

ICS 点击此处添加 ICS 号

CCS 点击此处添加 CCS 号

T/HNAS

团体标准

T/XXX XXXX—XXXX

水果销售门店星级评定规范

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。

2025 - XX - XX 发布

2025 - XX - XX 实施

湖南省标准化协会 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 星级划分 1

5 评定原则 1

6 评定机构 1

7 评定流程 1

8 评定管理 2

附录 A（规范性） 水果销售门店星级评分表..... 3

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。

本文件由湖南省果品协会提出并归口。

本文件起草单位：

本文件主要起草人：

水果销售门店星级评定规范

1 范围

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。

本文件没有规范性引用文件。

3 术语和定义

本文件没有需要界定的术语和定义。

4 星级划分

4.1 星级划分的指标体系由店面环境、设备设施、产品质量、服务质量和门店管理组成，内容及评分表见附录 A。

4.2 星级划分由高到底分别为五星级、四星级和三星级。各星级得分要求如下：

- 五星级，得分在 90 分以上；
- 四星级，得分在 80 以上；
- 三星级，得分在 75 分以上。

5 评定原则

5.1 科学性

应注重评定指标体系的科学性，评定内容覆盖门店销售全过程。

5.2 自愿性

评定对象应自愿报名，并遵守评定的相关要求。

5.3 公平性

评定工作应透明，过程应及时公开。

6 评定机构

湖南省果品协会。

7 评定对象

依法登记注册1年以上的水果销售门店。

8 评定流程

8.1 形式审查

评定机构对参评门店递交的评定资料进行形式审查。通过形式审查的进入专家评审，未通过的以书面形式告知并退回相关资料。

8.2 专家评审

评定机构成立评审专家组。评审专家采取现场评审和消费者调研方式独立开展工作，评审专家根据评分表进行打分，并将结果递交评定机构。

8.3 结果公示

评定机构根据专家评审结果，按照得分确定门店星级，并向社会公示不少于7个工作日。如有异议，应及时处理并再次公示。

8.4 授牌

公示期结束后，评定机构应向获评的门店颁发相应的星级标牌。

8.5 复审

星级标牌有效期为3年，获评门店应在有效期届满前2个月向评定机构提出复审。

9 评定管理

9.1 实行单店评定，即各店分别单独评定星级，单店有效。

9.2 因故取消星级的门店两年内不得参加星级评定。

9.3 星级门店出现变更名称、变更经营主体、变更装修等情况时，应及时向评定机构报告，接受评定机构的审查，确定是否组织重新评定。

9.4 评定过程中发现弄虚作假及时取消评选资格。

9.5 在有效期发生重大质量事故或负面新闻，评定机构应及时公示撤销获评星级。

附 录 A
(规范性)
水果销售门店星级评分表

A.1 水果销售门店星级评分表见表 A.1。

表A.1 水果销售门店星级评分表

序号	一级指标	二级指标	内容	得分	备注
1	店面环境 (12分)	空间布局 (2分)	主通道宽度至少 1.2 米, 避免拥挤。(1分) 有路线规划(1分)如引导顾客按“U型”或“回型”路线浏览		
2		灯光照明 (3分)	基础照明: 确保店内光线充足, 避免昏暗。(1分) 重点照明: 用射灯或暖光灯聚焦高价或促销水果(如草莓、榴莲), 增强诱人感。(2分) 自然光利用: 若有可能, 增加透明橱窗或玻璃门, 让阳光提升水果的天然感。(3分)		
3		陈列分区 (2分)	按功能区划分(1分)如陈列区、促销区、收银区、打包/切果区等 按存储方式划分(1分)如常温区、冷藏区、冷冻区等		
4		气味温度 (2分)	通风系统(1分)如避免闷热或异味(如榴莲区可单独通风) 保鲜设备(1分)如冷藏柜存放切块水果或高档产品		
5		其他细节 (3分)	装饰元素(1分)如绿植、季节性装饰 背景音乐(1分) 信息提示(1分)如小黑板写“今日特供”或水果知识(如“如何挑选甜菠萝”)		
6	设备设施 (20分)	货架展柜 (3分)	不同类型的货架: 如阶梯式货架、木质或藤编筐篮(1分) 冷藏设备: 如透明冷藏柜、风幕柜(1分) 喷雾保鲜机(为绿叶类水果保湿, 如葡萄、绿叶菜)(1分)		
7		地面 (2分)	防滑地砖		
8		加工、处理设备 (3分)	操作台(1分) 沥水篮/滤网(清洗后水果沥干)(1分) 工具(如水果刀、削皮器等)(1分)		
9		包装设备 (2分)	保鲜膜机、打包机(封装果盒)(1分) 礼盒/礼品袋(节日定制包装)(1分)		
10		收银 (2分)	收银机、扫码枪/POS系统(1分) 验钞机(1分)		
11		监控系统 (2分)	摄像头、防盗报警器		
12		清洁、卫生设施 (3分)	清洁工具: 如拖把、水桶、抹布(1分) 消毒工具: 如紫外线消毒灯(1分) 洗手池(1分)		
13		物流、搬运设备 (3分)	搬运工具: 如手推车、平板车、折叠梯等(1分) 库存管理: 如仓储货架等(1分) 周转箱(塑料筐, 运输防磕碰)(1分)		
14	产品质量 (16分)	感官品质 (4分)	无腐坏、发酵、变质、畸形		
15		理化指标 (4分)	糖酸比(如柑橘类糖度 $\geq 12\%$ 、酸度 $\leq 0.8\%$ 为佳) 淀粉转化率(香蕉通过淀粉检测确定采收时间)。 水分含量: 果肉饱满多汁(如西瓜中心糖度 $\geq 10\%$ 且水分足) 硬度值: 果实硬度计测量(芒果适熟期硬度4-6kg/cm ²)		

序号	一级指标	二级指标	内容	得分	备注
16	产品质量 (16分)	卫生安全 (8分)	农药残留：符合国家标准（如GB 2763-2021），尤其关注草莓、葡萄等高农残风险品类（1分） 重金属污染：铅、镉等含量需低于限值（如产地土壤水质检测报告（1分） 微生物控制：大肠杆菌、霉菌等不超标（现切水果需冷藏并4小时内销售（1分） 添加剂合规：保鲜剂（如抑霉唑）、催熟剂（如乙烯）使用合规（1分）		
17	服务质量 (20分)	基础服务 (4分)	店员能清晰介绍水果的产地、口感、成熟度、保存方法（2分） 能根据需求推荐商品。（2分） 多样化支付方式（支持现金、移动支付（微信/支付宝）、会员积分抵扣等。（2分）		
18		便利服务 (6分)	增值服务：免费切果、剥皮；提供水果清洗区或代洗服务（2分） 配送服务：线上（2分）；线下（2分）		
19		售后服务 (4分)	退换货政策明确（如“24小时内发现腐烂可凭小票退换”）（2分） 主动提供购物小票或电子账单。（2分）		
20		互动与体验 (4分)	试吃推广（2分） 定制服务（按预算搭配高档水果，附赠贺卡）（2分）		
21	门店管理 (32分)	人员管理 (4分)	排班与分工：合理排班，明确岗位职责（1分） 培训与考核：定期培训商品知识、服务话术、切果技能（1分） 设置绩效考核（如销售额、客户投诉率挂钩奖金）（1分） 员工激励：设立销售提成或销售奖励（1分）		
22		商品管理 (7分)	采购与库存： 选品策略：根据季节、周边客群调整品类（1分） 库存控制：每日盘点，避免积压（1分） 设置安全库存：（如苹果、橙子等耐储品类备货充足）（1分） 陈列与保鲜 按水果特性摆放：热带水果避风避冷；浆果冷藏展示（1分） 先进先出（FIFO），旧货前置优先销售（1分） 损耗处理： 每日检查腐烂品，及时折价促销或丢弃（1分） 记录损耗原因（如采购过量、保存不当），优化后续采购（1分）		
23		财务管理 (4分)	收支监控（2分）如每日核对流水、控制成本等 定价策略（2分）如动态定价、组合促销等		
24		客户管理 (6分)	会员体系：会员专属折扣或积分兑换（1分）；生日福利（1分） 反馈收集：主动询问顾客意见（1分）处理差评（1分） 线上社群运营：如微信群发新品到货通知、限时优惠、朋友圈分享水果知识（2分）		
25		安全与卫生管理 (8分)	卫生标准：每日清洁地面、货架、刀具（消毒液擦拭）（2分） 腐烂水果隔离存放，避免污染其他商品（2分） 垃圾桶分类：操作台专用（2分） 安全防范：监控摄像头覆盖，防止偷盗（1分） 检查电路、冷藏设备，避免火灾或断电导致损耗（1分）		
26		应急管理 (3分)	突发事件：水果批量变质，联系供应商退换或紧急促销（1分） 顾客冲突：店长第一时间调解，避免影响其他顾客（1分） 天气应对：雨天准备防滑垫，暴雨天提前备货减少配送订单（1分）		

