

T/EJCCCSE

团 体 标 准

T/EJCCCSE XXXX-XXXX

刺梨养元汤公益活动门店服务流程与规范

Service process and specification of rose roxburgh nourishing yuan soup public
welfare activity store

(征求意见稿)

20XX-XX-XX 发布

20XX-XX-XX 实施

中国商业股份制企业经济联合会

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 活动准备 1

5 接待服务 2

6 产品提供 3

7 活动宣传 3

8 卫生与安全 4

9 顾客反馈 4

10 活动总结 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。

本文件由贵州葫芦元坊健康产业有限公司提出。

本文件由中国商业股份制企业经济联合会归口。

本文件起草单位：贵州葫芦元坊健康产业有限公司、XXX。

本文件主要起草人：XXX。

刺梨养元汤公益活动门店服务流程与规范

1 范围

本文件规定了刺梨养元汤公益活动的门店服务活动准备、接待服务、产品提供、活动宣传、卫生与安全、顾客反馈及活动总结的要求。

本文件适用于所有参与刺梨养元汤公益活动的门店。

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 14881-2013 食品安全国家标准 食品生产通用卫生规范

GB 14934-2016 食品安全国家标准 消毒餐（饮）具

GB 37487-2019 公共场所卫生管理规范

《中华人民共和国食品安全法》

《餐饮服务食品安全操作规范》

3 术语和定义

下列术语和定义适用于本文件。

3.1

刺梨养元汤 Rose roxburgh nourishing yuan soup

以新鲜刺梨作为核心原料，经过清洗、熬煮、过滤等工艺熬制而成。

3.2

公益活动门店 Public welfare activity store

参与刺梨养元汤公益活动，负责向顾客宣传、提供刺梨养元汤服务的实体店铺。

4 活动准备

4.1 门店要求

4.1.1 门店应具备合法的经营资质，符合国家相关法律法规要求。

4.1.2 门店应具备良好的卫生条件，符合 GB 14881-2013 和 GB 37487-2019 的要求。

4.2 人员培训

门店工作人员应接受刺梨养元汤相关知识的培训，培训内容涵盖：

- a) 刺梨养元汤功效原理，详细讲解刺梨及各辅料成分在增强体质、改善身体机能方面作用机制；
- b) 熬制方法实操培训，员工需掌握从原料处理到火候控制、调味时机等全流程操作；

- c) 活动目的与意义深度解读,明晰公益活动对目标群体及社会影响;
- d) 服务规范培训,包括礼貌用语使用、顾客接待流程、问题解答技巧等。

4.2.1 培训结束后,通过实操技能考核、模拟服务场景测评等多元化方式考核,考核通过后方可参与公益活动服务工作。

4.3 物料要求

4.3.1 原材料采购

原材料采购要求如下:

- a) 依据过往销售数据、活动预期参与人数及周边市场需求调研结果,提前 15 d 向合格供应商采购刺梨养元汤原材料;采购过程需严格遵守《中华人民共和国食品安全法》中对原材料采购索证索票、供应商资质审核等相关要求;
- b) 刺梨果实应饱满、表皮无明显黑斑与软烂;其他辅料(如红枣、枸杞等)须具备正规厂家生产资质及产品合格检验报告,无霉变、虫蛀现象。

4.3.2 宣传资料制作

宣传资料制作要求如下:

- a) 设计制作活动宣传资料,海报应以鲜明色彩、醒目图案突出刺梨养元汤外观、公益活动主题及参与方式;
- b) 宣传单页应详细介绍产品功效、活动规则、门店地址与联系方式;
- c) 宣传册应涵盖刺梨知识科普、公益活动背景故事、顾客案例分享等内容;
- d) 所有宣传资料内容应经活动主办方审核,并于活动前 7 d 印刷完成并配送至门店。

4.3.3 服务设施检查

活动前 2 d,应全面检查门店服务设施。具体包括:

- a) 排查桌椅稳固性,对摇晃桌椅及时维修加固;
- b) 检查餐具清洁度,无油污、破损,高温消毒后妥善存放;
- c) 测试保温设备(如汤桶保温层、加热设备)功能,保证能将刺梨养元汤温度维持在适宜区间。

4.4 环境布置

4.4.1 应在门店入口、店内显眼墙面张贴活动海报,海报张贴高度适中,位置突出,方便顾客进店即可关注到。

4.4.2 应在门店大堂、通道等位置摆放宣传展架,展架间距合理设置,不影响顾客通行,营造浓厚的公益活动氛围。

4.4.3 应规划独立的刺梨养元汤展示区,配备产品介绍展板、实物样品陈列架,展示区灯光布置充足,以突出产品特色。

4.4.4 应设置专门的产品提供区域,配备专业服务人员,确保顾客能便捷地咨询、品尝、获取产品。

5 接待服务

5.1 迎接顾客

5.1.1 顾客踏入门店内,前台员工或距离顾客最近员工立即面向顾客,嘴角上扬露出标准微笑,眼神专注,使用礼貌用语“您好,欢迎参加刺梨养元汤公益活动”主动问候。

5.1.2 问候同时，应侧身伸手，以标准引导手势（手臂伸直，手掌向上，指向休息区或点餐区）引导顾客前往合适区域就座。若顾客携带较多衣物、物品，主动询问是否需要协助存放，带领顾客至专门物品存放处，帮助挂放衣物、摆放物品，并提醒顾客保管好贵重物品。

5.2 咨询解答

5.2.1 顾客就刺梨养元汤或公益活动提出疑问时，服务人员应站立端正，保持专注倾听，不随意打断顾客。

5.2.2 解答问题运用专业知识，结合通俗易懂的案例进行说明；针对复杂问题，可借助宣传资料、实物样品辅助说明。

5.2.3 主动向顾客介绍时，遵循由浅入深原则。具体原则如下：

- a) 外观香气：先介绍刺梨养元汤外观色泽、香气特点；
- b) 原料功效：再深入讲解制作原料来源、功效作用；
- c) 饮用方法：随后介绍饮用方法，如热饮、冷饮的最佳温度，每日适宜饮用量。

6 产品提供

6.1 产品制作

6.1.1 刺梨养元汤配方操作流程如下：

- a) 刺梨养元汤制作人员严格依照既定配方，精确称量刺梨、辅料用量，误差控制在 $\pm 5\text{ g}$ 以内；
- b) 刺梨清洗 3 次，去除表面杂质；将刺梨与辅料依次放入锅中，按先大火煮沸、后小火慢熬 60 min 的工艺操作，熬制过程适时搅拌，确保受热均匀；出锅前进行过滤，滤网目数为 100 目，去除汤中残渣。整个制作流程需严格遵循《餐饮服务食品安全操作规范》，保障食品制作过程安全、卫生。

6.1.2 制作人员上岗前，应穿戴专用工作服（工作服定期清洗、消毒）、帽子（完全包裹头发）、口罩（遮住口鼻），并用洗手液按“七步洗手法”洗手，手部消毒时间不少于 3 s，确保手部清洁卫生，避免污染食品。

6.2 产品出品标准

6.2.1 刺梨养元汤出锅后，温度控制在 $55\text{ }^{\circ}\text{C} \sim 65\text{ }^{\circ}\text{C}$ ，便于顾客饮用。

6.2.2 汤品色泽应呈现刺梨天然色泽，无浑浊、暗沉现象；嗅闻无酸败、异味，仅有刺梨与辅料混合自然香气；盛放在符合 GB 14934-2016 要求的餐具中，餐具摆放遵循整齐美观原则，汤碗间距均匀，汤勺放置统一位置。

6.3 产品分发

6.3.1 门店应设置专门的分发区域。

6.3.2 工作人员应按照顾客需求分发刺梨养元汤。

7 活动宣传

7.1 宣传方式

7.1.1 门店应通过多种渠道进行活动宣传，包括店内海报、宣传单页、社交媒体等。

7.1.2 宣传内容应准确、简洁，突出刺梨养元汤的健康功效和公益活动意义。

7.1.3 宣传过程中不得夸大产品功效，并向试饮人员说明该汤品不属于药物，不能代替药物治疗疾病。

7.2 宣传效果

7.2.1 门店应定期评估宣传效果，及时调整宣传策略。

7.2.2 门店应收集顾客反馈，了解宣传效果，为后续活动提供参考。

8 卫生与安全

8.1 环境卫生

8.1.1 门店应保持环境整洁，定期进行清洁消毒。

8.1.2 门店应设置垃圾分类设施。

8.1.3 门店应定期检查卫生设施。

8.2 食品安全

8.2.1 门店应严格遵守食品安全法律法规。

8.2.2 门店应定期检查原料质量，根据食品原料、食品添加剂、食品相关产品进货查验记录制度进行验收，记录食品原料、食品添加剂、食品相关产品的名称、规格、数量、供货者名称及联系方式、进货日期等内容，验收合格方可入库。查验记录保存期限二年。

8.2.3 门店应定期对工作人员进行食品安全培训。

8.2.4 门店应避免有特殊情况的高危人群。

8.3 安全措施

8.3.1 门店应设置安全警示标志。

8.3.2 门店应配备必要的安全设施，如灭火器、急救箱等。

8.3.3 门店应定期进行安全检查，及时发现和消除安全隐患。

9 顾客反馈

9.1 反馈收集

9.1.1 门店应设置顾客反馈渠道，如意见箱、在线反馈表等。

9.1.2 工作人员应主动询问顾客意见，及时收集反馈信息。

9.1.3 门店应定期整理和分析顾客反馈，了解顾客需求和意见。

9.2 反馈处理

9.2.1 门店应及时回应顾客反馈。

9.2.2 门店应根据顾客反馈改进服务流程，提升服务质量。

9.2.3 门店应将顾客反馈作为活动总结的重要依据，为后续活动提供参考。

10 活动总结

10.1 总结内容

10.1.1 门店应对活动进行全面总结，包括活动准备、接待服务、产品提供、活动宣传、卫生与安全、顾客反馈等方面。

10.1.2 总结应详细记录活动过程中的成功经验和存在问题。

10.1.3 总结应提出改进建议，为后续活动提供参考。

10.2 总结报告

10.2.1 门店应撰写活动总结报告，总结报告应包括：

- c) 活动概述；
- d) 数据分析；
- e) 经验总结；
- f) 改进建议。

10.2.2 总结报告应及时提交活动组织方。
