

ICS 03.080  
CCS: Y55  
备案号: 43906-2014

**DB46**

**海 南 省 地 方 标 准**

DB 46/ T296—2014

# 大型超市服务规范

Large supermarket service specification

2014 - 10 - 28 发布

2015 - 01 - 01 实施

海南省质量技术监督局 发布

## 前 言

本标准按照GB/T 1.1-2009 给出的规则起草。

本标准由海南大学政治与公共管理学院提出并由海南省商务厅归口。

本标准起草单位：海南大学政治与公共管理学院。

本标准主要起草人：安应民、陈朝阳、霍升平、张君、韩翰。

# 大型超市服务规范

## 1 范围

本标准规定了大型超市服务的相关术语和定义、营业环境、卫生服务、安全服务、营销服务以及实施、监督与评价管理等相关的服务规范与要求，附录了规范性附录《大型超市服务质量评价表》。

本标准适用于海南省辖区内实际营业面积在 6000 平方米以上的大型超市（含 6000 平方米）。

## 2 规范性引用文件

下列文件对于本文件的应用是必不可少的。凡是注日期的引用文件，仅所注日期的版本适用于本文件。凡是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/T18106-2004 零售业态分类
- GB/T 16868 商品经营服务质量管理规范
- GB/T 17110 商店购物环境与营销设施要求
- GB/T 22502 超市销售生鲜农产品基本要求
- GB/T 23650 超市购物环境
- GB/T 28829 超市等级划分要求
- GB 2894 安全标志及其使用导则
- GB 7718 食品安全国家标准 预包装食品标签通则
- SB/T 10382 服务管理体系规范及实施指南
- SB/T 10621 超市鲜活农产品供应商评价指标体系
- SB/T 10812 超市商品基本分类规范
- SB/T 10814 超市废弃物处理指南

## 3 术语和定义

GB/T 18106界定的以及下列术语和定义适用于本标准。

### 3.1

大型超市 **Large supermarket**

实际营业面积6000m<sup>2</sup>以上，品种齐全，功能多元，满足顾客一次性购齐的零售业态。

### 3.2

服务质量 **Service Quality**

大型超市提供的服务在使用价值方面适合和满足顾客需要的程度。

### 3.3

顾客服务中心 Customer Service Center

大型超市为顾客提供接待、咨询、物品寄存、投诉处理等多种功能的服务场所。

## 4 营业环境

### 4.1 营业环境服务总体要求

超市营业环境服务的总体要求为便捷、舒适、美观、卫生和安全。

### 4.2 营业环境服务规范

#### 4.2.1 布局与陈列

##### 4.2.1.1 商品布局与陈列要求：

- a) 商品布局应当突出主题，各类商品之间过度自然。商品陈列应遵循安全、整齐、美观、系列化、区域化、突出品牌的原则。各品牌专卖区应根据经营商品的特色、风格、档次，综合运用支架、柜台、模特、橱窗等商品陈列工具，设计具有特色专柜的商品陈列方式。
- b) 布局应符合 GB/T23650《超市购物环境》的要求，按照商品类别区域，进行合理布局，突出商品类别的关联性，避免类别差异较大的商品相邻摆放。
- c) 遵循安全、卫生、新鲜、充足、便捷的原则。根据商品类别的特点，应综合运用温度柜陈列、柜台陈列、推头陈列、支架式陈列、网篮陈列等多种商品陈列方式。

##### 4.2.1.2

货架密度适中，应方便于两辆以上超市购物车通行，便于顾客选择商品。

##### 4.2.1.3

应在醒目位置配备统一制作、字迹清晰的商品标签，标明商品的品名、产地、材料、价格、质量等级、生产日期、保质期以及条码等基本信息。

##### 4.2.1.4

发现商品陈列工具损坏或陈旧、不再适用的，应及时更换；发现商品陈列内容不符合规定的应当及时予以改正。

### 4.2.2 橱窗展示

4.2.2.1 橱窗展示的设计、陈列应综合运用色彩、灯光、造型等元素，达到主题鲜明、创意新颖、美观大方、引领时尚的效果。同时，应根据季节和消费趋势的变化及时更新。

4.2.2.2 橱窗应定期清洁、擦拭；发现玻璃破损、陈列品污损、灯具出现故障，应及时予以维护或更换。

### 4.2.3 4.2.3 标牌与标志

4.2.3.1 应在商品陈列区域、直梯、步行梯、收银台、安全出口、卫生间等位置必须设置醒目的导向标牌。

4.2.3.1 应在相关位置设置用于提醒顾客注意安全或禁止某种行为的醒目的警示标牌。

4.2.3.2 应在相关位置设置向顾客进行告知、说明、解释的告知性标牌。

- 4.2.3.3 出入口或总服务台处，应设置营业场所的整体布局图或电子查询触摸屏等。
- 4.2.3.4 楼层扶梯、直梯、步行梯出口处，应设置指示该楼层销售商品类别的标志或该楼层主要服务区域分布图。
- 4.2.3.5 各类商品销售区域连接处，应明显设置指示不同区域销售商品类别的标志。
- 4.2.3.6 营业场所内主要通道上方，应设置疏散标志、导向标志、警示标志以及告知性标志；主要通道地面应标有紧急疏散方向的指示符号；导向标志、指示符号应保持衔接。
- 4.2.3.7 扶梯、步行梯、玻璃门（窗）等易发生危险的位置应设置警示标志。

#### 4.2.3.8 标志设置要求

- a) 定期对各类标志的内容、指示方位等进行检查维护，应做到清晰完整，并根据营业场所布局 and 商品结构的调整变化及时进行补充和更新，保证标志的准确性及有效性。
- b) 中文文字使用《国家通用语言文字规范手册》中规定的标准用字；设置中外文标志的，应符合外文规范。
- c) 设置图形标志的，应采用 GB/T10001.1《标志用公共信息图形符号》中规定的图形符号；鼓励使用国际通用的图形标志。
- d) 营业场所内的顾客流动线路标示，应流畅、明晰、便捷，具有视觉通透性。

#### 4.2.4 无障碍设施

4.2.4.1 营业场所出入口、通道、电梯、卫生间等位置，应设置坡道及无障碍设施，并在服务台、收银台、公用电话等设施处，设置低位装置，方便特殊消费群体的识别和使用，并保持所有通道畅通。

#### 4.2.5 温湿度

4.2.5.1 应在营业空间内分别设置多个温湿度测量点，对各楼层之间的温湿度进行定时监测，并根据测量结果采取开启通风设施、调试空调、散热器等措施，保持各区域、各楼层之间的温湿度基本一致。

4.2.5.2 应定期对中央空调、散热器等控温设备设施进行清洁、维护保养和检测，确保设备设施的正常运行。

4.2.5.3 应采用先进节能环保技术，改进或增设技术先进的温控、加湿设备设施，提高营业场所内空气环境的舒适度。

#### 4.2.6 灯光照明

4.2.6.1 营业场所内的灯光照明应遵循安全、明亮、舒适、节能的原则。

4.2.6.2 营业场所应光线充足，突出商品的质感、色彩，合理选择色温、照度及光色对比度，并与购物环境设计相一致；晚间营业的要有足够的照明度。

4.2.6.3 基本照明、重点照明和装饰照明要有机结合。基本照明应保持室内基本照度，满足购物行为的需求；重点照明应提高商品及周围的亮度，增强对商品特征的显示；装饰照明应对室内环境或特定主题物显现装饰艺术效果，突出商品品味和个性。

#### 4.2.7 广播及背景音乐

4.2.7.1 应制定背景音乐和广播播放管理制度及操作规程。

4.2.7.2 广播内容应与顾客购物有关，以及为顾客提供服务的相关内容。

4.2.7.3 播音员应使用普通话，吐字清晰、发音准确、语速适中，并可提供外文播音服务。播放音量适度，保证顾客能够清晰的听到，不影响顾客之间的正常交流。

4.2.7.4 背景音乐的选择应积极健康，与超市的经营业务、营业时间等相匹配。

#### 4.2.8 空气质量

4.2.8.1 应安装符合要求的集中空调通风系统设备设施，有专人定期负责维护，保证通风换气设备设施卫生、清洁和正常运行。每两年应集中对空调通风系统进行一次预防空气传播性疾病的卫生学评价，合格后方可继续投入运行。

4.2.8.2 应加强对营业场所内空气质量的监控，根据顾客流量的变化，及时调整补充风量，风量须在 $30\text{m}^3/\text{h}\cdot\text{p}$ （立方米/小时·人）以上，以保持场内空气流通和清新。商场内高温和有异味产生的区域应加大通风量，并能进行全场换气。

4.2.8.3 应制定企业内部专柜装修管理制度，对装修材料等进行严格审核，对装修区域进行有效隔离，防止装修造成场内空气污染。

4.2.8.4 应在营业场所设置“公共场所空气品质监测系统”，以电子显示屏的方式向顾客公示有关指标与数据。

#### 4.2.9 噪声控制

4.2.9.1 禁止在营业时间内施工或装修，防止产生噪音污染。

4.2.9.2 对于物业及运营设备产生的噪声，属于非正常范围的应及时进行维修，并采取减震、隔音等措施，降低噪音。

4.2.9.3 开展促销活动、人员交流等，应禁止大声喧哗、嬉戏；严禁在经营及促销等活动中使用高音喇叭招揽顾客，以及不文明推销商品等行为造成的噪音。

#### 4.2.10 收银台与结算出口

4.2.10.1 应在各区域明显位置设立足够数量的收银台；根据经营面积、日常顾客流量设置足够数量的结算出口，设立无购物通道、小件商品快速结算通道以及团购购物结算处等特殊通道，以缩短顾客排队等候的时间。

4.2.10.2 收银台数量应满足顾客结算的需要，均应配有POS机、验钞机、点钞机等收银设备，能受理银行卡刷卡消费业务；应保证收银员随时在岗，为顾客提供周到的现金及刷卡消费的收费服务。

4.2.10.3 遇节假日、促销活动等顾客流量较大时，应采取增加收银员和增设临时收银台，指派工作人员调度引导等必要措施，加快结账收银的速度。还应根据不同时段的客流分布情况，合理引导顾客流向和安排结算出口的开通数量，减少顾客拥堵，缩短顾客等候时间。

### 5 卫生服务

#### 5.1 卫生间

5.1.1 应安排专人对卫生间进行保洁、消毒和维护，保持卫生间清洁、无积水、无异味；卫生间厕位及配备的盥洗设备设施有损坏、无法正常使用的，应及时修复或更换。

5.1.2 配备卫生间的无触摸设施；提供卫生纸、洗手液等卫生用品；有条件的还应为女士提供补妆间和用品。

#### 5.2 垃圾处理

5.2.1 清洁工作中所使用的化学清洁用品和清洁工具应定点专项密封保管，避免污染其它器具、工作台和工作环境。

5.2.2 每天产生的垃圾应进行分类，及时存放垃圾间，并定时对垃圾间进行清理。

5.2.3 存放垃圾时，应在垃圾桶内套上垃圾袋，并加盖密封，防止招引蝇虫和污染其他器具。

5.2.4 垃圾暂存地周围应保持清洁，定期做好清理和消毒。

### 5.3 场内保洁

5.3.1 保洁员应随时清扫场内地面的垃圾和杂物，保持地面清洁；

5.3.2 场内购物通道要配备清扫机器巡回清除地面污渍和灰尘，始终保持通道洁净；

5.3.3 随时清除上货或销售形成的垃圾，始终保持购物场所整洁卫生。

## 6 安全服务

### 6.1 机构健全

设立安全领导小组，制定管理制度，建立工作机制，明确工作职责。

### 6.2 安全通道

6.2.1 超市的出入口、安全出口等设施的数量、位置及安全疏散距离等设置，应确保人员的正常流动与安全疏散。

6.2.2 安全通道应保持畅通；安全出口门应向出行方向开启，出口处不得设置门槛，不得堆放、悬挂或者张贴影响出行的物品。

6.2.3 安全通道应符合超市整体路线要求，主疏散通道宽度不小于3米，辅助疏散通道宽度应在2米以上。

6.2.4 安全通道应垂直平行交叉布局，保持各方向畅通；严禁在通道上堆放货物，主疏散通道应直通疏散出口。

6.2.5 安全通道应设置明显的连续性标志。

### 6.3 消防安全

6.3.1 严格遵守消防法律法规，贯彻预防为主、防消结合的消防工作方针，履行消防安全职责，保障消防安全。

6.3.2 应购置和配备消防设施设备和各类消防安全器材，并定期进行检查和维修保养，保持完好有效。

6.3.3 应制定完备的灭火和应急疏散预案，每半年组织一次演练，重大节日庆典应事先组织演练。

6.3.4 应定期对员工进行消防安全培训，提高员工消防安全意识和技能。

### 6.4 顾客流量控制

6.4.1 应根据客流动态和以往经验定时对顾客流量情况进行监测。

6.4.2 应制定顾客流量过度时的紧急疏导预案，在客流超过营业场所承受能力前，采取相应措施予以疏导，确保顾客购物安全。

### 6.5 设施与作业安全

6.5.1 货架应符合安全标准，确保柜台、货架等设施的稳固、安全。

6.5.2 各类标志、广告牌等悬挂物品应牢固，并定期检查和维修；墙面布景悬挂应不超过墙壁承重能力。

6.5.3 地面平整，必须分出高低层次的，高低部分过渡平缓，台阶式过渡有醒目提示。

6.5.4 地面有积水时要及时清扫，遇下雨天气应在入口处采取必要的防滑措施，防止顾客滑倒或发生意外。

6.5.5 补货作业时，补货车应慢行，且应避让顾客；货物堆放要与购物场地环境相适宜。

## 6.6 安全保卫

6.6.1 应配备完备的顾客物品存放保管设施，确保存放物品的安全。

6.6.2 应建立健全安全保卫制度，配备与超市经营面积、客流量等相称的安全保卫人员，有专职治安管理人员。

6.6.3 安全保卫人员必须经过岗前培训，定期进行专业技能培训和安全意识、法律知识培训，并有培训和演练记录。

## 6.7 食品安全

6.7.1 食品安全管理应符合 GB7718 的相关要求。

6.7.2 应选择证照齐全、管理规范的专业经销商或厂家作为生鲜食品供应商，保证质量。

6.7.3 生鲜食品加工和经营过程应保持低温、清洁、覆盖原则，确保食品质量。

6.7.4 熟食和面点的销售人员应戴干净的口罩和手套，上岗前要用专用洗手液洗手。

6.7.5 熟食制作与加工应有严格的卫生管理制度和专用加工间。

6.7.6 库存食品应分类贮存、生熟分开、先进先出。

6.7.7 水产品销售陈列冰台应有足够的碎冰，随时检查冰墙质量，及时补充碎冰和构筑冰墙。

6.7.8 应配备足够的驱蝇、驱虫、灭鼠等消杀设备，定期进行防鼠和空气熏蒸等消杀工作。

6.7.9 清洁使用的清洁用品和清洁工具应密封保管。

6.7.10 从事食品现场加工应符合国家相关法规和食品生产加工的有关要求。

## 7 营销服务

### 7.1 管理制度建设

7.1.1 应制定和健全售后服务制度、商品退换货制度、投诉处理制度和应急制度等，保障顾客的合法权益。

7.1.2 应建立规范的采购制度，规范采购人员的行为，保障商品采购合法、质量过关。

7.1.3 仓管员和理货员应对所进货物严格按照商品质量验收标准进行检验。

7.1.4 应通过合同等约定来规范商品的装卸和运输过程，保障商品质量不因装卸和运输环节而降低。

7.1.5 应采用现代化的库存管理软件，建立库存管理信息系统，提高库存管理质量和商品周转率。

### 7.2 企业信用管理

#### 7.2.1 保护消费者权益

7.2.1.1 应严格遵守《消费者权益保护法》，保障顾客的合法权益不受侵害。

7.2.1.2 应满足顾客对购买、使用的商品或所接受服务的知情权。

7.2.1.3 不得强迫向消费者推销其产品，不得剥夺顾客自主选择商品或服务的权利。

7.2.1.4 顾客在购买、使用商品和服务时，应尊重其人格尊严和民族风俗习惯等。

7.2.1.5 应设立可供顾客对其所购买商品和服务进行检举、控告的机构和受理人员。

#### 7.2.2 维护公平交易秩序

7.2.2.1 在所提供的商品和服务中，不得单方面制定旨在逃避法定义务、减免自身责任的不平等通知、声明和店堂公告等。



- 7.2.2.2 不得以促销为由拒绝退换货或者为退换货设置任何障碍。
- 7.2.2.3 顾客办理类似积分优惠卡后，不应随意变更已明示的事项。
- 7.2.2.4 应全部使用电子称作为计量计价依据，并按照国家计量技术法规要求进行定期强制检核，保证量值的准确性。

### 7.2.3 顾客投诉处理

- 7.2.3.1 应设立投诉受理机构并配备专人，制订了受理和处理制度，并应在总服务台、网站/网页、宣传资料和购物小票上公布投诉电话。
- 7.2.3.2 运行机制良好，能及时、妥善处理投诉，建立投诉处理档案，保持一年以上的备查期。
- 7.2.3.3 在接到直接投诉后（包括相关机构转来的投诉），应准确记录投诉人姓名、投诉事由，并填写《顾客购物投诉登记表》。
- 7.2.3.4 应迅速调查核实情况，在2-3个工作日内以书面或口头形式告知顾客投诉处理意见，并上报投诉主管部门。
- 7.2.3.5 也可通过协商解决纠纷，双方应在书面协议上签字；属于超市责任的，应向顾客赔礼道歉，并承担相应的经济责任。
- 7.2.3.6 双方未能协商解决的，应及时报请上级相关部门或所在地消费者权益维护机构处理；应避免和顾客直接发生争执。
- 7.2.3.7 涉及法律问题的，应依照法定程序处理。

## 7.3 销售服务管理

### 7.3.1 标价

- 7.3.1.1 标价签应为当地物价部门统一规定的样式，各种样式之间不能混用，不能涂改，不能拼接。
- 7.3.1.2 标价签用黑墨水统一填写或打印，要求标签价目齐全、标价内容真实、字迹清晰、标示醒目，其中降价商品还应注明原价和降价原因；商品价格应一律使用阿拉伯数字标明人民币金额。
- 7.3.1.3 标价签上的内容应包括对应商品品名、产地、规格、等级、核价章等信息。
- 7.3.1.4 标价签应一款一签，胶贴标价签一物一签。
- 7.3.1.5 实行积分返利或者有奖销售的商品，应标明参加该活动的商品范围、活动时限。
- 7.3.1.6 价格变动时应及时更换标价签，不得随意在原标价签上涂改。

### 7.3.2 商品保质期管理

- 7.3.2.1 在商品补货陈列时应仔细检查比对生产日期、规格等内容。
- 7.3.2.2 应实行在架商品保质期自查制度，定期对上架商品过期时间进行登记，已到保质期的必须撤柜。
- 7.3.2.3 应使用商品管理信息控制系统，实现对商品购销全程的实时管理。

### 7.3.3 售后服务管理

- 7.3.3.1 应设有售后服务中心或服务组，直接对全部商品的售后服务进行管理。
- 7.3.3.2 应明确划分收费服务、合同服务、免费服务等售后服务的服务类型和方式。
- 7.3.3.3 应配置与超市规模相当的售后服务接待人员与技术人员，能满足高峰期的售后事件的处理。

### 7.3.4 服务承诺

- 7.3.4.1 销售商品属于国家《实施三包的部分商品目录》的商品，应严格执行“三包”制度。

7.3.4.2 应对在宣传和商品介绍中对顾客做出的售后服务承诺负责。

7.3.4.3 应建立顾客满意度调查制度，收集顾客反映的问题、意见和建议，并有完备的档案记录。

### 7.3.5 送货服务

7.3.5.1 对大件商品应制定提供送货服务的制度，配有专门的送货人员和送货车辆。

7.3.5.2 应明确送货区域、送货时间等，无条件履行送货服务承诺。

7.3.5.3 为顾客提供的送货服务，不应再额外增加任何服务费用。

7.3.5.4 应采取一切措施，确保运送货物的安全；送货到家后，应请顾客验收检查，然后正式签收。

## 7.4 服务人员

### 7.4.1 着装与仪表

7.4.1.1 服务人员应统一着装，并佩戴胸牌，仪容仪表自然大方。女性服务员化淡妆，头发梳扎整齐；男性服务员不留胡须，不留长发。

7.4.1.2 应注意口腔卫生，不食用有异味的食品。

7.4.1.3 应保持精神饱满，情绪平稳。

### 7.4.2 行为规范

7.4.2.1 应礼貌待客，微笑服务，热情亲切，真诚友好，耐心周到，主动服务。

7.4.2.2 出入口处和电梯口迎宾人员，应举止大方，言语文雅，真诚热情的提供服务。

7.4.2.3 超市内的销售员、导购员与促销员，应随时体察顾客心理，介绍商品要客观、实际、耐心，遇有顾客对商品进行咨询时，应如实介绍，不得有误导、蒙骗顾客等行为。

7.4.2.4 退换货处服务人员在办理顾客退换货时，应态度和蔼，热情提供相关服务。

7.4.2.5 收银员应站立服务，唱收唱付，使用规范用语；找收钱款，迅速准确。

## 7.5 相关服务

### 7.5.1 总服务台或顾客服务中心

7.5.1.1 应在超市正门的醒目位置设置总服务台或顾客服务中心；也可根据楼层或功能区设置分服务台。

7.5.1.2 总服务台或顾客服务中心应根据本超市文化特色、经营特点、目标消费群体需求等因素，为顾客提供以下服务：

a 咨询类服务：包括商品信息咨询、商品区域引导、会员制度咨询、促销办法解释等；

b 售中服务：包括提供免费手推车或轮椅、免费存储衣物柜、提供公用电话等；

c 售后服务：包括开具发票、商品包装、接待或引导受理投诉等；

d 特色服务：手语、英语服务，提供免费婴儿车，临时药箱，换购月票，宠物寄存，寻人、代售代缴等。

7.5.1.3 总服务台或顾客服务中心应具有足够的接待空间，配备相应的接待人员，确保能为顾客提供相关服务。

7.5.1.4 接待人员应具备英语、手语的服务技能，实现语言交流无障碍。

### 7.5.2 物品寄存与其它相关服务

7.5.2.1 应设置电子扫描自动开关的物品寄存保险箱，并配有专人引导服务。

- 7.5.2.2 应为顾客提供与营业面积及客流相适应的 POS 机、手机充电、公用电话、ATM 机等附属服务设施，提供数量充足的购物手推车和购物筐，并有专人负责清理。
- 7.5.2.3 为有特殊需求的顾客提供皮鞋保养、临时托儿所、母婴室、商务传真、上网、洽谈室等服务。
- 7.5.2.4 根据周边地区居民购物习惯及交通便利性，设立定时的班车服务点；设置顾客候车区，准点接送，对客服务礼貌热情。

## 8 实施、监督与评价

### 8.1 实施与监督

- 8.1.1 超市管理部门要根据本标准制定服务规范的实施与管理办法。超市管理部门应采用问卷、设立意见簿（本、卡、箱）、暗访等多种方式定期收集顾客的意见。
- 8.1.2 超市管理部门要依据本标准，结合各部门服务质量的考核评定结果和顾客评价意见以及投诉情况，对服务质量进行综合考核评定；并应根据考核评定结果，依据考核评定管理办法实施奖罚。
- 8.1.3 超市应对外公布服务质量监督电话，并采用多种方式收集分析顾客对服务质量的意见和建议。
- 8.1.4 超市所有服务事项应主动接受顾客监督，并作详细记录。
- 8.1.5 超市要积极配合政府与行业管理部门的监督、检查。对在监督、检查中发现的问题，应及时整改。对未履行顾客购物安全规定或服务设施、设备不符合购物安全的问题，应限期整改，确保顾客的合法权益与安全。
- 8.1.6 对违反国家法律法规的，应提请有关部门依法处理。

### 8.2 服务质量评价

- 8.2.1 服务质量评价内容见规范性附录 A《大型超市服务质量评价表》。
- 8.2.2 本评价表既可由顾客、行业协会评价，也可由专家、公众或超市内部进行评价。
- 8.2.3 满分为 100 分，90 分以上为优，76-90 分为良，61-75 分为中，60 分以下为差。
- 8.2.4 行业管理部门应对各超市实施服务质量等级评定，90 分以上为 A 级，80-90 分为 B 级，70-80 分为 C 级，并依据管理需要制定相应的奖励与处罚办法。

## 附录 A

### (规范性附录)

序号	评价项目	很满意 10分	满意 8分	一般 6分	较差 4分	很差 0分
1	基本印象					
2	环境服务					
3	卫生服务					
4	安全服务					
5	工作人员					
6	管理制度					

### 大型超市服务质量评价表

评价单位或个人:

填表时间:

年 月 日

7	服务质量					
8	诚信评价					
9	监督机制					
10	投诉处理					

总体评价	
其他建议:	

附 录 A  
(规范性附录)  
大型超市服务质量评价表

评价单位或个人:

填表时间:

年

月

日

序号	评 价 项 目	很满意 10分	满意 8分	一般 6分	较差 4分	很差 0分
1	基本印象					
2	环境服务					
3	卫生服务					
4	安全服务					
5	工作人员					
6	管理制度					
7	服务质量					
8	诚信评价					
9	监督机制					
10	投诉处理					
总 体 评 价						
其他建议:						