

服务标准的编写

FuWu BiaoZhun De BianXie

柳成洋 等 著



中国质检出版社
中国标准出版社

服务标准的编写

柳成洋 等 著

中国质检出版社

中国标准出版社

北 京

图书在版编目 (CIP) 数据

服务标准的编写/柳成洋等著. —北京: 中国标准出版社, 2014. 12
ISBN 978-7-5066-7786-8

I. ①服… II. ①柳… III. ①服务业—标准—编写—中国
IV. ①F719-65

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2014) 第 276610 号

中国质检出版社 出版发行
中国标准出版社

北京市朝阳区和平里西街甲 2 号 (100029)

北京市西城区三里河北街 16 号 (100045)

网址: www.spc.net.cn

总编室: (010) 64275323 发行中心: (010) 51780235

读者服务部: (010) 68523946

中国标准出版社秦皇岛印刷厂印刷

各地新华书店经销

*

开本 787 × 1092 1/16 印张 13.5 字数 224 千字

2014 年 12 月第一版 2014 年 12 月第一次印刷

*

定价 36.00 元

如有印装差错 由本社发行中心调换

版权专有 侵权必究

举报电话: (010) 68510107

著者名单

柳成洋 曹俐莉 李 涵 侯 非
曾 毅 王世川 杨 朔 张雨辰
万福军

自 1996 年世界标准化组织（ISO）提出“呼唤服务标准”以来，服务标准正式成为全球标准化大家族的新成员。然而，服务标准不同于以往的技术标准、方法标准等，如何制定一项服务标准，一直是广大服务标准化研究人员和实践工作者困惑的问题。

作为系统归口管理我国服务领域国家标准的标准化技术组织，全国服务标准化技术委员会一直致力于服务标准的研制和应用。截至目前，累计研制服务业领域国家标准、行业标准近百项，包括主导研制了《服务标准制定导则 考虑消费者需求》（GB/T 24620—2009）、《服务标准编写通则》（GB/T 28222—2011）等一系列基础标准，逐渐确立了在全国服务标准化工作中的核心地位。同时，对服务领域国际标准的研制也进行了深入探索，并于 2014 年 3 月推动首个由中国主导的服务领域国际标准发布。

本书将指导广大服务标准化工作者如何研制服务标准，全书共分 7 章：第一章介绍服务、服务标准的基本概念，在此基础上重点普及有关国际、国外发达国家服务标准制定情况，以及我国服务标准制定现状。第二章介绍服务标准制定的理念与原则、服务标准的核心内容、服务标准制定的程序和方法等内容，为服务标准制定提供通用的指导方法。第三章从服务主体的角度，分别阐述服务提供者、供方两个核心要素的确立方法和标准研制示例。第四章分别阐述职员、顾客、服务合同三个核心要素的确立方法和标准研制示例。第五章分别阐述服务环境、服务设备两个核心要素的确立方法和标准研制示例。第六章分别阐述服务支付、服务交付、服务沟通（含内部沟通、外部沟通）三个核心要素的确立方法和标准研制示例。第七章分别阐述服务结果、补救措施两个核心要素的确立方法和标准研制示例。

本书附录部分以清单的形式展示了国际标准化组织、欧盟和英国、法国、

德国等发达国家服务标准研制的情况，以及我国服务领域主要国家标准、行业标准、地方标准的列表。

本书是继《服务标准化导论》后，全国服务标准化技术委员会推出的又一部服务标准化著作。针对服务标准编写的具体主题，本书的写作系统深入、简明直观：既深入剖析不同要素应关注的重点内容，又通过丰富的服务标准示例，为广大服务标准化工作者提供方法指导。

本书在编写过程中得到了国家标准化管理委员会服务业标准部有关领导、专家和同仁们的支持，在此谨致谢忱！在本书撰写过程中，参考了大量的服务标准，在此一并向有关起草人表示感谢！

本书可作为服务领域有关标准化技术委员会，以及各服务行业管理者、服务型组织标准化实践工作者系统了解服务标准编写知识的参考资料。

限于水平，书中瑕疵在所难免，诚恳希望读者批评斧正。

著者

2014 年 11 月于北京

第一章 概述 /1

第一节 基本概念 /2

一、服务 /2

二、服务标准 /8

第二节 国际、国外服务标准制定现状 /10

一、国际标准化组织服务标准制定现状 /10

二、欧盟服务标准制定现状 /15

三、发达国家服务标准制定现状 /20

第三节 我国的服务标准制定现状 /23

一、我国服务标准制定溯源 /23

二、服务标准化技术委员会 /25

三、服务标准制定情况 /25

四、中国服务标准实践示例 /26

第二章 服务标准制定原则与方法 /28

第一节 服务标准制定的理念与原则 /29

一、服务标准制定的理念 /29

二、服务标准制定的原则 /30

第二节 服务标准的核心内容 /31

一、服务标准应规范的“十二要素” /31

二、服务标准“十二要素”应规范的内容 /31

第三节 服务标准制定程序 /44

一、服务标准制定程序的划分 /44

二、制定服务标准的主要环节 /44

第四节 服务标准中关键指标的确定 /51

一、原始数据收集方法 /51

二、数据分析方法 /53

第三章 核心要素的编写:服务提供者、供方 /57

第一节 服务提供者 /58

一、基本概述 /58

二、标准编写方法与示例 /60

第二节 供方 /66

一、基本概述 /66

二、标准编写方法与示例 /67

第四章 核心要素的编写:职员、顾客、合同 /70

第一节 职员 /71

一、基本概述 /71

二、标准编写方法与示例 /75

第二节 顾客 /82

一、基本概述 /82

二、标准编写方法与示例 /84

第三节 合同 /88

一、基本概述 /88

二、标准编写方法与示例 /90

第五章 核心要素的编写:服务环境、服务设备 /95

第一节 服务环境 /96

一、基本概念 /96

二、标准编写方法与示例 /100

第二节 服务设备 /107

一、基本概念 /107

二、标准编写方法与示例 /109

第六章 核心要素的编写:支付、交付、沟通 /118

第一节 支付 /119

一、基本概述 /119

二、标准编写的方法与示例 /120

第二节 交付 /124

一、基本概述 /124

二、标准编写方法与示例	/126
第三节 服务沟通	/131
一、基本概念	/131
二、标准编写的方法与示例	/132
第七章 核心要素的编写:服务结果、补救措施	/138
第一节 服务结果	/139
一、基本概念	/139
二、标准编写方法与示例	/142
第二节 补救措施	/149
一、基本概念	/149
二、标准编写方法与示例	/150
附录	/158
附录1 ISO 服务标准清单	/159
附录2 欧盟服务标准清单	/162
附录3 德国服务标准清单	/171
附录4 英国服务标准清单	/174
附录5 中国服务相关技术委员会列表	/179
附录6 中国服务国家标准清单	/183
附录7 中国服务行业标准目录	/195
附录8 中国服务地方标准示例	/201

第一章

概述

服务标准化是标准化的新兴领域，编制高质量的服务标准是服务标准化工作者应该具备的技能。本章主要对服务、服务标准、服务标准化的基本概念以及国内外服务标准的制定现状进行系统解析，从而为后续章节奠定基础。

第一节 基本概念

一、服务

(一) 国际标准中“服务”定义的演变

理论界对“服务”概念和内涵的研究由来已久，学者们纷纷从不同角度对“服务”给出过定义，作为标准化领域的权威机构，国际标准化组织先后在1991年和2008年发布的国际标准中对“服务”做出过界定。

1. 国际标准中对“服务”的界定

(1) ISO 9004—2: 1991《质量管理和质量体系要素 第2部分：服务指南》对“服务”的定义是：

服务：为满足顾客的需要，供方与顾客接触的活动和供方内部活动所产生的结果。

注1：在接触面上，供方或顾客可能由人员或设备来代表。

注2：对于服务提供，在与供方接触面上顾客的活动可能是实质所在。

注3：有形产品的提供或使用可能成为服务提供的一个部分。

注4：服务可能与有形产品的制造和供应结合在一起。

(2) ISO最新发布的76号指南——ISO/IEC Guide 76: 2008《服务标准制定——考虑消费者需求的建议》也对“服务”做出了界定：

服务：服务提供者与顾客接触过程中所产生的一系列活动的过程及其结果，其结果通常是无形的。

服务包括但不限于以下活动：

——为满足顾客需求，在有形产品上所完成的活动（例如汽车服务或维修）；

——提供专家意见或顾客支持（例如法律或财务建议）

——提供无形产品（例如保险）；

——为用户提供培训和教育（例如语言、体育和技艺知识的传授）；

——膳宿和娱乐（例如旅馆、剧院）；

- 为参与者提供有组织和引导的活动（例如旅游，假日活动）；
- 设备或房屋租用（例如出租代理、工具出租）；
- 为顾客或用户提供护理或治疗（例如理发师、牙医）；
- 健康护理；
- 网络服务（例如电信、电缆、互联网、电力和燃料传输服务）；
- 交通服务（例如公共汽车、火车、轮船和飞机）。

2. “服务”定义的演变

1991年，国际标准ISO 9004—2：1991中“服务”的定义主要强调三个方面：一是“服务”是以顾客为中心；二是“服务”既包括服务提供者内部的活动，也包括服务提供者与顾客之间接触时产生的活动；三是“服务”是活动的结果。由于质量管理的核心是提升企业的管理水平，因此该标准指出服务包括服务提供者内部的活动。

2008年，国际标准ISO/IEC Guide 76：2008中“服务”的定义强调四个方面：一是“服务”是以顾客需求为中心；二是“服务”是指服务提供者与顾客之间接触时产生的活动；三是“服务”既包括过程，也包括结果；四是“服务”结果一般是无形的。鉴于该标准是从考虑消费者需求的角度提出，因而在给出的“服务”概念中将服务限定在服务提供者与顾客之间接触时发生的活动。

不同的时代背景，不同的标准主题，以及对服务认识的不断深入导致ISO给出的关于“服务”的定义有所不同，发生的演变主要体现在以下几个方面：

- 更加重视服务提供者与顾客之间接触时发生的活动；
- 丰富了“服务”的内容，即包括服务提供的过程和结果；
- 给出了“服务”的特性，即结果通常是无形的。

（二）本书对“服务”定义的理解

综合以上国际标准中给出的“服务”定义以及对“服务”定义演变的分析，本书从更加全面的视角界定了“服务”的概念，并给出服务的内涵和特性。

1. “服务”的概念与内涵

“服务”是指为满足顾客的需要，服务提供者凭借自身资源，借助一定的

工具、设施和手段，与顾客接触以及支撑其与顾客接触的内部运行所涉及的一系列活动的过程及其结果。具体体现在：

(1) “服务”的中心是顾客。服务是针对顾客的需要来说的。在理解这个概念时要树立以顾客为核心的理念。“顾客”是指接受服务产品的组织或个人。这里的“顾客”是广义的概念，可以是最终消费者，也可以是购买者、使用者或者其他受益者。例如养老服务机构的顾客可以是入住的老人，也可以是支付费用的老人子女。

(2) “服务”的目的是满足顾客需求。这里的“需求”是指顾客对服务的物质和精神方面的需求，包括当前的和期望达到的需求。顾客的需求不是一成不变的，处于不断的变化和发展之中。因此，应不断地改善服务，以适应和满足顾客的需求。值得注意的是，满足顾客的需求应在社会总的要求和规范下来考虑，如社会对环境保护、安全和卫生，以及资源保护和能源利用等方面的要求，除此之外也包括符合有关法律和法规方面的要求。

(3) “服务”的条件是与顾客接触。之所以产生服务，前提是服务提供者与顾客进行接触，这种接触可以包括多种方式，例如人对人、设备对人、设备对设备。

(4) “服务”的内容是服务提供者的一种活动。“服务”的内容是服务提供者的一种活动，既包括服务提供者与顾客接触中所产生的活动，也包括支撑与顾客接触活动的服务提供者内部的活动。服务是产生于人、机器、设备与顾客之间互动关系的有机系统，并由此形成一定的活动过程。例如培训活动是产生于培训教师，培训受众，课件，电脑、投影仪、话筒等设备之间一系列的活动。这里需要注意的是服务的出发点和落脚点都是满足顾客需求，因此服务内容的核心在于服务提供者与顾客接触过程所产生的活动。

(5) “服务”质量体现在过程和结果上。相当长的一段时期，服务质量一直被认为仅体现在服务结果上。事实上服务质量不仅仅体现在服务结果上，也体现在服务提供过程之中。例如顾客到餐馆用餐，服务质量不仅体现在吃饱吃好，还体现在用餐的环境，用餐过程中服务人员的态度等诸多方面。

(6) 服务的结果通常是无形的。服务的结果通常是无形的，但是，我们不能仅以有形和无形作为区别“服务”的尺度。服务有时是与有形产品的制造和供应结合在一起，联系在一起的。例如，快餐服务通过提供食品来完成服务的

提供,这说明服务提供者本身常常需要有形产品来支持以达到服务的目的。

2. “服务”的特性^①

为深入分析服务的特性,要先理清服务需要以及服务特色。

(1) 服务需要

服务特性是由顾客和社会的需要转化而来的,因此,有必要对服务需要进行深入地分析,以确定服务中普遍有代表意义的特性。服务需要既包括物质方面的,也包括精神方面的,具体可体现在以下几个方面。

——物美价廉。顾客希望能够获得低价质高的服务。但物美与价廉是相矛盾的,物美是建立在一定的价格和成本之上的。因此,顾客不能期望以低价来购买高档服务,服务型组织也不能期望以很低的成本来达到提供高档服务的目的,即要以合理的费用来得到满意的服务。

——服务及时。现代社会工作和生活节奏都很快,顾客更关注服务是否及时,是否周到。例如快递服务企业不能满足于顾客能够收到快件,而是要在规定的时限内送达给顾客。银行也同样不能满足储户取到存款,要使顾客满意,服务及时与周到很关键,试想若让储户等上二三个小时,手续繁杂,柜台无明晰标识,服务人员态度不好,储户肯定会非常不满意。

——服务安全。保障服务安全至关重要,即要在服务的全过程中不会由于商品变质、设施故障、服务过失等造成人、财、物以及环境的危害和损失。安全既包括顾客的安全,也包括服务提供者的安全。例如旅馆要确保安全保障措施、消防设施完备,电梯运行良好,食品与环境卫生。服务安全一旦出现问题,一般会导致顾客对服务的全部否定。

——舒适与方便。在可能的条件下,服务环境要尽量做到舒适与方便,以顾客舒适和方便为出发点,而不是考虑管理与售货员的需要。例如商场购物场所安放一些供顾客休息用的座椅;餐馆留出一定空间给排队等号的顾客休息,并提供一些食品等。

——服务热情。服务人员热情、周到、诚恳、礼貌、尊重、亲切、友好,这些都是顾客的精神需求。大多数情况下,服务人员态度不好是顾客对服务不

^① GB/T 19004.2—ISO 9004 -2《质量管理和质量体系要素 第二部分:服务指南》宣贯指南,主编:郎志正,中国标准出版社

满意和投诉的主要原因。

从以上五点顾客需求中还可以看到服务需求具有以下特点：一是服务需要具有相对性。服务需要具有相对性，没有一个绝对的标准。首先，顾客对服务的需要是多样化的，这与顾客受教育程度、经济状况、民族、年龄、生活习惯与爱好等因素有很大关系。其次，满足顾客需要是与顾客所付出的费用相关的，不同等级的服务要求顾客付出不同的费用。二是服务需要具有特殊性。不同的顾客和不同的服务领域，对服务需要所关注的重点不尽相同。例如对于商场而言，物美价廉的商品和商家的诚实守信最为重要；对于餐馆而言，食品卫生最为重要；对于交通运输而言，顾客安全达到目的地则是最重要的。

（2）服务特色

与产品相比，服务有自身的特色，主要体现在以下几个方面：

——服务的对象是“人”。人是有感情的，既有物质需要，又有精神需要，且因人而异。这就要求所提供的服务具有广泛的适用性。

——服务常常是无形的，购买服务往往只能从感觉上知其后果。例如，医疗保健服务是由服务提供者针对患者及其家属进行的活动（如手术、诊断、检查和治疗），尽管患者可以看到或接触到服务的某些有形部分（如设备、病房），但实际上，即使一项诊断或手术已经完成，患者也不可能完全理解已获得的服务，只能从感觉上去体会。

——服务不能被储存、转售或退回。例如律师的一小时时间是不能重新收回并在以后使用或重新出售的。这与商品可以库存或在另一天再销售，或者是由于顾客不满意而退货是不同的。

——服务具有同时性。大多数商品首先是生产，然后进行销售和消费。但大部分服务却是先销售，然后同时进行生产和消费。例如一辆汽车可以在上海生产，运到北京，两个月后卖掉，并在数年内消费。而饭店的服务是在顾客点餐后才提供，而且就餐的过程基本是生产和消费同时进行的。

——服务常常是一次性的，如果服务发生问题或事故，不可能重复一次来消除已经发生的不利影响，只能采取措施进行补救。

——服务更依赖于服务人员的素质。服务过程是复杂而多变的，与对顾客面对面的服务，这就要求服务人员有更高的素质，能够随机应变，做好服务

工作。

——顾客对服务的评价常常带有个人色彩。由于每个顾客喜好不同，会对同一服务得出不同的评价。因此，需要对顾客评价进行分析，并与服务提供者自身的评价结合在一起。

（3）服务特性

结合服务特色，可将服务需要转变为以下六个方面的特性：

——功能性。功能性是指某项服务所发挥的效能和作用。餐馆的功能是提供饮食服务；旅游的功能是使顾客得到享受。能否使顾客得到这些功能是对服务的最基本需要。功能性是服务质量中最基本的特性。

——经济性。经济性是指顾客为了得到不同的服务所需要费用的合理程度。经济性是相对于所得到的服务类型和等级而言的，它是每一个顾客在接受服务时都需要考虑的质量特性。

——安全性。安全性是指保证服务过程中顾客和服务人员的生命和健康不受到伤害。安全性的改善和保证的重点在于服务设施的可靠性和维护保养，安全和保密措施的完善，环境的清洁卫生等。安全性是服务特性中最为关键的。

——时间性。时间性是指服务在时间上能够满足顾客需要的能力。它包括及时、准时和省时三个方面。及时是当顾客需要某种服务时，能够及时地提供；准时是要求某项服务在时间上是准确的；省时是要求顾客为了服务所耗费的时间能够缩短。当前，越来越多的顾客重视服务的时间性。

——舒适性。舒适性是指服务过程的舒适程度。它包括服务设施的完备和适用、方便和舒服，环境的整洁、美观和有秩序。舒适的程度是相对的，但不同等级应制定出相应的规范来提出要求。

——文明性。文明性是指顾客在接受服务过程中满足精神需要的程度。顾客需要在接受服务的过程中得到尊重，并得到周到和热情的服务。文明性充分体现了服务的特色。

顾客享受时间性已经被越来越多的顾客服务依据服务需要，结合的提供常常是不可预测的。服务过程中会出现什么样的问题，服务提供并存，服务质量应与所做的承诺一致，服务人员应与顾客协调。

二、服务标准

(一) GB/T 20000.1—2002 中给出的“服务标准”的定义

服务标准：规定服务应满足的要求以确保其适用性的标准。

注：服务标准可以在诸如洗衣、饭店管理、运输、汽车维修、远程通信、保险、银行、贸易等领域内编制。

(二) 服务标准规范的内容

ISO/IEC Guide76 围绕服务过程给出了服务标准需要规范的十二个要素，即服务提供者、供方、职员、顾客、合同、支付、交付、服务结果、服务环境、设备、补救措施与沟通等。在服务提供过程中，涉及十几个要素，他们互相关联，共同支撑服务提供者生产和提供顾客需要的服务，并确保服务质量。服务要素如图 1-1 所示。

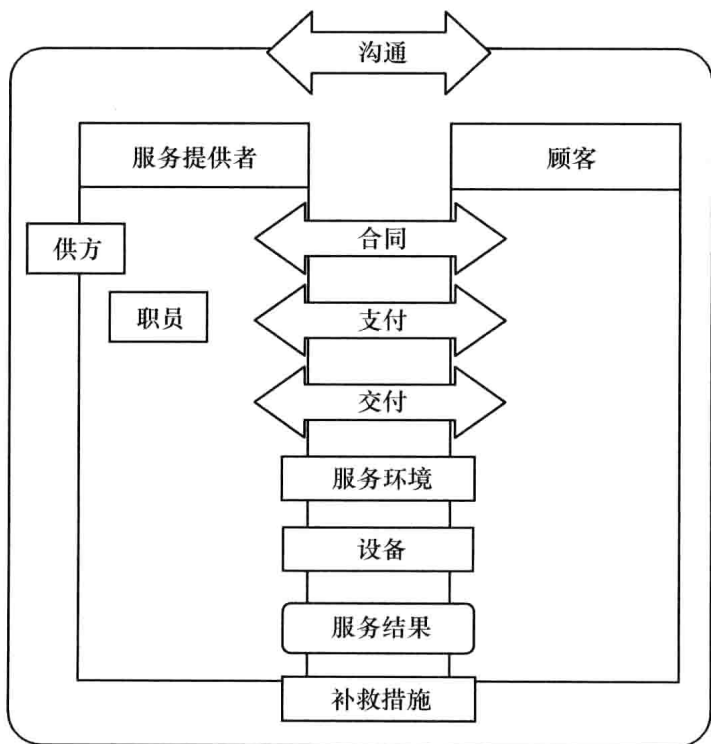


图 1-1 服务要素