账及票据	1. 远低于预期：漏确认 / 备工具，收款方式错用，无发票 / 收据，不告知售后，台账混乱，无规范用语； 2. 低于预期：确认不仔细，工具不全，收款偶出错，发票 / 收据延迟，售后告知简略，台账不清晰，用语不规范； 3. 符合预期：完整确认，工具齐全，收款正确，及时开发票 / 收据，售后告知完整，台账清晰，用语规范； 4. 高于预期：仔细确认，工具备用充足，收款高效，发票 / 收据定制化，售后详细讲解，台账电子化，用语亲切； 5. 远高于预期：双重确认身份金额，工具分类收纳，收款零误差（现金验伪用专用设备、非现金实时到账提醒），发票 / 收据即时开具且附带消费明细，售后专属顾问对接，台账智能关联订单数据，用语定制化（适配不同年龄层用户）	3			
		3. 线上收款：确认金额事由，	1. 抽样周期：近 1 个月；	1. 远低于预期：未确认金额事由，仅 1 种收款方式，无备注提醒，未查收到账，	2			

		提供收款方式，提醒备注，查收到账，发收款凭证，更新状态台账，归档记录，提供财务联络方式	<p>2. 抽样数量：抽取线上收款记录 3 条，查看凭证 3 份、台账 3 页、归档记录 3 份；</p> <p>3. 抽样方式：按收款日期随机抽样，每条记录核对从确认金额至归档的全流程合规性</p>	<p>不发凭证，台账未更新，归档混乱，无财务联络方式；</p> <p>2. 低于预期：确认不完整，2 种收款方式，备注提醒简略，到账核查延迟，凭证发放慢，台账更新不及时，归档不规范，财务联络方式难接通；</p> <p>3. 符合预期：完整确认金额事由，3 种及以上收款方式，有备注提醒，及时查收到账，按时发凭证，台账实时更新，归档完整，财务联络方式畅通；</p> <p>4. 高于预期：精准确认金额事由（附明细），4 种及以上收款方式，主动备注指引，实时到账通知，凭证带电子签章，台账智能分类，归档电子化，财务联络有专属对接人；</p> <p>5. 远高于预期：金额事由多维度确认（系统 + 人工），收款方式适配多场景（含跨境支付），备注智能推荐，到账即时核验，凭证可下载存档，台账与财务系统联动，归档加密可追溯，财务联络 24 小时响应</p>				
		1. 提供退货换货渠道（未拆封预包装食品 7 天无理由、腐烂变质生鲜 24 小时无条件、餐食质量问题 20 分钟内重供或退款）	<p>1. 抽样周期：近 1 个月；</p> <p>2. 抽样数量：各退货换货渠道测试 5 次，抽取预包装食品退货申请 2 份、生鲜问题订单 1 份、餐食质量问题订单 1 份；</p> <p>3. 抽样方式：渠道测试按日期随机进行，订单按问题类型分层抽样</p>	<p>1. 远低于预期：仅 1 种退货换货渠道，预包装食品退货超 7 天、生鲜处理超 24 小时、餐食问题响应超 20 分钟，成功率 ≤40%；</p> <p>2. 低于预期：2 种退货换货渠道，预包装食品退货 5-7 天、生鲜处理 18-24 小时、餐食问题响应 15-20 分钟，成功率 41%-60%；</p> <p>3. 符合预期：3 种及以上退货换货渠道，预包装食品 7 天内退货、生鲜 24 小时内处理、餐食问题 20 分钟内响应，成功率 61%-80%；</p> <p>4. 高于预期：4 种及以上退货换货渠道（含上门取件），预包装食品 5 天内退货、生鲜 12 小时内处理、餐食问题 15 分钟内响应，成功率 81%-99%，额外补偿小额优惠券；</p>		4		

13	售后服务			5. 远高于预期：全渠道覆盖（线上一键申请 + 线下快速办理），预包装食品 3 天内退货、生鲜 6 小时内处理、餐食问题 10 分钟内响应，成功率 100%，提供上门换货 + 补偿同等价值商品				
		2. 设投诉联络方式，12 小时内响应投诉，处理符合 GB/T 17242，结果获顾客确认并留存记录	1. 抽样周期：优先近 1 个月，不足则扩展至近 3 个月； 2. 抽样数量：投诉联络方式测试：每日测试 2 次（上午、下午各一次）；投诉处理记录抽取 40 份（含不同投诉类型：产品质量、服务态度、配送问题）； 3. 抽样方式：覆盖工作时段与非工作时段；投诉处理记录按投诉日期随机抽样 4. 以“神秘顾客”身份使用投诉联络方式	1. 远低于预期：仅 1 种投诉联络方式（工作时段外无法接通），响应超 12 小时，处理不符合 GB/T 17242，无顾客确认，记录缺失≥50%； 2. 低于预期：2 种投诉联络方式（1 种工作时段外难接通），响应 8-12 小时，处理基本符合 GB/T 17242 但有瑕疵，顾客确认率 41%-60%，记录缺失 30%-49%； 3. 符合预期：3 种及以上投诉联络方式（工作时段外可接通），响应 4-8 小时，处理完全符合 GB/T 17242，顾客确认率 61%-80%，记录缺失 10%-29%； 4. 高于预期：4 种及以上投诉联络方式（24 小时响应），响应 2-4 小时，处理超 GB/T 17242 标准，顾客确认率 81%-99%，记录完整且分类清晰； 5. 远高于预期：全场景投诉渠道（电话、APP、小程序、邮箱）24 小时智能响应，响应≤2 小时，处理定制化解决方案（超顾客预期），顾客确认率 100%，记录加密归档可追溯，定期回访满意度	4			
		3. 每季度走访大客户，每月回访 10% 顾客，每半年 1 次内部审核	1. 抽样周期：大客户走访：近 1 年季度走访记录（共 4 份季度清单）；顾客回访：近 3 个月回访记录；内部审核：近 1 年审核报告； 2. 抽样数量：大客户走访：抽取大客户 3 份，核查走访记录；顾客回访：抽取 3 份；内部审核：核查最近一次内审记录；	1. 远低于预期：未走访大客户，每月回访率≤3%，内部审核未开展，无任何记录； 2. 低于预期：每季度走访≤50% 大客户，每月回访率 4%-6%，内部审核 1 年 <1 次，记录不完整； 3. 符合预期：每季度走访 60%-80% 大客户，每月回访率 7%-9%，每半年 1 次内部审核，记录完整； 4. 高于预期：每季度走访 81%-99% 大客户（带定制化需求方案），每月回访率 10%（含深度访谈），每半年 1 次内部审	3			

		3. 抽样方式: 大客户按年消费金额分层抽样 (5-10 万元、10-20 万元、20 万元以上); 顾客回访按订单金额随机抽样 (小额≤200 元、中额 200-1000 元、大额>1000 元); 内部审核为最近一次	核 (附改进计划), 记录详细可落地; 5. 远高于预期: 每季度 100% 大客户走访 (专属团队对接), 每月回访率>10% (含 VIP 顾客一对一回访), 每半年 1 次内部审核, 记录与绩效挂钩, 改进效果可量化验证				
<p>备注:</p> <p>(1) 上表是根据 5.1~5.4 的要求, 赋权量化构建的服务特性测评表, 设置满分值为 100 分;</p> <p>(2) 测评内容为明显的“是, 否”判断时, 可用直接判断法, 判定得分和不得分;</p> <p>(3) 测评内容除了 b) 情形外, 给出了基于李克特 5 点式量表的系数a, 如下:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) 远低于预期:$0 \leq a \leq 0.2$; 2) 低于预期:$0.2 \leq a \leq 0.4$; 3) 符合预期:$0.4 < a \leq 0.6$; 4) 高于预期:$0.6 < a \leq 0.8$; 5) 远高于预期:$0.8 < a \leq 1.0$。 <p>(4) 用上表中给定的每一项测评的分值乘以该项确定的系数a后求和, 得出服务特性测评基础分;</p> <p>(5) 将服务特性测评基础分乘以否决系数 E, 得出服务特性分值。其中, 否决系数 $E = \{0, 1\}$, 当服务质量测评过程中发生下列任一情况时 $E=0$, 否则 $E=1$:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) 未取得相关证照或者相关证照超过有效期限的; 2) 近三年发生重大事故或遭遇重大有效投诉事件, 并造成恶劣影响的。 <p>(6) 计算公式: 测评基础得分计算公式: $\sum Y_i = \sum X_i * a_i$, 其中 Y_i—服务质量测评在第 i 项指标的实际测评基础得分; X_i—服务质量测评在第 i 项指标的给定标准分值; a_i—服务质量测评在第 i 项指标的基于李克特 5 点式量表的系数。</p>							

附录 2 服务管理评价

序号	评价项目	评价内容	审查记录	权重 (Wi)	分值 (Zi) (0%-100%)	评价得分 (Pi)
1	4.1 总要求	组织应建立、实施、保持和持续改进服务质量管理体系，以确保服务质量满足顾客需求和相关法律法规要求。该体系应覆盖与服务质量相关的所有过程，包括服务的策划、设计、提供、监控和改进等环节，且各过程之间的相互作用和接口应得到明确规定和有效管理。同时，组织应确保质量管理体系所需的过程得到识别、确定、实施、保持和改进，并形成文件，以证实体系的有效运行。		0.08		
2	4.2 管理承诺	4.2.1 向组织传达满足顾客需求和相关法律法规要求的重要性，使全体员工理解并认同这一目标。 4.2.2 制定服务质量方针和目标，并确保其与组织的宗旨和战略方向相一致。 4.2.3 确保为服务质量管理体系的建立、实施和改进提供必要的资源，包括人力资源、基础设施、工作环境等。 4.2.4 明确各级管理人员和员工在服务质量管理中的职责和权限，促进全员参与服务质量改进活动。		0.1		
3	4.3 组织架构与职责	4.3.1 组织应建立与服务质量目标相匹配的组织架构，该架构应涵盖服务策划、服务实施、服务监督、服务改进等各个环节，确保服务质量管理工作的全面覆盖。 4.3.2 明确各部门和岗位在服务质量管理中的职责和权限，且职责和权限的划分应形成文件。随着内外部环境的变化，组织架构应能够及时调整以满足服务质量管理的需求。		0.08		
4	4.4 方针目标	4.4.1 服务质量方针：最高管理者应制定明确的服务质量方针，作为组织开展服务质量管理工作的指导思想和行动准则。方针应体现组织对服务质量的承诺，包括满足顾客需求、遵守法律法规、持续改进服务质量等内容，并确保全体员工理解和执行。 4.4.2 服务质量目标：基于服务质量方针，组织应制定具体、可测量的服务质量目标。目标应涵盖服务的功能性、可靠性、响应性、安全性、经济性和文明性等方面，且应与组织的发展战略和顾客期望相适应。目标应定期进行评审和更新，以确保其持续的适宜性和有效性。		0.09		
5	4.5 支持	4.5.1 人力资源：组织应配备足够数量且具备相应能力的人员，以满足服务质量管理体系运行的需求。人员的能力应通过教育、培训、技能和经验等方面进行评估和确认。同时，组织应建立有效的人力资源管理机制，包括招聘、培训、考核、激励等，以确保员工能够持续满足岗位要求，并积极参与服务质量改进活动。 4.5.2 基础设施：为服务提供所需的设施、设备和工具等应得到合理配置和维护，确保其正常运行和满足服务质量要求。组织应建立基础设施的管理程序，包括采购、验收、安装、调试、维护、保养和报废等环节，以延长设施设备的使用寿命，提高其使用效率。 4.5.3 工作环境：组织应营造适宜的工作环境，包括物理环境（如温度、湿度、清洁度、照明等）和人文环境（如团队合作、沟通氛围、安全文化等），以促进员工的工		0.15		

		<p>作效率和服务质量的提升。</p> <p>4.5.4 信息资源：组织应建立有效的信息管理系统，确保服务过程中所需的信息（如顾客信息、服务记录、质量数据等）能够及时、准确、完整地获取、传递、存储和使用。同时，应保护信息的安全性和保密性。</p> <p>4.5.5 文件管理</p> <p>4.5.5.1 文件管理体系应符合 GB/T 19001 等管理体系标准的要求，文件的编制、审批、发放、修订、回收等环节应有明确的规定和记录。</p> <p>4.5.5.2 服务质量手册应明确服务质量方针、目标和管理体系的范围，程序文件应具有可操作性，作业指导书应具体、明确，能够指导员工的实际操作。</p> <p>4.5.5.3 文件的修订是否及时，应根据内外部环境的变化、服务质量目标的调整等因素对文件进行更新。文件的回收和作废处理应规范，防止无效文件的误用。</p>			
6	4.6 策划	<p>4.6.1 服务质量目标策划： 组织应根据自身的服务特点、顾客需求和市场环境，制定可测量、可实现、具有挑战性且与质量方针相一致的服务质量目标。目标应分解到各个部门和岗位，并明确实现目标的时间表和责任人。 服务质量目标包括但不限于： a) 客户满意度； b) 服务效率； c) 服务失误率； d) 承诺履行率。</p> <p>4.6.2 服务过程策划：针对服务的各个环节，包括服务的设计、提供、交付等，进行详细的策划。明确每个过程的输入、输出、活动、资源需求和控制方法，确保服务过程的有序进行。同时，应识别服务过程中可能存在的风险，并制定相应的预防和应对措施。</p> <p>4.6.3 体系策划：根据服务质量目标和服务过程策划的结果，对服务质量管理体系进行整体策划。确定体系的范围、结构和文件框架，确保体系能够有效覆盖所有与服务质量相关的过程和活动。</p>	0.12		
7	4.7 实施	<p>4.7.1 服务设计与开发：组织应根据顾客需求和市场调研结果，进行服务的设计与开发。在设计过程中，应考虑服务的可行性、安全性、经济性和环保性等因素，并进行必要的试验和验证，以确保服务设计满足预期的质量要求。</p> <p>4.7.2 从业人员规划： a) 组织应制定并实施从业人员的职业化培育规划制度，包括但不限于： b) 建立以提高工作责任心和热情为核心的激励机制； c) 建立并实施工息交流和满意率定期测评制度； d) 按计划开展素质教育、服务知识和技能培训，或采取其他措施以满足顾客需求； e) 定期评价从业人员培育的充分性、适宜性和有效性。</p>	0.18		

		<p>4.7.3 服务提供：按照服务策划和服务设计的结果，组织应组织实施服务提供过程。在服务提供过程中，应严格遵守服务规范和操作规程，确保服务的一致性和稳定性。同时，应加强对服务过程的监控，及时发现和纠正服务过程中的偏差。</p> <p>4.7.4 顾客沟通与互动：组织应建立有效的顾客沟通机制，及时了解顾客的需求、意见和建议。在服务前、服务中及服务后，应与顾客保持良好的互动，为顾客提供必要的信息和支持，提高顾客的满意度和忠诚度。</p> <p>4.7.5 可追溯性：组织应建立服务可追溯性制度，对服务过程中涉及的产品、服务项目、人员和设备等，应进行适当的标识，以确保其可追溯性。当发生服务质量问题时，能够通过标识快速追溯到问题的根源，采取有效的纠正和预防措施。</p>			
8	4.8 绩效评价	<p>4.8.1 监视和测量：组织应建立服务质量监视和测量体系，对服务质量目标的实现情况、服务过程的运行状况以及顾客满意度等进行定期的监视和测量。监视和测量的方法应包括内部审核、顾客满意度调查、过程绩效指标监测等。</p> <p>4.8.2 内部审核：按照策划的时间间隔，组织应开展内部审核，以评价服务质量管理体系的符合性和有效性。内部审核应由具备相应资格和能力的人员进行，审核结果应形成报告，并针对发现的问题采取有效的纠正和预防措施。</p> <p>4.8.3 数据分析：组织应收集、分析和利用服务质量相关的数据（如服务差错率、顾客投诉率、服务响应时间等），以评估服务质量管理体系的绩效，识别改进的机会，并为决策提供依据。</p>		0.12	
9	4.9 改进	<p>组织应建立持续改进的机制，通过对服务质量管理体系的绩效评价和数据分析，识别存在的问题和改进的机会，采取有效的改进措施，不断提高服务质量水平。持续改进应贯穿于服务质量管理的各个环节，包括服务过程的优化、服务质量目标的提升、管理体系的完善等。</p>		0.08	
<p>注：评价得分计算公式：$\sum P_i = \sum Z_i \times W_i \times 100$，其中：$W_i$ 为第 i 项指标权重，Z_i 为第 i 项指标评分分值（取值范围 0%-100%，增减幅度为 5%）。管理要求评价基于“方法-展开-学习-整合（A-D-L-I）”四要素评估过程成熟度。</p>					