



中华人民共和国国内贸易行业标准

SB/T 10903—2012

家居行业经营服务规范

The standard of business & service for household industry

2013-01-23 发布

2013-09-01 实施

中华人民共和国商务部 发布



前 言

本标准按照 GB/T 1.1—2009 给出的规则起草。

本标准由中国商业联合会提出。

本标准由中华人民共和国商务部归口。

本标准起草单位：中国商业联合会零售供货商专业委员会、北京五洲天宇认证中心、北京五洲创意营销策划有限公司、中国人民大学、北京居然之家投资控股集团有限公司、红星美凯龙家居集团股份有限公司、北京居泰隆建筑装饰工程有限公司、江苏米多装饰有限公司、四川国栋建设股份有限公司、圣象集团有限公司、日日顺家居服务有限公司、广东美的微波电器制造有限公司、九牧集团有限公司、中宇建材集团有限公司、德尔国际家居股份有限公司、广东联邦家私集团有限公司、博洛尼家居用品(北京)股份有限公司、博洛尼旗舰装饰装修工程(北京)有限公司、广东兴邦产业信息传播有限公司。

本标准主要起草人：谭新政、杨谨莹、卢成绪、褚峻、任成、张贤、王中一、杨锁红、王云露、王德松、解居志、罗非非、朱舟刚、谢晓军、曾天生、张立新、周山林、闫芳、胡永明、姚晓宏。

家居行业经营服务规范

1 范围

本标准规定了家居行业的术语和定义、通用要求、家居销售、家居装饰服务等方面的内容。
本标准适用于家居行业的经营服务和相关管理活动。

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/T 27922 商品售后服务评价体系

GB/T 27925 商业企业品牌评价与企业文化建设指南

GB 50325 民用建筑工程室内环境污染控制规范

GB 50327 住宅装饰装修工程施工规范

SB/T 10409 商业服务业顾客满意度测评规范

SB/T 10467 零售商供应商公平交易行为规范

3 术语和定义

下列术语和定义适用于本文件。

3.1

家居销售 household sales

组织将家居用品销售给顾客并提供相关服务的活动。

3.2

家居销售组织 organization for household sales

销售家居用品的组织。

包括但不限于以下类型:

- a) 自行销售家居用品的生产组织;
- b) 为生产、销售企业和家居装饰等有关企业提供经营场地和物业服务的第三方卖场;
- c) 代理和销售家居用品生产企业产品的组织;
- d) 为顾客提供家居装饰服务的组织;
- e) 提供家居设计服务的组织。

3.3

家居装饰 household decoration

为满足住宅的实用功能及文化、艺术、美观、情感、风格等方面的需求,对住宅进行的有关测量、设计、家具及材料的选配、工程施工、设施安装、装饰美化等系列活动。

3.4

家居用品 household articles

家具、灯具、家纺用品、厨卫设施、配套家用电器、陈设艺术品等日常家居生活使用的商品,以及用于

家居装饰的瓷砖、门窗、涂料、地板、墙纸、窗帘、皮草、陶瓷、五金设备等,其具有功能性并满足一定程度的审美需求。

3.5

家居设计 household design

对室内建筑物的空间结构、水电声光热环境、设施设备、装饰点缀等进行规划、美化、合理化改造和功能再创意再完善的设计。

注:含与室内设计相关的庭院和露台设计。

3.6

整体家装 packaged house decoration

为顾客提供家装设计方案及提供符合方案的家居用品,并实施装修工程服务的经营模式,其相关活动形成完整的系统。

3.7

定制家居用品 customized household articles

根据顾客个性化需求进行设计、加工和制作的家居用品。

4 通用要求

4.1 资质条件

4.1.1 家居销售组织应有合法的经营资质。

4.1.2 家居销售组织宜有固定且拥有相应资质的安装、施工、维修队伍。涉及家居装饰装修工程的水电工种必须有相应的职业资质,且持证上岗。

4.2 顾客关系

4.2.1 建立有效的信息明示制度和顾客投诉处理体系。

4.2.2 建立顾客回访制度,了解商品和设施的使用状况,出现问题应及时上门解决。

4.2.3 应建立赔付制度等相关措施,保障顾客权益。

4.2.4 对顾客服务体系的建立和运行按 GB/T 27922 执行。

4.3 社会责任

4.3.1 创新,研发各类节能材料和节能产品、节能工法工艺、节能设计、生产可回收、可再生产品,倡导节能家居、绿色家居等理念。

4.3.2 宣传节能、低碳、环保的生活理念,提高员工和顾客的社会责任意识。

4.4 评价

4.4.1 组织可按国家相关标准进行内部培训和学习,并进行自评。

4.4.2 组织可邀请顾客对其进行评价,也可委托第三方机构对其经营服务行为进行评价。

4.4.3 组织服务水平按 GB/T 27922 进行评价。

4.4.4 组织品牌与企业文化建设水平按 GB/T 27925 进行评价。

4.4.5 组织顾客满意度按 SB/T 10409 进行评价。

5 家居销售

5.1 营销服务

- 5.1.1 应对有关商品名称、技术术语、工艺描述等方面的用语进行规范统一。
- 5.1.2 在商品销售门店为顾客提供有详细商品介绍或家居家装流程描述的文件或宣传页,并严格履行宣传的服务承诺。
- 5.1.3 营销人员应在销售过程中准确地向顾客传达各类家居家装知识,宣传要实事求是。
- 5.1.4 所售商品应明示产品名称、产地、型号、规格、等级、材质、价格、环保资质证明等信息。
- 5.1.5 使用外国商标产品、销售进口产品时,应公示或根据顾客需要提供合资、合作、代理、准予使用、进口国、原产地等证明材料。
- 5.1.6 宜为产品建立追溯系统,明示有关信息,提供防伪查询渠道。
- 5.1.7 为顾客提供的商品和服务的销售合同及附件应遵循国家有关法律法规,内容规范,条理清晰,表述准确。
- 5.1.8 促销活动应符合国家有关法律法规的要求。

5.2 质量保证

- 5.2.1 组织应要求制造商和销售商建立质量保证措施,要求其提供齐全的国家规定的商品质量证明和环保证明。
- 5.2.2 家居用品在售出后按国家有关规定承担责任,负责保修的物品至少保修一年(组织事先明示有限包修的易损、易耗品除外)。因顾客原因造成退换货而涉及收费的,应事先明示。

5.3 顾客权益保护

- 5.3.1 家居销售组织应开通服务热线,在卖场显著位置明示维权和投诉流程。
- 5.3.2 家居销售组织可根据相关规定和标准,提供对商品质量、材质、环保等方面的检测报告。
- 5.3.3 家居用品卖场应执行先行赔付制度,在商品出现瑕疵或缺陷时及时给顾客退换或赔偿,在销售商离场后仍须为顾客提供相应的售后和维护服务。
- 5.3.4 应在 24 h 内,对顾客的投诉做出反馈。
- 5.3.5 家居用品卖场应建立安全保卫制度,提供安全保卫措施,监控录像保存 15 天以上。
- 5.3.6 对家居用品生产商和销售商的诚信要求按 SB/T 10467 执行。

5.4 安装服务

- 5.4.1 家居销售组织应向顾客明示服务承诺,建立完善的配送安装和售后服务措施。
- 5.4.2 家居用品制造商提供的有关商品的安装使用保养说明等文件应具有可操作性。
- 5.4.3 对于定制家居用品、卫浴设备、陶瓷用具、配套家用电器、地板等,家居销售组织应提供测量和安装、使用规范,明确质保期,有关收费应明码标价。
- 5.4.4 涉及家居装饰装修工程的商品,应提供安装或协助顾客安装。

6 家居装饰服务

6.1 前期服务

- 6.1.1 应为顾客提供装修前的测量服务,作为装修设计方案的基础。

- 6.1.2 如装修方案未被顾客采用,可按合同约定,收取测量和设计费用。但应在测量前,向顾客明示收费标准。
- 6.1.3 对设计师的公开信息包括可追溯的设计能力、诚信水平、满意度等方面的内容。
- 6.1.4 家装设计费应按有关标准合理收取,当顾客对设计方案不满意时,应免费提供二次方案修改。
- 6.1.5 为顾客提供多种家居家装用材料的选择,企业销售的所有用材均应报实价。
- 6.1.6 向顾客说明各类装修材料、家居用品数量叠加可能污染空气的风险,提供避免或减少空气污染的方法和提示。
- 6.1.7 设计方案时不应过度承诺或虚假承诺。
- 6.1.8 设计方案应保证建筑安全,尽量避免改动房屋原有结构,且符合国家有关防火和安全的規定。
- 6.1.9 推广使用工商监制的统一规范的家装合同。在没有统一的家装合同时,企业应自行制定合同,但相关设计方案和合同内容均应详细预算并报实价,明确相关费用,方案中禁止使用误导顾客和模棱两可的词语。
- 6.1.10 组织出具的工程合同预算报价书,不应在工程项目、工程数量上出现漏报、少报的情况。出现工程项目漏报情况,由组织承担相应责任;出现工程数量少报情况,若少报金额超过合同金额的8%,超过部分由组织承担(顾客主动要求增加的项目除外)。
- 6.1.11 工程合同或有效方案中应明细装修的各主要环节和流程,使顾客清楚消费。
- 6.1.12 将实际安装和施工时可能存在的问题事先明示,并明确告知改件、返工、误工等责任的归属,减少争议。
- 6.1.13 设计费之外的其他服务费要事先告知顾客,且收费合理。

6.2 项目管理

- 6.2.1 建立项目负责人制度,该项目负责人要科学组织、科学施工,并能维护顾客权益,对项目进行全程记录和监督考核。
- 6.2.2 为项目负责人、设计师、施工人员等的职责和服务内容做出明确规定,并在售前明示给顾客,杜绝施工人员恶意增项。
- 6.2.3 应向顾客提供工程质量验收标准,施工过程约定的节点完成后,经项目负责人验收合格,由顾客验收签字。
- 6.2.4 将施工的有关环节形成记录(可含图片或视频)给顾客查看。
- 6.2.5 设计师应对项目全程提供技术支持,在施工的关键环节应到达现场。
- 6.2.6 顾客有权要求相关人员对漏项、增项、减项等各类问题进行解释,并对其服务进行评价。
- 6.2.7 组织应建立判责机制,便于顾客及时向企业的上级判责部门进行反馈,由判责部门协调解决争议。
- 6.2.8 组织建立项目延期预警机制,有效进行工期管理,设计师和项目负责人均应参与施工计划的制定。
- 6.2.9 对于各类非顾客原因造成的设计方案缺陷、误工、重做等问题,均由企业承担责任,并按照合同约定进行赔付,相关的赔付承诺应在售前明示。

6.3 工程施工

- 6.3.1 施工材料应按约定执行配送验收,并做好成品保护。
- 6.3.2 施工的质量要求应遵守 GB 50327 的规定。
- 6.3.3 施工的室内污染控制及材料验收应遵守 GB 50325 的规定。
- 6.3.4 鼓励组织以视频、图片等方式将各环节的施工工艺标准主动明示给顾客,接受顾客监督。
- 6.3.5 建立严格的施工现场管理规范,对材料和设施有序码放。

- 6.3.6 施工区域应张贴安全警示标志,必须配备灭火设施,并对原有水电气设施进行保护,避免在施工中损坏。
- 6.3.7 施工人员应持证上岗,统一着装,规范语言,严禁在施工现场吸烟。
- 6.3.8 施工过程中应进行环境保护,合理安排施工时间,避免扬尘、噪声等扰民,每天收工后应清洁现场。
- 6.3.9 施工垃圾的清运应符合有关规定。
- 6.3.10 对施工人员应进行职业技能培训、服务意识培训,建立有效的监督奖惩制度。

6.4 验收交付

- 6.4.1 应按国家相关验收标准和规范,以合同为依据进行工程验收,并向顾客明示验收的节点、标准等信息。
- 6.4.2 家装工程出现质量事故或未达到设计要求,不得推卸责任或拖延时间,应按施工合同约定进行赔付或返工。
- 6.4.3 顾客需要时,应配合顾客进行对包括甲醛、苯、氨、甲苯、二甲苯、TVOC 等的室内环境检测服务,检测结果应符合 GB 50325 的要求,验收时应由顾客在场监督并签字确认。
- 6.4.4 对环境质量存在争议时,应选择双方认可的有资质的检测机构进行检测。
- 6.4.5 提供工程有关家居设施保养、环保卫生等方面的说明及污染治理服务。

6.5 售后服务

- 6.5.1 必须向顾客提供水电改装图、结构图等,并明示地板、门窗、吊顶、瓷砖、水电系统、墙壁、配套家用电器、厨卫等的具体包修范围和包修期限及顺序。装修基础工程保修 2 年,防水工程保修 5 年。
- 6.5.2 整体家装中的配套家用电器产品等出现问题时,家装企业应负责协调,处理相关的拆卸工作,并在维修完成后为顾客安装。
- 6.5.3 在保修期外长期为顾客提供维修维护服务,相关项目收费应明码标价。

参 考 文 献

- [1] GB 50222—1995 建筑内部装修设计防火规范
 - [2] GB/T 20238—2006 木质地板铺装、验收和使用规范
 - [3] 建筑业企业资质管理规定. 中华人民共和国建设部令第 159 号
-

中华人民共和国国内贸易
行 业 标 准
家居行业经营服务规范
SB/T 10903—2012

*

中国标准出版社出版发行
北京市朝阳区和平里西街甲2号(100013)
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 880×1230 1/16 印张 0.75 字数 14 千字
2013年8月第一版 2013年8月第一次印刷

*

书号: 155066·2-25875 定价 16.00 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



SB/T 10903-2012