

T/HNCFA

团体标准

T/HNCFA 001—2026

"美豫名品"公共品牌培育指南 品牌连锁业

点击此处添加标准名称的英文译名

(征求意见稿)

在提交反馈意见时，请将您知道的相关专利连同支持性文件一并附上。

XXXX - XX - XX 发布

XXXX - XX - XX 实施

河南省连锁经营协会 发布

目 次

前言	II
1 范围	1
2 规范性引用文件	1
3 术语和定义	1
4 培育原则	1
5 认证条件	2
6 认证要求	3
7 培育与认定程序	4
附录 A（规范性） “美豫名品”公共品牌（品牌连锁业）认证评价细则	6
附录 B（规范性） 星级评定与“美豫名品”衔接关系说明	14

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部分可能涉及专利。本文件的发布机构不承担识别专利的责任。

本文件由河南省连锁经营协会提出。

本文件由河南省连锁经营协会归口。

本文件起草单位：河南省卓越质量品牌研究院、河南合研品牌管理有限公司、景正信息咨询（河南）有限公司。

本文件主要起草人：许现峰、庞晶晶、陈岳鹏、王秋琴、王琼阁、蔡博、刘润滢。

"美豫名品"公共品牌培育指南 品牌连锁业

1 范围

本文件规定了品牌连锁业培育和申报“美豫名品”公共品牌的培育原则、认证条件、认证要求、培育与认定程序及认证评价细则。

本文件适用于在河南省行政区域内依法注册，采用连锁经营模式，有意愿培育和申报“美豫名品”的零售、餐饮、住宿、生活服务、教育培训、中介机构、专业服务等各类组织（以下简称“连锁组织”），用于指导其建立和实施系统化的品牌培育体系。

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/T 39654 品牌评价 原则与基础

GB/T 33497 餐饮企业质量管理规范

DB41/T 2790 “美豫名品”公共品牌认证通则

豫质强字（2025）1号 河南省“美豫名品”公共品牌管理办法

国务院令 第485号 《商业特许经营管理条例》

3 术语和定义

GB/T 39654、DB41/T 2790界定的以及下列术语和定义适用于本文件。

3.1

品牌连锁业

通过对经营同类企业实行集中采购、分散销售、规范化经营，从而实现规模经济效益的一种现代流通方式，主要有直营连锁、特许连锁、自由连锁等类型。实行统一采购、统一配送、统一标识、统一经营方针、统一服务规范和统一销售价格等是连锁经营的基本规范和内在要求。

3.2

门店达标率

连锁组织在河南省内所有门店中，达到品牌统一服务规范要求的门店数量占全部门店总数的比率。

3.3

顾客满意度

顾客对连锁品牌所提供产品或服务的综合满意程度，通过顾客调查、第三方测评、平台评价等渠道获取。

3.4

品牌标准化体系

连锁组织建立的涵盖门店管理、产品/服务标准、人员培训、质量控制、食品安全（适用时）等方面的成文化制度规范体系。

4 培育原则

4.1 质量引领原则

以服务质量为核心，突出标准化程度和顾客满意度，确保产品与服务核心质量稳定。

4.2 品牌导向原则

注重品牌知名度、美誉度和市场影响力，坚持连锁经营基本规范，鼓励本地化适配与服务创新。

4.3 创新驱动原则

鼓励数字化转型、管理模式创新和供应链升级，追求健康、可持续的规模扩张。

4.4 诚信经营原则

将合规守法、社会责任作为重要培育方向，保障员工、加盟商等利益相关方权益。

4.5 动态管理原则

建立持续改进机制，巩固和提升品牌综合能力，发挥行业标杆引领作用。

5 认证条件

5.1 基本条件

连锁组织申请“美豫名品”认证，应至少满足以下基础条件：

- a) 依法在河南省内登记注册，具有独立法人资格，主营业务符合国家产业政策，上年度营业收入不低于 500 万元，居民生活服务业可适当降至 300 万元。
- b) 采用连锁经营模式正常运行 3 年以上，且满足以下规模条件之一：
 - 餐饮业：直营门店不少于 5 家，或特许加盟门店不少于 20 家（以河南省内门店计）；
 - 零售业：直营或加盟门店不少于 10 家（以河南省内门店计）；
 - 居民生活服务业：直营或加盟门店（服务网点）不少于 5 家（以河南省内为主）；
 - 其他业态：直营门店不少于 2 家，或特许加盟门店不少于 5 家（以河南省内门店计），经专家评审认定具有行业代表性的品牌可适当放宽。
- c) 拥有合法有效的、与申报主体一致的自主品牌注册商标，商标核准范围覆盖所从事的主营业务，无权属纠纷。
- d) 建立有成文的品牌标准化体系，并实际运行满 1 年以上。

5.2 不予认证的条件

近三年内，出现以下任一情况的连锁组织，不得申请“美豫名品”认证：

- a) 重大安全与质量责任事故
 - 发生较大及以上生产安全、火灾、食品安全、公共卫生安全等责任事故；
 - 因产品/服务质量问题，导致出口产品被国外索赔、退货、通报调查，且经认定存在严重质量责任；
 - 发生重大质量事故，并被省级以上主管部门通报。
- b) 违法违规经营
 - 未取得法律、法规规定必须取得的经营许可证照，或违反环境影响评价等环保规定；
 - 有效期内被吊销营业执照或相关经营许可证；
 - 存在欺骗消费者、虚假宣传、价格欺诈等严重侵害消费者权益行为，并经查证属实；
 - 发生侵犯知识产权、偷税漏税等严重违法行为，并被司法机关或行政机关认定；
 - 存在拖欠员工工资、社保等严重劳动违法行为。
- c) 严重失信与监督检查不合格
 - 被列入经营异常名录、严重违法失信企业名单或失信联合惩戒对象名单；
 - 近三年内，在国家或省级监督检查中出现产品/服务质量不合格，且未按要求完成整改；
 - 销售假冒伪劣商品，造成不良社会影响。
- d) 持续经营能力严重不足
 - 生产经营出现连续两年（申请前两个完整会计年度）主营业务亏损，且无法提供合理的战略转型说明；
 - 因总部经营问题（如资金链断裂、管理失控）导致同一财年内非正常闭店数量超过直营及加盟门店总数的10%，或引发重大群体性投诉、诉讼。

- e) 其他严重违法违规行为
 - 发生其他严重违法法律、法规或行业管理规定,经相关部门认定不宜授予公共品牌的情形。

6 认证要求

连锁组织应围绕以下五个方面系统构建和提升能力。

6.1 质量水平培育

- 6.1.1 组织应建立并有效运行质量管理体系,宜通过 ISO 9001 或行业等效认证。
- 6.1.2 组织应构建完善的品牌标准化体系,涵盖门店管理、产品/服务标准、人员培训、质量控制等内容,并确保门店达标率不低于 90 %。
- 6.1.3 组织应建立顾客投诉处理机制,确保投诉率低于同行业平均水平,投诉处理及时率达到 100 %,并持续提升顾客满意度。
- 6.1.4 餐饮业连锁组织应符合 GB/T 33497 的相关规定,重点培育食品安全管理能力,建立 HACCP 或等效体系,实现原材料可追溯。
- 6.1.5 零售业连锁组织应重点培育商品质量管理与供应链稳定性,建立入货检验、在售检测及下架处置机制。
- 6.1.6 居民生活服务业连锁组织应重点培育服务人员资质与培训体系,显著提升核心岗位职业资格持证率。

6.2 创新能力培育

- 6.2.1 组织应制定创新战略及实施计划,每年投入相应资源用于研发或模式创新。
- 6.2.2 组织应推动数字化工具应用,宜部署 ERP、POS、CRM 等系统,提升数字化运营及线上线下融合服务能力(O2O)。
- 6.2.3 组织应根据业态特点推动供应链升级:
 - 餐饮业宜建设中央厨房或标准化厨房;
 - 零售业宜优化本地化采购与供应链稳定性;
 - 居民生活服务业宜建立服务人员培训认证体系。
- 6.2.4 组织宜积极参与本领域内国家标准、行业标准或团体标准的起草制定。
- 6.2.5 组织鼓励在商业模式或特色服务上形成首创性成果,并获得业界认可。

6.3 品牌建设培育

- 6.3.1 组织应制定清晰的品牌战略与规划,建立品牌管理机制并配置相应资源。
- 6.3.2 组织应加强知识产权保护,拥有合法有效的注册商标,并鼓励申请相关专利。
- 6.3.3 组织应提升品牌知名度和美誉度,争取获得省级及以上荣誉资质(如质量奖、行业奖项)。
- 6.3.4 组织应关注消费者口碑和自发推荐度(NPS),积极管理网络舆情,维护正面品牌形象。
- 6.3.5 组织鼓励品牌跨区域发展,提升在省外乃至全国的知名度和市场占有率。

6.4 组织效益培育

- 6.4.1 组织应保持稳定的经营业绩,实现主营业务收入、利润总额的持续增长。
- 6.4.2 组织应提升门店扩张质量,关注新店存活率,确保可持续发展。
- 6.4.3 组织应依法纳税,积极吸纳就业,履行社会责任,参与公益事业。
- 6.4.4 组织应践行绿色低碳理念,推行节能、减排、绿色采购、减少包装浪费等举措,鼓励获得绿色认证。
- 6.4.5 组织应诚信对待供货商和加盟商,履行合同义务,建立共赢的合作关系。

6.5 社会责任培育

- 6.5.1 组织应秉承绿色发展理念,在环境保护、安全生产等方面承担主体责任。
- 6.5.2 组织应诚信经营,杜绝虚假宣传、价格欺诈等行为,保障消费者合法权益。
- 6.5.3 组织应关注弱势群体,宜提供无障碍服务、针对老年人或困难群体的优惠服务等。

6.5.4 组织应积极参与政府促消费、安心消费、乡村振兴、社区服务等民生工程，提升社会价值。

7 培育与认定程序

连锁经营组织培育并申报“美豫名品”公共品牌，应按照以下程序分阶段推进。

7.1 启动与自我诊断

7.1.1 组织应成立由管理层牵头的培育工作小组，明确职责分工。

7.1.2 工作小组应依据本文件第6章及附录A的认证评价细则，对质量、创新、品牌、效益、社会责任五个维度进行全面自我评估，识别与认证要求的差距。

7.1.3 根据自我诊断结果，组织应制定品牌培育提升计划，明确改进目标、责任部门、资源投入和时间节点。

7.2 体系构建与实施

7.2.1 标准化体系建设

组织应完善品牌标准化体系，包括运营管理手册、服务操作规程、质量控制手册等文件，确保覆盖总部、门店、供应链全链条。

7.2.2 人才培养与赋能

组织应对管理层及一线员工进行标准宣贯和技能培训，核心岗位宜持证上岗，确保服务一致性与专业性。

7.2.3 数字化工具导入

组织应部署或升级数字化管理系统（如ERP、POS、CRM等），实现数据驱动的运营管理与线上线下融合。

7.2.4 门店全覆盖达标

组织应开展门店达标率内部审核，确保所有门店（含加盟店）执行统一标准，门店达标率不低于90%。

7.3 持续改进与自评

7.3.1 组织应建立内部审核和管理评审机制，定期对培育效果进行评估，并形成改进记录。

7.3.2 组织可引入神秘顾客、第三方顾客满意度调查等方式，持续识别服务短板并实施改进。

7.3.3 在正式申报前，组织应再次对照附录A的评价细则进行综合自评，确保综合得分达到基础级（70分）以上，并力争达到优秀级（80分）或卓越级（90分）。

7.4 申报与认定程序

组织完成内部培育后，应按照以下程序开展申报与认定工作：

7.4.1 申报受理

申报主体自愿填报“美豫名品”公共品牌申报书，连同相关佐证材料提交至省质量强省战略工作领导小组办公室（以下简称“省领导小组办公室”）。

7.4.2 资格审查

省领导小组办公室委托河南省连锁经营协会对申报材料进行资格审查，重点核查基本条件（见5.1）和不予认证情形（见5.2）。审查时限为10个工作日。

7.4.3 第三方评价

通过资格审查后，省领导小组办公室委托具备资质的第三方评价机构（认证机构），依据本文件附录 A 及 DB41/T 2790 开展书面评审、现场评价和顾客满意度调查，形成评价报告。评价时限为 30 个工作日。

7.4.4 专家委员会评议

省领导小组办公室组织召开专家委员会会议，审议第三方评价报告，结合行业特点给出最终评分及等级建议，形成候选名单。

7.4.5 部门征求意见

向省商务厅、省市场监管局、省发展改革委等相关部门征求意见，重点核实诚信记录及行政处罚情况。征求意见时限为 5 个工作日。

7.4.6 社会公示

候选名单在政府门户网站及主流媒体向社会公示，公示期不少于 7 个工作日，接受社会监督。

7.4.7 审定发布

公示无异议的，由省质量强省战略工作领导小组依据《河南省“美豫名品”公共品牌管理办法》（豫质强字〔2025〕1号）审定后正式发布，颁发“美豫名品”证书和奖牌，有效期5年。

7.5 持续保持与动态管理

7.5.1 获得授权的组织应在授权有效期内，每年开展自查并向省领导小组办公室提交自查报告。

7.5.2 省领导小组办公室对获授权品牌实施动态监督，对不符合要求的组织按照《河南省“美豫名品”公共品牌管理办法》（豫质强字〔2025〕1号）予以暂停或撤销授权。

7.5.3 有效期届满前 6 个月，组织可申请复核，复核程序参照本章简化执行。

附录 A

(规范性)

“美豫名品”公共品牌（品牌连锁业）认证评价细则

A.1 通用评价指标体系

适用于餐饮业、零售业、居民生活服务业等所有连锁经营业态。

表A.1 通用评价细则

一级指标	二级指标	分值	评分细则	佐证材料
质量水平培育	标准化与运营一致性	8分	品牌标准化体系完善度（4分）：拥有完整的运营手册、服务标准、操作规程、质量控制文件，覆盖总部-门店-服务全链条得4分；基本完整得2分；仅有基础文件得1分；无得0分。	标准化体系文件、内部督导报告
			门店达标率（4分）：门店达标率 $\geq 95\%$ 得4分，90%~95%得3分，85%~90%得2分，80%~85%得1分， $< 80\%$ 得0分。	神秘客调查
	全链条质量管理	9分	质量管理体系认证（3分）：通过ISO9001或等效认证且有效运行得3分；仅部分业务认证得1分。	体系认证证书
			供应商评价与控制（3分）：建立供应商准入、评价、淘汰机制及关键原料溯源制度，有效执行得3分；基本建立但执行不足得1分。	供应商管理制度
			质量风险管控（3分）：识别关键质量控制点，制定预防与纠正措施并有记录得3分；部分识别得1分。	质量风险清单
	服务交付与顾客体验	12分	顾客满意度水平（5分）：第三方评测或平台评分（5分制） ≥ 4.8 分得5分，4.5~4.8分得3分，4.0~4.5分得1分。	满意度调查报告
			服务一致性（3分）：神秘顾客暗访各门店服务水准差异小，标准执行一致率 $\geq 90\%$ 得3分，80%~90%得1分。	神秘客报告

一级指标	二级指标	分值	评分细则	佐证材料
			员工培训与持证率（2分）：核心岗位持证率≥90%且年度培训覆盖率100%得2分；持证率70%~90%得1分。	培训档案
			顾客投诉响应与解决（2分）：投诉响应≤2小时且解决率≥95%得2分；响应≤24小时且解决率≥90%得1分。	投诉处理记录
	供应链与物流体系	6分	关键商品统一配送率（3分）：统一配送率≥90%得3分，80%~90%得2分，70%~80%得1分。	SKU清单
			配送中心信息化水平（3分）：应用WMS、自动化分拣、智能仓储等技术并成效显著得3分；有一定应用得1分。	WMS截图、智能化设备清单
创新能力与数字化水平	数字化管理工具应用	7分	关键业务系统集成与应用（3分）：实现POS、ERP、CRM等系统数据互通并用于经营决策得3分；部分集成得1分。	系统架构图
			商业模式或服务流程创新成效（2分）：有成功创新案例并产生可量化积极效果得2分；有一定成效得1分。	创新项目报告
			线上线下融合服务能力（2分）：自建或接入O2O平台，线上销售占比≥20%得2分；有线上但占比<20%得1分。	线上销售数据
	研发与知识产权	5分	研发投入强度（3分）：研发费用占营收比重≥3%得3分，2%~3%得2分，1%~2%得1分。	审计报告
			有效知识产权（2分）：拥有三项以上核心知识产权（含发明专利）得2分；两项以上得1分；一项基础得0.5分。	知识产权证书
	服务与流程创新	3分	建立持续改进机制，近两年有成功改进案例并带来显著提升得3分；有改进但成效一般得1分。	改进案例报告

一级指标	二级指标	分值	评分细则	佐证材料
品牌建设培育	品牌战略与核心价值	5分	制定清晰的品牌发展战略规划，明确定位及目标，并在组织内有效传达得5分；有规划但执行不足得2分。	品牌战略文件、宣贯记录
	品牌管理体系	4分	管理职责与考核（2分）：明确品牌管理职责并纳入绩效考核得2分。	组织职责文件
			声誉监测与危机应对（2分）：建立声誉监测机制及危机预案并定期演练得2分；有基本机制得1分。	危机预案、演练记录
	品牌传播与顾客关系	5分	品牌传播有效性（2分）：开展与品牌核心价值一致的整合传播活动，形式多样得2分；有一定传播得1分。	传播计划
			顾客忠诚度建设（3分）：会员复购率 $\geq 50\%$ 得3分， $30\% \sim 50\%$ 得2分， $10\% \sim 30\%$ 得1分。	CRM分析报告
	品牌保护与荣誉	6分	商标法律保护（2分）：核心商标完成注册且权属清晰得2分。	商标注册证
			无重大法律纠纷（1分）：近三年无品牌相关重大诉讼或行政处罚得1分。	自我声明
			品牌荣誉（3分）：近五年获得省级及以上品牌相关荣誉，每项得1分，最高3分。	荣誉证书
组织效益培育	经济效益	12分	收入增长性（6分）：近两年主营业务收入平均增长率 $\geq 15\%$ 得6分， $10\% \sim 15\%$ 得4分， $5\% \sim 10\%$ 得2分， $0\% \sim 5\%$ 得1分。	审计报告
			盈利能力（6分）：上年度净利润率 $\geq 10\%$ 得6分， $8\% \sim 10\%$ 得4分， $6\% \sim 8\%$ 得2分， $4\% \sim 6\%$ 得1分。	审计报告
	市场表现	8分	规模与布局（4分）：省内门店 ≥ 50 家且覆盖 ≥ 5 个省辖市得4分； ≥ 30 家且覆盖3~5市得3分； ≥ 20 家且覆盖2~3市得2分； ≥ 10 家且覆盖2市得1分。	门店清单

一级指标	二级指标	分值	评分细则	佐证材料
			扩张健康度（4分）： 新店成功率≥90%且盈利门店占比≥90%得4分；80%~90%且80%~90%得2分；70%~80%且70%~80%得1分。	新店评估报告、盈亏分析表
社会责任培育	诚信经营与合规	2分	信用状况（1分）：无严重违法失信记录得1分。	信用查询截图
			合法合规（1分）：近三年在质量、环保、劳动、税务等方面无严重违法违规得1分。	合规自我声明
	绿色经营与公共责任	2分	绿色实践（1分）：在节能降耗、减少一次性用品、绿色包装等方面有具体措施与成效得1分。	绿色制度
			公共责任管理（1分）：识别运营中环境影响并采取管理措施得1分。	环境管理体系文件
	社会贡献	3分	纳税与就业（2分）：近两年平均纳税额、吸纳就业人数综合评定（突出得2分，良好得1分）。	纳税证明、社保记录
			公益参与（1分）：近两年组织过文化、教育、环保、社区服务等公益活动得1分。	公益活动记录
	利益相关方责任	3分	履行供货商/加盟商责任（1分）：合同履约率100%，无恶意拖欠得1分。	合同样本、加盟商满意度调查
			弱势群体关怀（2分）：提供无障碍服务或针对老年人、残障人士、低收入群体的优惠/专项服务，成效显著得2分；有部分举措得1分。	服务项目说明、客户反馈

A.2 餐饮业连锁经营专项评价指标体系

表A.2 餐饮业专项评价细则

一级指标	二级指标	分值	评分细则	佐证材料
食品安全与原料管理	食品安全管理体系	3分	建立HACCP或等效食品安全管理体系，有效运行且有内审记录得3分；有基本制度但未系统化得1分；无得0分。	HACCP证书、体系文件、内审记录
	原材料可追溯体系	3分	主要食材来源可追溯至供应商，建立电子	溯源系统截图、采购记录、检验报告

一级指标	二级指标	分值	评分细则	佐证材料
			台账，可实现批次追溯得3分；有纸质台账但追溯不完整得1分；无得0分。	
	中央厨房或标准化厨房建设	3分	有自建或共用中央厨房，核心食材统一配送率 $\geq 80\%$ 得3分；有中央厨房但配送率 $< 80\%$ 得1分；无得0分。	中央厨房照片、配送清单、SKU统一配送率计算
	食品安全培训与持证上岗	3分	所有食品处理人员持有效健康证，每年接受不少于40学时食品安全培训得3分；持证率 $\geq 90\%$ 但培训不足得1分；低于90%得0分。	健康证清单、培训记录、考核成绩
菜品/产品标准化	菜品/饮品标准化配方及出品规范	3分	有成文配方卡、出品标准，各门店执行一致性 $\geq 90\%$ 得3分；一致率80%~90%得1分； $< 80\%$ 得0分。	配方手册、出品照片对比、内部抽查记录
	定期菜单/产品迭代创新机制	3分	每年推出新品 $\geq 10\%$ 且研发流程完整得3分；每年推出新品5%~10%得1分；低于5%或无研发流程得0分。	研发记录、新品上市计划、销售数据
	地方特色与河南文化融合	2分	在产品设计中体现豫菜传承或河南地方饮食文化，有明确文化元素得2分；有尝试但效果一般得1分。	菜单、宣传资料、文化说明
	营养健康标识与特殊饮食支持	2分	提供营养信息（热量、成分），支持素食、低糖、无麸质等特殊需求得2分；部分支持得1分；无得0分。	菜单标注、点餐系统截图、顾客反馈
餐饮服务体验	就餐环境标准化	2分	门店形象、装修风格、卫生标准统一规范，且卫生评分 ≥ 90 分得2分；基本统一但卫生评分80~90分得1分。	VI手册、卫生检查记录、神秘客报告
	服务流程标准化与服务效率	3分	出餐时间、服务流程有明确标准，高峰期平均等待时间 ≤ 15 分钟得3分； ≤ 20 分钟得1分； > 20 分钟得0分。	服务流程文件、时段监控数据
	外卖/到家服务质量	3分	外卖包装品质、配送时效、顾客评分（ ≥ 4.7 分）达行业优秀水平得3分；良好得1分；差得0分。	外卖平台评分、投诉率、包装样品

A.3 零售业连锁经营专项评价指标体系

表A.3 零售业专项评价细则

一级指标	二级指标	分值	评分细则	佐证材料
商品质量与供应链管理	商品质量管理体系	3分	建立商品质量标准，实施入货检验、在售检测、下架处置流程，有完整记录得3分；有制度但执行不全得1分；无得0分。	质量管理制度、抽检记录、不合格品处置单
	供应链本地化与稳定性	3分	河南省内供应商占比 $\geq 50\%$ 且近两年无重大断供事件得3分；占比 $30\% \sim 50\%$ 得1分； $< 30\%$ 得0分。	供应商名录、采购合同、应急保障预案
	自有品牌建设	3分	自有品牌SKU占比 $\geq 10\%$ 且质量优良，得3分；占比 $5\% \sim 10\%$ 得1分； $< 5\%$ 得0分。	自有品牌清单、质检报告、销售数据
	商品可追溯与防伪体系	3分	重点品类商品可追溯至产地，防伪措施有效，消费者可查询得3分；部分可追溯得1分；无得0分。	追溯系统截图、防伪标签图片、消费者查询界面
门店运营标准化	门店陈列与动线标准化	3分	统一陈列规范，动线合理，顾客体验一致，神秘客评分 ≥ 90 分得3分； $80 \sim 90$ 分得1分。	陈列手册、门店照片、神秘客报告
	库存管理与缺货率控制	3分	主力商品缺货率 $\leq 2\%$ 得3分； $2\% \sim 5\%$ 得1分； $> 5\%$ 得0分。	库存管理系统数据、缺货记录
	收银与结账效率	2分	多种支付方式，高峰期平均结账等待时间 ≤ 3 分钟得2分； $3 \sim 5$ 分钟得1分； > 5 分钟得0分。	收银系统日志、顾客调查
	会员体系与顾客留存	2分	会员复购率 $\geq 50\%$ 且会员消费占比 $\geq 40\%$ 得2分；复购率 $30\% \sim 50\%$ 且占比 $20\% \sim 40\%$ 得1分；低于得0分。	CRM数据、会员分析报告
消费者权益保护	退换货政策执行情况	3分	退换货政策清晰公示且执行到位，无违规拒退记录，顾客满意度高得3分；有投诉但已妥善解决得1分。	退换货政策文件、投诉处理记录、公示照片
	价格诚信与明码标价执行	3分	明码标价规范，无价格欺诈，促销活动透明，近三年无行政处罚得3分；有轻微违规已整改得1分。	价格标签照片、促销备案、监管部门证明
	消费纠纷解决机制	2分	有专门消费纠纷处理渠道（电话、线	纠纷处理制度、记录、回访数据

一级指标	二级指标	分值	评分细则	佐证材料
			上), 解决时效 ≤ 48 小时, 满意率 $\geq 95\%$ 得2分; 基本满足得1分。	

A.4 居民生活服务业连锁经营专项评价指标体系

表A.4 居民生活服务业专项评价细则

一级指标	二级指标	分值	评分细则	佐证材料
服务人员资质与培训	从业人员职业资格证书持有率	4分	核心服务岗位持有相应职业技能等级证书或行业认证比例 $\geq 90\%$ 得4分; 70%~90%得2分; <70%得0分。	资格证书复印件、社保人员花名册
	系统培训体系建设	4分	有完善的入职培训、在岗培训计划, 年度培训学时 ≥ 40 小时, 培训考核记录完整得4分; 有培训但学时不足或记录不全得1~2分。	培训制度、培训计划、签到表、考核试卷
	背景核查与信息登记	2分	对入户服务人员100%实施背景核查, 信息可查且更新及时得2分; 部分核查得1分; 无得0分。	背景核查记录、公安部门合作证明
	服务礼仪与职业形象	2分	统一着装、工牌、仪态规范, 有具体操作执行标准, 抽查合格率 $\geq 90\%$ 得2分; 基本统一但合格率70%~90%得1分。	服务规范手册、现场照片、抽查记录
服务规范与安全保障	服务操作规程标准化	3分	主要服务项目有成文操作规程, 一线人员可准确执行, 随机抽查正确率 $\geq 90\%$ 得3分; 70%~90%得1分。	操作规程手册、现场操作考核记录
	服务协议与消费者权益保护	3分	签订规范服务协议, 明确双方权利义务、争议解决机制, 且近两年无重大纠纷得3分; 有协议但存在瑕疵或有一般纠纷得1分。	服务协议模板、客户签字记录、投诉处理档案
	意外保险与风险保障	2分	为入户服务人员购买责任险或意外险, 同时为消费者提供财产/人身安全保障得2分; 仅部分购买得1分; 无得0分。	保险单复印件、理赔记录
	紧急情况处置预案	2分	有突发事件(如意外伤害、火灾、客户突发疾病等)应急处置规程, 员工定期演练	应急预案文件、演练记录、照片

一级指标	二级指标	分值	评分细则	佐证材料
			得2分；有预案但未演练得1分；无得0分。	
民生服务贡献与普惠性	就业带动	3分	近两年带动就业人数（含灵活就业、农村转移人口）≥500人得3分，200~500人得2分，50~200人得1分。	员工花名册、灵活就业协议、社保记录
	优惠服务项目	3分	有面向老年人、残障人士、低收入群体的优惠或专项服务，服务人次显著得3分；有少量优惠活动得1分。	优惠服务清单、服务记录、客户反馈
	参与政府民生工程或社区服务项目	2分	参与政府便民惠民工程、社区服务项目，有具体成效证明得2分；仅参与未形成成效得1分。	政府合作协议、活动照片、总结报告

A.5 综合评分与认定等级

A.5.1 综合评分计算方式

A.5.1.1 通用评价得分

按表A.1计算，满分100分。

A.5.1.2 专项评价得分

根据申报业态，按对应的专项评价细则计算，满分30分。

综合得分 = 通用评价得分 × 70% + 专项评价得分 × 100% × 100%

注：综合得分满分100分。

A.5.2 认定等级

表A.5

等级	综合得分要求	额外条件
美豫名品·卓越级 (★★★)	≥90分	近3年无任何重大投诉或质量事故；在全国或国际有一定品牌影响力
美豫名品·优秀级 (★★)	80分 ≤ 得分 < 90分	门店达标率≥95%；顾客满意度≥4.5星（5分制）
美豫名品·基础级 (★)	70分 ≤ 得分 < 80分	门店达标率≥90%；顾客满意度≥4.0星；无重大服务质量投诉

A.6 加分项

以下情形可在综合得分基础上酌情加1~3分（加分后最高不超过100分）：

- 荣获中国质量奖、省长质量奖、中国驰名商标等国家级荣誉；
- 参与国家标准、行业标准或团体标准的起草制定；
- 品牌在省外（全国）开设门店超100家，实现河南连锁品牌走向全国；
- 在业内具有首创性的商业模式或服务模式创新，并被业界广泛认可；
- 积极参与政府促消费、安心消费、乡村振兴等重大部署，成效突出。

附 录 B

(规范性)

星级评定与"美豫名品"衔接关系说明

为实现河南省连锁经营协会《连锁企业星级评价》与"美豫名品"认定工作的有机衔接,依据以下对应关系开展互认和推荐工作。

表B.1

连锁星级评定结果	与美豫名品认定的对应关系	说明
五星级连锁企业	直接列入"美豫名品"候选,简化评价程序	可豁免部分书面审核,仅需现场抽查确认
四星级连锁企业	优先推荐申报,可直接进入第三方评价阶段	需补充提交前2年度自查报告
三星级连锁企业	鼓励申报,按正常程序开展全程评价	需完成全部评价程序
二星及以下	不在优先推荐范围,需达到基本条件后方可申报	—

注:本衔接关系不作为豁免评价标准的依据。