

T/HJX

黑龙江省计量协会团体标准

T/HJX 012—2025

“龙江品质”区域公共品牌通用要求 服务业

"Longjiang Quality" General standard for regional public brand management service

2025 - 03 - 07 发布

2025 - 03 - 07 实施

目 次

前言	II
引言	III
1 范围	1
2 规范性引用文件	1
3 术语和定义	1
4 服务要求	1
5 管理要求	1
6 可持续发展	2
参考文献	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。

本文件由黑龙江省计量协会提出并归口。

本文件起草单位：方圆标志认证集团有限公司、方圆标志认证集团黑龙江有限公司、方圆标志认证集团有限公司北京特检有限公司、黑龙江省质量监督检测研究院、黑龙江省计量检定测试研究院、黑龙江省标准化研究院、哈尔滨冰雪大世界股份有限公司、黑龙江省亚布力体育训练基地、黑龙江省社会康复医院。

本文件主要起草人：龙科、赵丽晖、陈文、邵楠、佟晓芳、张星、汪志禹、杨帆、陈常鹏、刘萍、朴严花、康春生、王雅君、桑宇、潘雪、郭丽娜。

本文件首次制定。

引 言

“龙江品质”区域公共品牌是对黑龙江省区域内的文化价值、物质价值、机制价值、品牌价值等有效提炼和有机整合的区域公共品牌，旨在通过政府推动的“龙江品质”区域公共品牌建设工程（简称“龙江品质”）开展实施，以联盟认证形式，对符合认证标准、技术规范的地方特色产品和优势产业开展自愿性认证，形成集质量、标准、服务、信誉、效益、融合为一体，市场和社会公认的区域公共品牌。

“龙江品质”系列团体标准是根据“龙江品质”要求，围绕“标准引领，以质取胜”的基本原则，由黑龙江省计量协会引导行业专家和企业等共同组织编制的一套体现绿色、健康和安全理念的技术规范文件。“龙江品质”系列团体标准作为开展“龙江品质”自愿性认证的认证依据，以黑龙江省区域内，特色服务和优势产业为重点，通过管理过程要求和核心技术指标，推动企业提升内部管理水平，实现服务品质提升，提高龙江品质服务的市场竞争力。

“龙江品质”系列团体标准是采用过程控制和持续改进的管理理念方法，融合编制的一套包括基于管理要素的通用技术要求及基于行业特点的具体领域技术规范的一系列标准，该套系列文件设计如下：第一层级为T/HJX 012-2025 《“龙江品质”区域公共品牌通用要求 服务业》，第二层级为T/HJX 015-2025 《“龙江品质”特色服务技术规范 旅游景区服务》，第一层级、第二层级文件应配套使用。

"龙江品质"区域公共品牌通用要求 服务业

1 范围

本文件规定了“龙江品质”区域公共品牌服务业的服务要求、管理要求和可持续发展要求。本文件适用于“龙江品质”区域公共品牌的服务提供者的自我评价和第三方认证。

2 规范性引用文件

本文件没有规范性引用文件。

3 术语和定义

下列术语和定义适用于本文件。

3.1

服务业组织

为实现服务活动目标,由职责、权限和相互关系构成服务功能的组织。

[来源:GB/T 24421.1—2023, 3.1]

4 服务要求

4.1 基本要求

4.1.1 运用科学的服务理论、技术和方法,持续满足顾客对于服务的需求和期望。

4.1.2 结合当地生态资源、特色农产品、历史文化和民俗风情,丰富服务产品的文化内涵,提供特色服务,如冰雪经济下的特色服务。

4.1.3 规范服务要求,关注顾客感知,对影响服务结果的因素实施管理,统筹兼顾,开展服务评价,持续提升服务质量。顾客感知维度包括:

- a) 功能感知:指顾客对组织提供的产品和服务能否达到期望水平的感知;
- b) 经济感知:指顾客对组织提供的产品和服务是否值得投入金钱和时间的感知;
- c) 风险感知:指顾客对组织提供的产品和服务带来人身伤害风险的感知;
- d) 价值感知:指顾客对服务目的实现程度的感知;
- e) 心理感知:指顾客对整体的服务体验能否增强个人的幸福感的感知。

4.1.4 坚持可持续经营的理念,关注环境、健康、民生福祉,促进生态、环境、社会和谐发展。

4.2 服务提供

4.2.1 依据服务特点及服务接触方式,识别顾客需求,结合自身特点,确定并持续改进服务流程和要求,予以公示。

4.2.2 按服务要求,提供规范的服务。

4.2.3 提供与服务相适宜的服务环境和设施、设备。

4.2.4 采取适当措施保护顾客信息及隐私。

5 管理要求

5.1 服务过程管理

5.1.1 以顾客需求及期望为导向,不断创新和改进服务要求和流程,持续提供高品质的服务。

5.1.2 建立服务操作规范，识别、确定并对服务全过程的关键接触点和质量控制点，关键过程实施数智化管理。

5.1.3 采用不同方式收集服务过程信息，随机抽查服务实施情况，评估服务绩效。

5.1.4 定期评审外部产品、服务提供商，确保外部提供的产品、服务持续满足服务需求。

5.2 人员管理

5.2.1 根据服务特点识别并确定人员所需能力，确保人员能力满足服务要求。

5.2.2 建立人员激励机制，提高人员的服务水平和能力。

5.2.3 定期开展服务培训，确保服务人员熟悉服务流程及服务要求。

5.3 健康和安

5.3.1 保障员工及顾客人身及财产安全，识别卫生、安全、食品、自然灾害等方面的安全隐患，并加以控制。

5.3.2 建立风险预警机制和突发事件应急救援制度，对突发事件及潜在紧急情况进行应急准备并做出响应，并配备必要的保障设施、设备及应急救援物资，合理确定应急避难场所，组织应定期开展应急救援预案演练。

5.4 环境管理

5.4.1 建立环境管理制度，对服务环境实施控制，保持服务环境卫生良好。

5.4.2 采取措施减少服务提供过程中带来的环境污染。

5.4.3 在建筑建造、维修时，采取措施使其服务提供不受影响，并将其噪音、环境影响降至最低。

5.5 设施、设备管理

5.5.1 特种设备应在运营前通过国家有关部门的质量与安全检测，运营过程中按规定进行年检和例行检修，保留检修记录。

5.5.2 组织宜配备残疾人、老年人和其他有无障碍需求的人自主安全使用的设施、设备。

5.5.3 定期开展设施、设备的检查、维修和保养，发现问题及时处理。

5.6 品牌管理

5.6.1 树立品牌管理意识，将高品质服务融入品牌管理。

5.6.2 识别顾客需求，创新服务内容，提供差异化优质服务。

5.6.3 有效利用区域内自然、人文、文化、资源等优势条件，多渠道宣传推广品牌。

5.6.4 加大品牌保护力度，将品牌管理工作纳入企业战略管理范畴。

5.7 持续改进

5.7.1 开展服务评价。评价方式包括但不限于：

- a) 自我服务评价；
- b) 顾客满意度评价；
- c) 相关方监督评价；
- d) 第三方认证机构评价。

5.7.2 建立完善投诉机制，及时合理解决投诉，统计投诉处理率情况，分析投诉事件的原因，并有针对性的采取有效的纠正措施，提升满意度。

5.7.3 对评价结果开展分析，采取措施不断改进服务质量。

6 可持续发展

6.1 资源、能源和环境

6.1.1 在服务提供过程中识别资源、能源的使用情况，有效保护和合理利用资源、能源。

6.1.2 在服务设计时应优先考虑使用可再生能源及节能减排设施、设备。

6.1.3 组织宜在设计、装饰、装修中融入环保理念，使用当地的传统工艺，考虑增加当地的自然环境、

文化、景观等因素。

6.1.4 采取措施减少废水、废物、废气的排放，宣传“环保”、减少环境污染。

6.1.5 保护生态系统完整性和生物多样性，采取措施减少对周边生态环境及植物的破坏，减少对野生动物的打扰。

6.1.6 做好“零碳”相关核查工作，旨在达到“零碳”相关的标准与认证，以及实现零碳发展的长远目标。

6.2 社会责任

6.2.1 积极响应社会公共职能的相关服务，以满足服务业态的发展需要。

6.2.2 积极参与社会活动，促进社会和谐发展。

6.2.3 寻求当地居民就业机会，满足增加当地居民就业机会。

6.2.4 基于顾客体验，持续关注顾客需求及期望，运用适宜的科技方法、技术理论，提供优质服务，满足社会发展需求。

6.2.5 促进行业有序发展，提升市场秩序。

参 考 文 献

- [1] GB/T 24421.1 服务业组织标准化工作指南 第1部分：总则
-