

T/ZSX

团 体 标 准

T/ZSX 0008—2025

社区团店运营要求

Community group purchase store operation requirements

2025-5-26 发布

2025-5-26 实施

中国社区发展协会 发布

目 次

前 言	II
引 言	III
1 范围	4
2 规范性引用文件	4
3 术语和定义	4
4 基本要求	4
5 商品与供应链	5
6 仓储与物流	5
7 服务要求	5
8 数智化运营	5
9 内控要求	6
10 消防安全管理	6
附 录 A	7
附 录 B	8
参 考 文 献	10

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。请注意本文的某些内容可能涉及专利。本文的发布机构不承担识别专利的责任。

本文件由中国社区发展协会提出并归口。

本文件起草单位：中商商业工程技术研究院有限公司、中国市场监督管理学会、上海商学院、北京国际商贸中心研究基地、北京商业经济学会、熊猫奇奇（北京）品牌管理有限公司、中国商界杂志社、品牌观察杂志社、浙江广厦建设职业技术大学国际商学院、上海长宁茶叶学会、文华学院经济管理学部、杭州幸福道品牌管理有限公司、上海品食科技有限公司、《中国禽业导刊》杂志社。

本文件主要起草人：尹传高、梁生明、周鸣阳、陈佳黎、谈檀、韩友环、钟雨曦、殷延海、李馥佳。

引 言

为了构建现代商业流通高质量发展体系，解决社区居民最后一公里生活消费供需矛盾，满足日益增长的美好生活需求，特制定本标准。

社区团店作为新兴的商业生态，在《“十四五”城乡社区服务体系建设规划》《关于推进城市一刻钟便民生活圈建设的意见》等指导下快速发展。为规范社区团店运营管理，提升服务质量，建立涵盖商品供应链、服务流程、风险控制的全周期标准体系。

社区团店作为一个新型商业组织和商业模式，具有定制性、预售性、便利性、公益性、本地化与个性化服务，以及对外部资源具有吸引力等特点，这些都能有效促进社区商业设施建设与公共服务的改善。

近年来，国家和地方政府相继出台了一系列政策以支持社区团店的发展，当前社区团店的规划设计、装修和运营管理等方面仍存在诸多问题，包括社区公共资源的整合不够，服务意识不强、供给能力不足、缺乏专业设备，特别是受数智化知识和智力技能、传统经营模式的限制等。社区团店模式的发展目前处于初级阶段，需要通过标准制定、规范运营和宣传推广，实现高质量发展。推进社区团店管理标准的建设，不仅为中国品牌成长提供了沃土，更为居民带来切实的便利和福祉。

本标准遵循国家及地方政府相关政策，提出系统化、规范化、专业化的管理措施，涵盖社区团店的规划设计、运营模式、职责定位、组织结构、团店选品及推广策划等多个方面，保障和促进社区团店模式的健康发展。通过本标准的实施，将有助于规范社区团店的运营，促进社区公益服务和商业服务的有机融合，提高社区团店管理水平，推动社区团店商业模式创新，实现社区经济的可持续发展。

社区团店运营要求

1 范围

本文件规定了社区团店运营的术语定义、运营主体要求、服务规范、质量保障、安全消费应急及监督管理等内容。

本标准适用于为居民提供产品和服务的各类空间，包括公益空间和商业空间。

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，注有日期的引用文件，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 27922-2011 商品售后服务评价体系

GB 31621-2014 食品安全国家标准 食品经营过程卫生规范

GB 50016-2014 建筑设计防火规范（2018 年版）

GB/T 19271.1-2016 社会工作服务指南 第 1 部分：总则

GB 31605-2020 食品安全国家标准 食品冷链物流卫生规范

GB/T 21072-2021 通用仓库等级

SB/T 11185-2017 社区商业服务质量规范

GM/T 0054-2018 信息系统密码应用基本要求

JJF 1070-2005 定量包装商品净含量计量检验规则

3 术语和定义

下列术语和定义适用于本文件。

社区团店是由专业人员为社区和家庭提供各类服务的商业载体。社区团店是一种以地理社区为核心、主要融合“线上社群集单+线下实体服务”的零售模式，通过整合社区居民需求，依托线下门店或提货点，实现集体预售，集中采购、高效履约和本地化服务。其核心在于利用社区熟人网络降低获客与信任成本，同时借助实体空间增强用户体验。社区团店本质是“人、货、场”的社区化重构，通过社交裂变激活私域流量。其核心价值在于平衡效率与体验，成为新零售下沉市场的重要形态。

4 基本要求

4.1 岗位要求

岗位包括但不限于：团长，团购师、营销员、家庭管家、验货员、分拣员、打包员、保存员、配送员、提货服务员、社区商业规划员等。以上人员均应通过相关课程培训，培训合格，方可上岗。

4.2 设施设备要求

线下门店经营场地依据GB/T 21072实施分区管理，仓储空间设置待验区、合格品区、退货区物理隔离。

场所基本功能应该包含商品陈列、服务交流、教育培训、简易仓储等。

4.3 合规要求

社区团店需要按照国家法律和相关条例合规经营。

4.3.1 资质合规

团店正常运营的相关资质，严格按照国家要求规定办理。

4.3.2 公益合规

团长应建立健全与政府组织合作公益活动的管理制度，保障公益活动纯粹性、价值性、可追溯性。

4.3.3 商业合规

社区团店组织形式应具备自主纳税申报的基本能力，建立健全财务管理系统，严格遵守流转税、所得税的纳税缴纳要求。

5 商品与供应链

5.1 审核

团长在与供应商签订协议前，应对其经营资质进行审核，在条件允许的情况下，对供应商的经营场所、生产环境等进行实地考察。

5.2 可溯源

团长应建立供应商溯源系统，确保所有商品来源可追溯。

5.3 库存管理

按照社区居民实际需求，动态采购，实现零库存管理。

6 仓储与物流

团店要建立合理的库存和少量备货制度，以服务于居民的退换货需求。

7 服务要求

7.1 管理服务要求

社区团店要以系统化、专业化、标准化建立管理服务流程服务与手册，通过培训和督导实施服务内容。

7.2 人员服务要求

所有人员需培训考核，符合相关岗位技能要求。服务规范符合社区团店服务规范手册。

8 数智化运营

8.1 定义

社区团店的数智化运营是区别于其他商业组织的重要标准。作为交易可存证和商品可追溯的交易平台，需尽可能运用现代化技术作用于社区团店运营。

8.2 基本内容

基于数字化技术构建的社区服务集成平台，通过整合供应链管理、会员服务、公益协作等功能模块，实现社区居民生活服务、农产品流通及社区治理的数字化协同。

8.3 拓展要求

深入了解并结合现代消费大模型基础，开发社区居民消费需求和及时响应。
通过公益积分和消费积分等数智化模型，激发社区居民参与新型消费的持续热情。
结合人工智能的相关应用，通过培训和实践引导社区居民的社区治理。
结合现代商业实体的数字化转型要求，开展相关培训、咨询的一体化解决方案。

9 内控要求

9.1 建立健全定期检查制度

根据前述有关流程和标准，建立定期检查制度。

9.2 建立健全限期整改制度

不定期对社区团店内部规范进行整改。内部标准不得低于本标准。人员编制、居民反馈、社会监督等方面建立限期整改制度，并保证公开透明。

10 消防安全管理

10.1 建立健全消防安全管理制度

依据《中华人民共和国消防法》、《机关、团体、企业、事业单位消防安全管理规定》等相关规定制定团店相关消防安全制度。

10.2 建立健全监督整改制度

根据社区团店实际运营情况，制定消防安全相关管理整改制度。

附录 A

(资料性)

社区团店服务流程示例

A.1 标准服务流程

流程阶段	操作规范	关键控制点	时间要求
订单收集	1. 线上平台：通过小程序/APP 接收订单 2. 线下登记：纸质需求表电子化录入	- 需求确认回执 - 特殊需求标注	≤2 小时
商品分拣	1. 按订单号分区作业 2. 生鲜商品单独分装 3. 易碎品防震包装	- 二次验货 - 冷链商品温控记录	≤4 小时
配送执行	1. 常规配送：集中配送至自提点 2. 特殊配送：入户配送（老弱病残优先）	- 签收凭证留存 - 温度异常预警	≤24 小时
售后反馈	1. 自动发送服务评价链接 2. 建立 48 小时回访机制 3. 重大问题启动三级响应	- 投诉闭环率监控 - 改进措施备案	≤72 小时

A.2 特殊场景流程

预售场景：需求收集（D-7）→供应商备货（D-3）→到货验收（D-1）→配送（D0）

应急服务：绿色通道开通（≤30 分钟）→物资紧急分装（≤1 小时）→志愿者配送（≤2 小时）

附录 B

(资料性)

B.1 评价指标体系

评价维度	评价指标	评分标准	数据来源	权重
服务能力	订单处理准确率	≥98%得 5 分 95-97%得 3 分 <95%得 0 分	系统日志	20%
响应效率	咨询响应时长	≤15 分钟：5 分 16-30 分钟：3 分 >30 分钟：0 分	聊天记录	15%
问题解决	投诉闭环率	100%：10 分 每降低 1%扣 2 分	投诉系统	25%
用户关系	月度活动频次	≥4 次：10 分 2-3 次：5 分 <2 次：0 分	活动台账	10%
专业素养	标准考试合格率	100%：10 分 每降低 5%扣 2 分	培训记录	15%
社区反馈	满意度评分	9-10 分：15 分 7-8 分：10 分 <7 分：0 分	问卷调查	15%

B.2 评价结果应用

评分等级	总分区间	结果应用
优秀	≥90 分	优先获得资源支持，奖励信用积分 10 分
良好	75-89 分	常规运营权限，每月复评
合格	60-74 分	限期整改，扣减信用积分 5 分
不合格	<60 分	暂停服务资格，强制培训考核

B.3 评价周期

日常评价：月度动态评分（20 日生成报告）

年度总评：结合 12 个月度平均分（权重 60%）+ 突击检查分（权重 40%）

说明：

附录 A 依据 GB/T 24421.2-2023 《服务业组织标准化工作指南》设计流程节点

附录 B 参考 GB/T 19039-2022 《顾客满意测评模型和方法指南》设定评价模型

时间要求与 SB/T 11185-2016 《零售业冷链物流服务规范》保持衔接

权重分配采用 AHP 层次分析法计算得出，通过 Cronbach's α 系数验证（ $\alpha=0.87$ ）

注：本附录提供标准化实施工具，可根据实际需求调整细则，但不得降低核心指标要求。

参 考 文 献

- 商务部 《关于加快推进我国社区商业发展的指导意见》（2005. 5. 9. 商改发[2005]223号
《国务院办公厅关于印发社区服务体系建设的规划（2011-2015年）的通知》（2011. 12. 20. 国办发[2011]61号）
《国务院关于推进国内贸易流通现代化建设法治化营商环境的意见》（2015. 8. 28. 国发[2015]49号）
《国务院办公厅关于推进线上线下互动加快商贸流通创新发展转型升级的意见》（国办发[2015]72号）
商务部 民政部 国土资源部 住房城乡建设部 质检总局《关于推进电子商务进社区促进居民便利消费的意见》（2016. 10. 28. 商建[2016]255号）
商务部《关于加快城乡便民消费服务中心建设的指导意见》（商服贸函[2018]157号）
中共中央、国务院《关于完善促进消费体制机制进一步激发居民消费潜力的若干意见》（2018年9月）
国务院《关于加快发展流通促进商业消费的意见》（国办发[2019]42号）
财政部 税务总局《关于明确生活性服务业增值税加计抵减政策的公告》（2019年第87号）
民政部《关于进一步扩大养老服务供给 促进养老服务消费的实施意见》（民发[2019]88号）
2021年商务部《城市一刻钟便民生活圈建设指南》
《关于“疏解整治促提升”工作中完善便民商业设施若干问题的指导意见》
《北京市居住公共服务设施配置指标》
《关于加快本市蔬菜零售网络建设的指导意见》
-