

Q/ZDRZ

企 业 标 准

CTS Q/ZDRZ 78-2025

批发零售服务认证技术规范

Technical Specifications for Wholesale and Retail Service
Certification

2025-05-12 发布

2025-07-15 实施

智德认证有限公司 发布

前言

CTS Q/ZDRZ 78-2025《批发零售服务认证技术规范》属于认证技术要求系列之一。

本技术规范按照 GB/T 1.1 标准给出的规则起草。

本技术规范由智德认证有限公司 (ZDRZ) 提出并归口。

起草单位：智德认证有限公司

主要起草人：乔振欣、庞良玲

参与起草人：乔振欣、庞良玲、徐增辉、杨慧、王蕊、杨丹丹

目 录

前 言.....	1
1 范围.....	2
2 规范性引用文件.....	3
3 术语和定义.....	3
3.1 批发服务.....	3
3.2 零售服务.....	3
3.3 服务文化.....	3
3.4 投诉管理.....	4
4 评价原则.....	4
4.1 公正性.....	4
4.2 客观性.....	4
4.3 持续改进.....	4
5 评价指标.....	4
6 评价方法.....	4
6.1 基本要求.....	4
6.2 评分判定准则.....	5
附录 1 批发零售服务评价指标表.....	6

批发零售服务认证技术规范

1 范围

本标准规定了对批发零售服务认证进行评价时应遵照的原则、指标和方法。

本标准适用于从事批发、零售业务的企业（包括综合商超、专业门店、线上批发零售平台等），其他涉及商品流通服务的组织可参照执行。

2 规范性引用文件

下列文件对于本标准的应用是必不可少的。凡是注日期的引用文件，仅所注日期的版本适用于本标准；凡是不注日期的文件，其最新版本（包括所有的修改单）适用于本文件。

GB/T 1.1 标准化工作导则 第一部分：标准的结构和编写

SB/T 10962-2013 商品经营企业服务质量评价体系

3 术语和定义

SB/T 10962-2013 界定的以及下列术语和定义适用于本文件。

3.1 批发服务

批发企业向零售企业、生产企业或其他批发企业提供商品采购、存储、配送、订单处理等服务的活动，不直接面向终端消费者。

3.2 零售服务

零售企业直接向终端消费者提供商品销售、陈列展示、咨询讲解、退换货、售后支持等服务的活动，包括线下门店零售和线上平台零售。

3.3 服务文化

企业在长期批发零售服务过程中形成的，以客户为中心的价值观、行为准则、服务理念等的总和，贯穿于服务全流程。

3.4 投诉管理

企业针对客户提出的不满或诉求，建立的受理、调查、处理、反馈及改进的全流程管理机制。

4 评价原则

4.1 公正性

评价应公平、公正，不受企业规模、合作关系等因素影响，严格依据本标准开展评价。

4.2 客观性

以企业实际服务情况为基础，通过文件审查、现场核查、客户访谈等方式获取客观证据，避免主观判断。

4.3 持续改进

批发零售服务认证应是持续性的，评价结果得出后，企业应至少按年度开展内部自查，第三方机构至少每三年重新评价一次，推动服务质量持续提升。

5 评价指标

批发零售服务评价指标详见附录1《批发零售服务评价指标表》，指标涵盖服务文化、领导力、人力资源、组织管理、服务过程、服务保障等核心维度，总分100分。

6 评价方法

6.1 基本要求

6.1.1 评价采用评分制，依据附录1的指标内容及分值，对企业批发零售服务的各维度进行打分，总分100分。

6.1.2 评价方式包括：

文件审查：查阅企业服务管理制度、培训记录、投诉处理档案、财务报表等文件；

- 现场审查：观察门店/仓库环境、商品陈列、员工服务流程，访谈一线服务人员；

- 客户访问：通过问卷、电话访谈等方式收集终端客户或批发合作方的满意度反馈。

6.2 评分判定准则

根据总分划分批发零售服务等级，具体如下：

- 三星级：60分（含 60分）~79分；
- 四星级：80分（含 80分）~89分；
- 五星级：90分（含 90分）~100分。

附录 1 批发零售服务评价指标表

二级指标	三级指标	三级指标	分值	评价要点
5.1 服务文化 (7分)	5.1.1 服务理念与价值观	企业明确“以客户为中心”的服务理念，形成书面服务价值观（如服务承诺、行为准则）	2	1. 服务理念在企业官网、门店显眼位置公示； 2. 价值观与批发零售业务特点匹配，无形式化表述
	5.1.2 服务文化测评与落地	建立服务文化测评体系，评估服务文化对企业发展的作用，将价值观转化为员工行为	3	1. 每年开展至少 1 次员工服务文化认同度测评（参与率 $\geq 80\%$ ）； 2. 有员工服务行为规范培训记录
	5.1.3 文化宣传与氛围	通过内部会议、宣传栏、线上平台等传播服务文化，营造服务导向氛围	2	1. 每月至少 1 次服务文化相关宣传活动 2. 员工对服务文化内容的知晓率 $\geq 90\%$
5.2 领导力 (7分)	5.2.1 高层领导决策	高层领导关注服务质量，结合市场变化（如消费趋势、竞争对手动态）调整服务策略	4	1. 每年至少 2 次高层参与的服务质量专题会议； 2. 有基于市场分析的服务改进决策记录
	5.2.2 资源投入保障	高层领导为服务提升配置必要资源（如人力、资金、技术设备）	3	1. 服务相关投入占年度总投入比例 $\geq 10\%$ ； 2. 有专门的服务改进预算及使用记录
	5.3.1 企业信用状况	符合 SB/T 10962-2013 中信用评价指标，无失信记录	5	1. 近 3 年无工商、税务等部门行政处罚； 2. 企业信用等级达到 BBB 级及以上（如有第三方评

5.3 信用与合规 (10分)	5.3.2 合规经营	遵守商品质量、价格管理、消费者权益保护等法律法规	5	<ul style="list-style-type: none"> 1. 商品进货验收记录完整, 无假冒伪劣商品; 2. 价格标签清晰, 无价格欺诈行为; 3. 近3年无消费者投诉败诉案例
	5.4 人力资源 (15分)	5.4.1 人员配置	配置与业务规模匹配的服务人员, 关键岗位(如客服、导购)人员充足	4
	5.4.2 培训体系	建立服务技能、商品知识、应急处理等培训机制	5	<ul style="list-style-type: none"> 1. 新员工岗前培训时长\geq40小时; 2. 在职员工每年复训时长\geq20小时; 3. 培训后有考核记录, 合格率\geq95%
	5.4.3 员工激励与发展	建立服务质量挂钩的激励机制(如奖金、晋升), 提供职业发展通道	3	<ul style="list-style-type: none"> 1. 有明确的服务之星、优秀客服等评选制度; 2. 近1年有至少10%的服务人员通过服务业绩晋升
	5.4.4 员工能力识别	识别员工服务特点(如沟通能力、专业知识), 匹配适合的服务岗位	3	<ul style="list-style-type: none"> 1. 有员工能力测评表(入职及年度测评); 2. 岗位调整基于能力测评结果, 记录完整
5.5 组织管理 (18分)	5.5.1 组织架构与流程	明确服务管理部门及职责, 建立清晰的服务流程(如订单处理、退换货)	6	<ul style="list-style-type: none"> 1. 有专门的服务管理部门(如客服部、服务质量部); 2. 服务流程以流程图形式公示, 员工知晓率\geq90%
	5.5.2 制度建设	制定服务标准、投诉处理、应急管理	6	<ul style="list-style-type: none"> 1. 制度覆盖服务全流程(售前咨询-售中服务-售后支

	设	等制度，且制度可落地执行		持)； 2. 每季度至少 1 次制度执行检查记录
	5.5.3 过程能力保障	具备服务应变能力（如缺货应对）、供应能力（如库存保障）、服务保障能力	6	1. 缺货响应时间≤24 小时（批发）/12 小时（零售）； 2. 库存周转率达到行业平均水平以上； 3. 服务设备（如 POS 机、线上系统）故障率≤5%
5.6 服务过程 (21 分)	5.6.1 售前服务	提供商品咨询、需求分析、采购建议等服务，匹配客户需求	8	1. 线下导购主动提供商品信息，线上客服响应时间≤5 分钟； 2. 批发客户有专属客户经理对接
	5.6.2 售中服务	零售端：商品陈列规范、结算便捷； 批发端：订单处理高效、配送及时	8	1. 零售结算等待时间≤5 分钟，批发订单处理时间≤48 小时； 2. 配送准时率≥95%； 3. 商品陈列符合安全、易取原则，无过期商品
	5.6.3 售后服务	提供退换货、维修、投诉处理等服务，保障客户权益	5	1. 零售退换货周期≤7 天，批发退换货流程明确； 2. 投诉处理响应时间≤24 小时，解决率≥90%； 3. 有投诉闭环记录（处理 - 反馈 - 改进）
	5.7.1 信息管理	建立客户信息、订单信息、服务记录等管理系统，保障信息安全	4	1. 有信息化管理系统（如 CRM、ERP）； 2. 客户信息加密存储，无信息泄露记录

5.7 服务保障 (12分)	5.7.2 设施保障	线下门店/仓库环境整洁、安全，线上平台稳定运行	4	1. 门店/仓库符合消防、卫生标准； 2. 线上平台年度 downtime < 24 小时
	5.7.3 应急管理	制定突发情况（如商品质量问题、系统故障）应急预案，并定期演练	4	1. 应急预案覆盖至少 3 类以上突发场景； 2. 每年至少 1 次应急演练，有演练记录
5.8 服务改进 (10分)	5.8.1 客户满意度调查	定期开展客户满意度调查，分析结果并用于改进	4	1. 每季度至少 1 次满意度调查，样本量 ≥ 客户总数的 5%； 2. 有调查结果分析报告及改进计划
	5.8.2 服务质量监测	建立服务质量指标（如投诉率、配送准时率）监测机制，定期评估	3	1. 监测指标 ≥ 5 项，每月生成监测报告； 2. 指标异常时有纠偏措施
	5.8.3 持续改进	根据监测结果、客户反馈，持续优化服务流程、提升服务能力	3	1. 每年至少 2 次服务改进项目落地； 2. 改进后服务指标提升 ≥ 10%（如投诉率下降）
总分	-	-	100	