

实体书店星级的划分与评定

Classification and accreditation for star-rated physical bookstore

行业标准信息服务平台

2019—06—27 发布

2019—07—01 实施

目 次

前言	II
引言	III
1 范围	1
2 规范性引用文件	1
3 术语与定义	1
4 实体书店星级的等级划分	2
5 实体书店星级评价指标	2
5.1 指标层级、数量与结构	2
5.2 指标类别	2
5.3 指标分值	2
6 实体书店参加星级评定的必备条件	2
7 实体书店参加星级评定的基本要求	3
7.1 商品	3
7.2 服务	3
7.3 环境	3
7.4 营销	4
7.5 管理	4
7.6 业绩	4
8 实体书店星级评定的规则	4
8.1 评分方法	4
8.2 评定各星级得分值要求	4
附 录 A（规范性附录） 实体书店星级评价指标及评分方法	6
附 录 B（规范性附录） 出版物商品品质认定评分方法	21
附 录 C（规范性附录） 营业员熟悉图书陈列位置评分方法	22
附 录 D（规范性附录） 读者满意度评分方法	23
附 录 E（规范性附录） 管理制度体系评分方法	24

前 言

本标准按照 GB/T 1.1—2009 给出的规则起草。

本标准由全国出版物发行标准化技术委员会(SAC/TC 505)提出并归口。

本标准起草单位:湖南省新华书店有限责任公司。

本标准的主要起草人:陈颖、夏兴通、徐莉、刘灿姣、邹国彪、江佑秀。

行业标准信息平台

引 言

实体书店是重要的文化设施，在促进文化产业发展、巩固先进文化传播阵地、推动全民阅读、建设书香社会、提高全民族素质等方面具有重要作用。

为了促进实体书店以社会效益优先为导向，丰富产品和服务供给，完善设施环境，提升服务质量与经营管理水平，充分满足读者的需求，不断提升创新力和竞争力，制定本标准。

行业标准信息服务平台

实体书店星级的划分与评定

1 范围

本标准规定了实体书店星级的等级划分、评价指标和星级评定的条件、要求、规则。
本标准适用于对实体书店进行星级评价，以及实体书店自身开展星级门店管理、经营评价等工作。

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 9670—1996 商场(店)、书店卫生标准

GB/T 10001.1—2012 标志用公共信息图形符号 第一部分：通用符号

GB/T 27936—2011 出版物发行术语

3 术语与定义

下列术语和定义适用于本文件。

3.1

实体书店 physical bookstore; physical bookshop

具有直接面向消费者的销售场所，以销售出版物为主营业务的发行机构。

注：按不同习惯可能也被称为门市、书城、购书中心等。

3.2

专业书店 specialist bookstore; specialist bookshop

以特定读者为对象，经营某类或某几类图书的书店。

[改写GB/T 27936—2011，定义4.25]

3.3

读者满意度 degree of reader satisfaction

读者在购买或接受书店提供的商品和服务后，所获得的实际感受与其期望相比较的程度。

3.4

卖场 store; shop

直接面向消费者的出版物销售场所。

[GB/T 27936—2011，定义6.36]

3.5

堆头陈列 mass display

将图书以落地码堆的形式在卖场醒目的位置单独摆放、展示。

3.6

平效 sales figures per square meter

卖场每平方米营业面积的商品销售额。

4 实体书店星级的等级划分

实体书店星级分为五个级别，即一星级、二星级、三星级、四星级、五星级。最低为一星级，最高为五星级。星级越高，表示实体书店综合品质等级越高。

5 实体书店星级评价指标

5.1 指标层级、数量与结构

实体书店星级评价指标包括“商品”、“服务”、“环境”、“营销”、“管理”、“业绩”6个一级指标，及其下属41个二级指标、66个三级指标、43个四级指标（见表1），评价指标的层级关系见附录A。

表1 实体书店星级评价各层级指标数量

一级指标名称	二级指标数量（个）	三级指标数量（个）	四级指标数量（个）
商品	5	5	3
服务	15	22	0
环境	7	17	21
营销	6	8	9
管理	6	8	0
业绩	2	6	6
（合计）	41	66	39

5.2 指标类别

依据指标在评价中的不同作用，二级以下的评价指标分为基本指标和附加指标。

- a) 基本指标。该类指标体现对各星级实体书店的普遍要求，所有的一级指标下都设基本指标。
- b) 附加指标。该类指标体现对三星级以上实体书店的特别要求。仅在“商品”、“服务”、“环境”三个一级指标下设11个附加指标。为了与基本指标相区别，在此类指标数字编码前加汉语拼音字母“F”。

5.3 指标分值

实体书店星级评价指标总分为500分，其中470分为基本指标分值，30分为附加指标分值。各单项指标的分值见附录A。

6 实体书店参加星级评定的必备条件

参加星级评定的实体书店必须同时具备以下两个条件：

- a) 证照齐全，正式开展出版物零售业务满两年；
- b) 近两年内未受到出版行政部门或其他行业管理部门的行政处罚。

7 实体书店参加星级评定的基本要求

7.1 商品

在商品方面应做到：

- a) 保证商品的合法合规性，杜绝违法违规商品；
- b) 进行消费者需求调查与分析，制定商品规划方案；
- c) 注重和坚持商品的高品质导向，优先与品牌供货商合作，卖场资源向优质商品倾斜；
- d) 经营非出版物商品时注重其文化相关性。

7.2 服务

在服务方面应做到：

- a) 对服务人员仪容仪表的要求应包括：
 - 1) 着制服、佩带工号牌上岗；
 - 2) 保持个人整洁卫生；
 - 3) 妆饰得体，端庄大方。
- b) 对服务人员言行举止的要求应包括：
 - 1) 表情自然、亲切，微笑服务；
 - 2) 使用普通话与服务敬语；
 - 3) 让读者感到受尊重。
- c) 提供电话、网络等多渠道咨询服务；
- d) 营业员熟悉图书陈列位置；
- e) 实行“首问负责制”，及时响应读者的导购和服务需求；
- f) 收银操作快速、准确、规范；
- g) 提供图书包装、代寄、免费 WiFi 等增值服务；
- h) 建立有效的服务监督制度，通过监督电话、读者意见簿等方式监督服务质量；
- i) 处理读者投诉迅速、规范、效果好；
- j) 通过问卷调查、座谈会等形式主动收集读者意见。

7.3 环境

在环境方面应做到：

- a) 门店招牌、营业时间公示牌规范、整洁；
- b) 门前整洁卫生、秩序良好；
- c) 内部空气质量、温度、光线、噪声、照度等指标符合《商场（店）、书店卫生标准》（GB9670）的要求，并使读者感到舒适、协调；
- d) 卖场布局合理、协调，通道规范，引导性好；
- e) 空间设计突出文化氛围，营造良好体验式消费场景；
- f) 导购标识指示准确；
- g) 公共信息标识齐全；

- h) 书架、书台与整体环境协调，维护良好；
- i) 为读者提供信息查询设备或服务；
- j) 提供充足的休息区域；
- k) 消防安全设施设备齐全，运转良好。

7.4 营销

在营销方面应做到：

- a) 设计商品分类体系时充分考虑科学性、卖场布局以及读者便利性；
- b) 注重陈列方法创新，采用主题陈列、造型陈列等多种陈列方法；
- c) 设置本店推荐、新书、畅销书等多种陈列专区；
- d) 广告宣传形式多样，海报设计精美、制作规范，新媒体宣传有创意；
- e) 注重营销活动与社会公益相结合；
- f) 积极开展电子商务活动；
- g) 实行会员制，开展丰富多彩的会员活动。

7.5 管理

在管理方面应做到：

- a) 管理制度体系齐全、执行有力；
- b) 重视员工权益，与员工签订正规劳动合同；
- c) 重视员工培训，新员工先培训后上岗；
- d) 组织员工学习掌握安全知识，开展消防安全自查与突发事件应急处理演练；
- e) 进行节能宣传，使用节能设备；
- f) 财务管理规范。

7.6 业绩

在业绩方面应做到：

- a) 社会效益优先，积极开展或参与社会公益活动；
- b) 与供应商签订正规合同，及时结算货款；
- c) 重视和提升平效；
- d) 积极参与行业管理部门、行业协会组织的活动。

8 实体书店星级评定的规则

8.1 评分方法

根据附录 A 规定的评分方法，对参评书店的各项评价指标进行评分，其中“1.2.3.2 品质认定”“2.5.1 营业员熟悉图书陈列位置”“2.12 读者满意度”“5.1 管理制度体系”四项指标需要分别根据附录 B、附录 C、附录 D、附录 E 规定的评分方法进行评分。

8.2 评定各星级得分值要求

评定各星级的得分值要求见表 2 中的规定。评定三星及以上星级需要基本指标得分、附加指标得分、总得分三项全部达标；评定一星级、二星级需要基本指标得分达标。

表2 评定各星级得分值要求

星级	基本指标得分	附加指标得分	总得分
五星级	≥446	≥24	≥470
四星级	≥402	≥18	≥420
三星级	≥356	≥14	≥370
二星级	≥320	-	≥320
一星级	≥280	-	≥280

行业标准信息服务平台

附 录 A
(规范性附录)
实体书店星级评价指标及评分方法

A.1 表A.1给出了实体书店星级评价指标和各指标的分值。

A.2 评定时评审专家根据表A.1中“评价内容和评价方法说明”一栏规定的评分方法对参评书店的每项指标进行评分，如果该栏没有明确说明，则由评审专家根据书店的具体情况酌情给分，并以评审专家评分的平均值为最终得分。

表A.1 实体书店星级评价指标及评分表

指标编号	评价指标	评价内容与评价方法说明	一级 指标 总分	二级 指标 分值	三级 指标 分值	四级 指标 分值	计 分
1	商品		115				
	基本指标						
1.1	商品规划	进行消费者需求调查与分析，科学制定商品规划方案		5			
1.2	出版物商品			95			
1.2.1	品种数	按以下标准分档给分： ①10分： 综合性书店>10万；专业书店>2万 ②8-10分： 综合性书店5万—10万；专业书店1万-2万 ③6-8分： 综合性书店2万-5万；专业书店0.5万-1万 ④4-6分： 综合性书店0.5万-2万；专业书店0.1万-0.5万 ⑤4分以下： 综合性书店<0.5万；专业书店<0.1万			10		
1.2.2	类型	以图书为主，根据市场情况适量经营音像制品、期刊、电子出版物等			5		
1.2.3	品质				80		

指标编号	评价指标	评价内容与评价方法说明	一级 指标 总分	二级 指标 分值	三级 指标 分值	四级 指标 分值	计 分
1.2.3.1	品质保障	注重和坚持高品质导向，优先与品牌供货商合作，卖场资源向优质出版物商品倾斜（如设立专柜、专架等）				20	
1.2.3.2	品质认定	具体评价方法见附录 B				50	
1.2.3.3	读者评价	以“2.12 读者满意度”调查中的“图书品质”一项调查结果作为参考，按以下标准分档给分： ①9-10 分： 90%以上读者对“图书品质”评价在“满意”以上 ②7-9 分： 75%-90%以上读者对“图书品质”评价在“满意”以上 ③5-7 分： 50%-75%以上读者对“图书品质”评价在“满意”以上 ④2-5 分： 25%-50%以上读者对“图书品质”评价在“满意”以上 ⑤2 分以下： 对“图书品质”评价在“满意”以上的读者比例在 25%以下				10	
1.3	非出版物商品	包括培训、咨询等服务类商品		15			
1.3.1	类型	主要经营文化相关性强或有助于读者在店消费的商品，注意不得影响书店的文化氛围			5		

指标编号	评价指标	评价内容与评价方法说明	一级 指标 总分	二级 指标 分值	三级 指标 分值	四级 指标 分值	计 分
1.3.2	品质	注重和坚持高品质导向,按以下标准分档给分: ①8-10分: 知名品牌所占比例>80% ②5-8分: 知名品牌所占比例为50%-80% ③3-5分: 知名品牌所占比例为30%-50% ④1-3分: 知名品牌所占比例为10%-30% ⑤1分以下: 知名品牌所占比例<10%			10		
	附加指标						
F1.1	外文原版出版物	需以专区(台、架)形式突出陈列		3			
F1.2	港台出版物	需以专区(台、架)形式突出陈列		2			
2	服务		110				
	基本指标						
2.1	服务明示	位置醒目,表达简洁、温馨		3			
2.2	服务人员仪容仪表	本指标各下属指标在评价时发现一例不符合的情况扣0.5分,最低可扣至得0分		15			
2.2.1	服装	穿着统一制服;服装按岗位、级别有区分			3		
2.2.2	工号牌	样式统一、佩带规范			2		
2.2.3	个人形象	发型、妆饰得体,端庄大方			5		
2.2.4	个人卫生	保持个人整洁卫生,不留长指甲,双手洁净			5		

指标编号	评价指标	评价内容与评价方法说明	一级 指标 总分	二级 指标 分值	三级 指标 分值	四级 指标 分值	计 分
2.3	服务人员行为	除“2.3.5”外，本指标各下属指标在评价时发现一例不符合的情况扣0.5分，最低可扣至得0分		16			
2.3.1	遵守纪律	坚守岗位,履行职责,无擅离职守、扎堆聊天、吃零食等现象			3		
2.3.2	微笑服务	与读者交谈时正视读者,面带微笑,语调柔和			3		
2.3.3	礼貌用语	服务读者时,应使用服务敬语,不得出现服务忌语			3		
2.3.4	普通话服务	主动接待读者时,必须使用普通话,当读者用当地方言与营业员交流时,营业员可以适当用当地方言进行回答			2		
2.3.5	尊重读者	不在背后对读者评头论足;不与读者顶撞、强辩;任何情况下严禁限制读者人身自由或谩骂、殴打读者。发现1例不符合扣2分,情节严重者可扣10分			5		
2.4	咨询接待			8			
2.4.1	电话咨询	设立专门的咨询电话,有专人值班,营业时间内接通率高。没有对外公布咨询电话的不得分			3		
2.4.2	网络咨询	开通网站、QQ、微信等网络咨询服务			2		
2.4.3	服务台接待	有专门的总服务台或服务台功能区,提供物品存放、图书包装、发票开具等多种类型的服务			3		
2.5	导购服务			15			
2.5.1	营业员熟悉图书陈列位置	详细评价方法见附录C,最高分为10分			10		

指标编号	评价指标	评价内容与评价方法说明	一级 指标 总分	二级 指标 分值	三级 指标 分值	四级 指标 分值	计 分
2.5.2	响应读者导购需求	推行“首问负责制”，及时响应读者的导购需求，不拖延、推诿。发现1例不符合扣0.5分，最多扣2分			2		
2.5.3	推荐商品	视情况主动推荐商品，方式巧妙不生硬。发现1例不符合扣0.5分，最多扣3分			3		
2.6	缺书登记	有缺书登记簿，及时整理相关信息并在一周内回告读者。发现1例不符合扣0.5分，最多扣4分		4			
2.7	收银服务			8			
2.7.1	收银设施	有具备计算机管理系统的独立收银台，设计美观，使用方便，数量与读者流量匹配			3		
2.7.2	收银操作	计价收款计算准确，唱收唱付，当面点清，交付准确、迅速			3		
2.7.3	结算方式	提供现金及银行卡、移动支付（支付宝、微信等）结算服务。无移动支付扣0.5分；仅能现金结算的得1分			2		
2.8	增值服务			7			
2.8.1	图书包装	快捷、美观			1		
2.8.2	送书上门	大件商品或特殊服务对象送货上门			2		
2.8.3	图书代寄	项目明示，收费合理			2		
2.8.4	免费WiFi	信号覆盖全，接入方便，上网流畅			2		
2.9	服务监督	通过服务监督电话、读者意见簿、行风监督员等多种形式对服务质量进行监督		5			

指标编号	评价指标	评价内容与评价方法说明	一级 指标 总分	二级 指标 分值	三级 指标 分值	四级 指标 分值	计 分
2.10	读者意见征求	通过问卷调查、座谈会等形式主动收集读者意见，每年不少于2次，并形成报告，采取改进措施		4			
2.11	读者投诉处理	处理规范、迅速，效果好，并有处理记录和改进措施		5			
2.12	读者满意度	由评审专家组织或委托第三方进行读者满意度调查，详细方法见附录D，最高得分为20分		20			
	附加指标						
F2.1	外语导购服务			2			
F2.2	流动供应			2			
F2.3	开办24小时书店	能够根据读者需求和市场情况提供延时营业服务的酌情给分		6			
3	环境		110				
	基本指标						
3.1	到达便利性	按以下标准分档给分： ①3分： 门口常规公交到达线路多，或有快速公交（地铁、BRT等）站点，到达便利性强 ②2分： 到达便利性较强 ③1分： 门口无常规公交或快速公交（地铁、BRT等）站点，到达便利性一般		3			

指标编号	评价指标	评价内容与评价方法说明	一级 指标 总分	二级 指标 分值	三级 指标 分值	四级 指标 分值	计 分
3.2	营业面积	按以下标准分档给分： ①10分： 综合性书店>6000 m ² ；专业书店>1500 m ² ②8-10分： 综合性书店 3000 m ² -6000 m ² ；专业书店 750 m ² -1500 m ² ③6-8分： 综合性书店 1000 m ² -3000 m ² ；专业书店 300 m ² -750 m ² ④4-6分： 综合性书店 300 m ² -1000 m ² ；专业书店 100 m ² -300 m ² ⑤4分以下： 综合性书店<300 m ² ；专业书店<100 m ²		10			
3.3	外部环境与设计			18			
3.3.1	门店招牌	规范、醒目，无褪色、变形，无污迹			3		
3.3.2	营业时间公示牌	整洁，无污迹			2		
3.3.3	门前卫生	整洁卫生，无垃圾杂物、污水、污垢等。发现一处不符合扣0.5分，最多扣5分			5		
3.3.4	门前秩序	秩序良好，无乱设摊点、乱搭建、乱张贴、乱涂写刻画、乱堆放等现象。发现一处不符合扣0.5分，最多扣5分			5		
3.3.5	停车场	附近500米内无任何专用或公共停车场（位） 本项不得分，按以下标准分档给分： ①3分： 有专用或共用停车场（位），停车位充足，管理良好 ②2分： 有专用或共用停车场（位），停车位偏少，管理一般 ③1分： 有专用或共用停车场（位），停车位紧张，管理较差			3		
3.4	内部环境与设计			64			

指标编号	评价指标	评价内容与评价方法说明	一级 指标 总分	二级 指标 分值	三级 指标 分值	四级 指标 分值	计 分
3.4.1	基本环境指标	室内空气质量、温度、光线、噪声、照度等应符合《商场（店）、书店卫生标准》（GB9670）的要求。发现一项不符合扣1分，最多扣5分			5		
3.4.2	卖场布局				10		
3.4.2.1	合理性	陈列和功能区分科学，通道设计规范，方便读者				5	
3.4.2.2	协调性	陈列和功能区分自然，文化氛围突出，整体协调感强				5	
3.4.3	导购标识				7		
3.4.3.1	种类	包括整体平面导购图、导购指示牌、图书分类标牌、书架号标牌，1种计1分				4	
3.4.3.2	设计制作	设计简洁明了、制作美观大方，有艺术性				1	
3.4.3.3	维护	维护良好，无残破、污损、缺失。有一例不符合扣0.5分，最多扣2分				2	
3.4.4	公共信息标识				3		
3.4.4.1	齐全性	在停车场、出入口、安全通道、收银台、电梯、服务区域等位置设置足够的公共信息标识				1	
3.4.4.2	设计制作	标识符号应符合《标志用公共信息图形符号 第一部分：通用符号》（GB/T10001）。如果现有的国家标准没有提供图形符号，可采用国际惯例或自行设计制作，自行设计制作的要导示性强、简洁美观				1	
3.4.4.3	维护	维护良好，无残破、污损、缺失。发现一处不符合扣0.2分				1	
3.4.5	书架、书台				10		
3.4.5.1	设计	充分考虑方便读者及与装修环境的协调，展示性强，风格独特				5	
3.4.5.2	材质	用材档次与装修环境协调，环保、安全				3	
3.4.5.3	维护	维护良好，无变形、污损。有一例不符合扣0.5分，最多扣2分				2	

指标编号	评价指标	评价内容与评价方法说明	一级 指标 总分	二级 指标 分值	三级 指标 分值	四级 指标 分值	计 分
3.4.6	读者查询设备	按以下标准分档给分： ①3分： 提供足够的可由读者自己操作的查询设备，设备维护良好，操作指示明确；能够为读者提供手机自助查询书目服务的视同得3分， ②2分： 提供少量的可由读者自己操作的查询设备，设备维护良好，操作指示明确 ③1分： 无读者自助查询设备，但可由店员协助使用店内管理系统查询			3		
3.4.7	阅读休息区	无任何阅读休息区本项不得分，按以下标准分档给分： ①5分： 免费阅读休息区面积大于经营面积的1%，有桌椅等设施，美观舒适，管理良好 ②3-5分： 免费阅读休息区面积小于经营面积的1%，有桌椅等设施，管理良好 ③1-3分： 没有免费的阅读休息区，但经营区内有消费性阅读休息区			5		
3.4.8	卫生间	附近300米内无任何公共卫生间本项不得分，按以下标准分档给分： ①3分： 有专用的卫生间，装修、设备与整体环境匹配，厕位数量充足，卫生状况良好 ②2分： 没有专用的卫生间，但与所在建筑其他单位共用卫生间，厕位数量充足，卫生状况良好 ③1分： 所在建筑无卫生间，但附近300米内有公共卫生间，指示规范明确			3		
3.4.9	电梯	要求电梯运营维护良好。三层及以上的书店有电梯此项才能得分，两层及以下书店不做此项要求，视同得3分			3		
3.4.10	背景音乐系统	音质清晰，播放乐曲与环境协调，音量适宜			2		

指标编号	评价指标	评价内容与评价方法说明	一级 指标 总分	二级 指标 分值	三级 指标 分值	四级 指标 分值	计 分
3.4.11	安全设施设备				9		
3.4.11.1	图书防盗设施	设备运转良好				2	
3.4.11.2	消防安全通道	符合规定, 标示明确, 保持通畅				2	
3.4.11.3	消防器材	器材齐备, 完好有效				2	
3.4.11.4	烟雾自动报警装置	设备运转良好				1	
3.4.11.5	自动喷淋灭火装置	设备运转良好				1	
3.4.11.6	应急照明设施	设备运转良好				1	
3.4.12	其他设施				4		
3.4.12.1	手推车	数量充足, 维护良好				1	
3.4.12.2	购物篮	数量充足, 维护良好				1	
3.4.12.3	寄包柜	数量充足, 维护良好				1	
3.4.12.4	音像试听试看设备	维护良好				1	
	附加指标						
F3.1	建筑特色	外观或结构有鲜明特色, 知名度高		2			
F3.2	空间设计	有独特的风格, 场景感强, 能营造良好的体验式消费氛围		8			
F3.3	无障碍环境	店内外通道、电梯、卫生间等处实现无障碍, 方便残障人士通行和使用		2			
4	营销		60				
	基本指标						
4.1	商品分类	设计分类体系时充分考虑科学性、卖场布局以及读者理解和购买的便利性		5	5		
4.2	商品陈列			26			

指标编号	评价指标	评价内容与评价方法说明	一级 指标 总分	二级 指标 分值	三级 指标 分值	四级 指标 分值	计 分
4.2.1	陈列方法				10		
4.2.1.1	主题陈列	主题突出, 有新意				2	
4.2.1.2	造型陈列	造型美观, 有创意				2	
4.2.1.3	展台陈列	整齐、美观				2	
4.2.1.4	堆头陈列	码堆整齐、美观				2	
4.2.1.5	其他陈列方法	认定一种计1分, 最多不超过2分				2	
4.2.2	陈列专区				8		
4.2.2.1	畅销书专区					2	
4.2.2.2	本店推荐专区					2	
4.2.2.3	新书专区					2	
4.2.2.4	地方文化专区					2	
4.2.3	陈列维护	无错放、空架、倒伏等现象, 并能根据市场销售状况及时调整。发现一例不符合扣0.2分, 最多可扣8分			8		
4.3	广告宣传			10			
4.3.1	店内外海报	设计有创意, 制作规范、美观, 及时更新, 与整体环境协调			5		
4.3.2	新媒体推广	有创意, 点击率高, 效果好			3		
4.3.3	传统大众媒体宣传	形式多样, 效果好			2		
4.4	营销活动			10			

指标编号	评价指标	评价内容与评价方法说明	一级 指标 总分	二级 指标 分值	三级 指标 分值	四级 指标 分值	计 分
4.4.1	活动频率	取近两年年均值，按以下标准分档给分： ①4分： >12次 ②3分： 6次-12次 ③2分： 4次-6次 ④1分： 1次-4次			4		
4.4.2	形式与效果	形式灵活多样，兼顾社会效益与经济效益			6		
4.5	电子商务	重视OTO运营，通过自建网站或其他电子商务平台提供查询、支付、物流、售后等全程服务		5			
4.6	会员制	会员规模大，资料整理及时，开展丰富的会员活动。没有实行会员制的不计分，如果仅发行会员卡作为打折凭据，计2分		4			
5	管理		40				
	基本指标						
5.1	管理制度体系	具体评价方法见附录E，最高得分为10分		10			
5.2	人力资源管理			10			
5.2.1	员工权益	重视员工权益，正规劳动、劳务合同签订率为100%（低于此要求本项不得分）			5		
5.2.2	员工培训	重视员工培训，新员工先培训再上岗，每年至少组织2次全员讲座培训			5		
5.3	安全管理			8			
5.3.1	安全培训	每年均组织全员参加安全知识培训，培训内容丰富，针对性强，培训效果好			2		
5.3.2	安保人员	统一着装，培训到位，处理各类安保事故迅速、专业			2		
5.3.3	消防安全	经常开展自查，积极配合消防安全部门检查，发现隐患及时消除。如果发生严重消防安全事故，取消参评资格			2		

指标编号	评价指标	评价内容与评价方法说明	一级 指标 总分	二级 指标 分值	三级 指标 分值	四级 指标 分值	计 分
5.3.4	突发事件应急处理	有突发事件处置的应急预案，并定期演练（每年不少于1次）			2		
5.4	节能管理			6			
5.4.1	节能宣传与教育	进行全员节能宣传，在办公室、卫生间等位置有节电、节水提示			2		
5.4.2	节能措施	积极采用节能型照明、空调及环保型包装材料等			4		
5.5	财务管理	财务管理规范，无违规违纪现象		6			
6	业绩		50				
	基本指标						
6.1	社会影响			30			
6.1.1	社会公益	积极组织或参与社会公益活动，有活动计划，活动形式多样，社会影响好，媒体广泛报道			14		
6.1.2	行业认可度				10		
6.1.2.1	与供应商关系	按以下标准分档给分： ①5分： 签订正规合同，货款结算及时，无违约纠纷 ②1-4分： 签订正规合同情况较好，货款结算较及时，有合同纠纷时得到妥善处理（含官司获胜） ③-1分： 与供应商发生纠纷，未能妥善处理，带来负面影响				5	
6.1.2.2	参与行业活动	从不参加行业主管部门或行业协会组织活动的不得分，按以下标准分档给分： ①5分： 主办、协办行业主管部门组织的活动，或发起组织行业协会，担任重要工作 ②4分： 积极参加行业主管部门或行业协会组织的活动 ③1-3分： 参加行业主管部门或行业协会组织活动的积极性一般				5	
6.1.3	企业荣誉				6		

指标编号	评价指标	评价内容与评价方法说明	一级 指标 总分	二级 指标 分值	三级 指标 分值	四级 指标 分值	计 分
6.1.3.1	国家级荣誉	评奖范围为全国，评奖方为中央和国家有关部门或全国性行业协会等，一个计1.5分，最高3分				3	
6.1.3.2	省级荣誉	评奖范围为全省（自治区、直辖市），评奖方为省级党政部门或行业协会等，一个计1分，最高2分				2	
6.1.3.3	地市级荣誉	评奖范围为全市（地区级），评奖方为地市级党政部门或行业协会等，一个计0.5分，最高1分				1	
6.2	经济指标			20			
6.2.1	年均平效	销售额计算时包括非出版物商品的销售额，取近两年平均值，按以下标准分档给分： ①10分： >1万元 ②8-10分： 0.8万元-1万元 ③6-8分： 0.4万元-0.8万元 ④4-6分： 0.2万元-0.4万元 ⑤4分以下： <0.2万元			10		
6.2.2	出版物销售收入占整体销售收入的比重	取近两年平均值，按以下标准分档给分： ①6分： >70% ②4-6分： 50%-70% ③2-4分： 30%-50% ④2分以下： <30%			6		

指标编号	评价指标	评价内容与评价方法说明	一级 指标 总分	二级 指标 分值	三级 指标 分值	四级 指标 分值	计 分
6.2.3	年均销售增长率	取近两年平均值，负增长不得分，按以下标准分档给分： ①4分： >10% ②3分： 5%-10% ③2分： 2%-5% ④2分： <2%			4		

行业标准信息服务平台

附 录 B
(规范性附录)
出版物商品品质认定评分方法

B.1 本评分方法主要目的是对实体书店的出版物商品品质进行整体评价，对单个出版物商品品质的认定结果不作它用。

B.2 认定单个出版物商品为优质出版物商品时以《图书质量管理规定》等出版物质量管理规定为基础，以内容质量为核心，兼顾编校、设计、印刷质量，参考表B.1中列出的条件选项（符合其中之一即可），必要时咨询行业专家，最终认定结果由评审专家决定。

B.3 评审专家（3人及以上）从卖场随机抽查占总品种数0.5%~1%的出版物，分别认定和计算卖场中优质出版物商品所占的比例（百分比）。先计算专家认定结果的平均值，然后根据B.2中的计分标准进行计分，将最后的计分值作为附录A表A.1中指标“1.2.3.2 品质认定”的得分。

表B.1 优质出版物商品认定参考条件

条件选项
a) 党和政府重要报告、讲话单行本； b) 经典名著的经典版本； c) 获得省部级以上党政部门主办的图书、期刊、音像出版物等出版物评奖奖项； d) 入选省部级以上党政部门推荐的书目； e) 获得省部级以上出版基金资助； f) 入选由知名媒体推荐的书目； g) 拥有良好的读者口碑，在知名网站上评分较高； h) 入选知名度高的畅销书排行榜榜单； i) 在专业领域内拥有较强的影响力，被引用率高。

表B.2 出版物商品品质认定计分标准

优质出版物商品所占比例	计分范围
50%~60%	40~50
40%~50%	30~40
30%~40%	20~30
20%~30%	10~20
10%~20%	5~10
<10%	0~5

附 录 C
(规范性附录)

营业员熟悉图书陈列位置评分方法

C.1 评审专家随机抽取占卖场营业员总人数 10%-20%的员工，要求在其主管图书中配书 10 册, 10 分钟内完成。配书准确无误一本得 1 分，少配、错配不得分。

C.2 使用表C.1 记录每位参加评价员工的总得分，再计算所有参评员工的平均总得分，最后将平均总得分计为附录A表A.1 中指标“2.5.1 营业员熟悉图书陈列位置”的得分。

表 C.1 营业员熟悉图书陈列位置评分表

员工姓名 或工号	序号	书名	版别	得分
	1			
	2			
	3			
	4			
	5			
	6			
	7			
	8			
	9			
	10			
	总得分			

附录 D
(规范性附录)
读者满意度评分方法

D.1 表D.1为读者满意度的评价项目与计分标准，总分为100分。表D.2为邀请参加满意度调查的读者现场填写的调查表。

D.2 在参评书店卖场随机抽查10—50名读者（参评四星级及以上的不少于50名），请读者现场填写表D.2并回收。先按表C.1中的计分标准计算出每位读者对书店的评价总分，然后计算所有读者的平均评价总分，最后将平均评价总分除以5计为附录A表A.1中指标“2.12 读者满意度”的得分。

表 D.1 读者满意度评价项目与计分标准

评价项目	分值	计分标准			
		很满意	满意	一般	不满意
图书品质	15	15	12	9	0
文化氛围	10	10	8	6	0
环境舒适度	10	10	8	6	0
卖场布局	10	10	8	6	0
陈列质量	5	5	4	3	0
服务设施	10	10	8	6	0
服务水平	15	10	8	6	0
营销活动	10	10	8	6	0
社会影响力	15	15	12	9	0

表 D.2 读者满意度调查表

评价项目	评价选项 (请您在每个评价项目对应的四个评价选项中打“√”，每一个项目只能选打一个“√”)			
	很满意	满意	一般	不满意
图书品质				
文化氛围				
环境舒适度				
卖场布局				
陈列质量				
服务设施				
服务水平				
营销活动				
社会影响力				

附 录 E
(规范性附录)
管理制度体系评分方法

E.1 表E.1为管理制度体系的评价项目及计分标准，总分为100分。

E.2 评审专家(3人及以上)从完整性、严密性、合法性、合理性、可行性、创新性等角度，对参评书店的各项管理制度进行综合评价，并按表E.1中的计分标准对每个项目进行打分。先计算出每位评审专家的评价总得分，再计算所有评审专家的平均总分，最后将平均总分除以10计为附录A表A.1中指标“5.1管理制度体系”的得分。

表 E.1 管理制度体系评分表

评价项目	分值	计分标准					计分
		优	良	中	差	无	
岗位责任制度	10	10	8	5	2	0	
岗位考核制度	10	10	8	5	2	0	
业务(进、销、存、退等)管理制度	20	20	16	10	4	0	
财务管理制度	10	10	8	5	2	0	
人事管理制度	10	10	8	5	2	0	
教育培训制度	10	10	8	5	2	0	
安全管理制度	10	10	8	5	2	0	
服务质量监督制度	10	10	8	5	2	0	
节能管理制度	5	5	4	2.5	1	0	
保洁卫生制度	5	5	4	2.5	1	0	
总得分							