

# 团 体 标 准

T/STIC 120104-2025

## 建筑装饰工程服务规范

Service specification for building decoration

2025-02-12 发布

2025-02-12 实施

上海市检验检测认证协会 发布

## 目 次

前 言 .....	II
引 言 .....	III
1 范围 .....	1
2 规范性引用文件 .....	1
3 术语和定义 .....	1
4 服务主体要求 .....	2
4.1 资质要求 .....	2
4.2 企业文化 .....	2
4.3 管理体系 .....	2
4.4 服务能力 .....	2
5 服务提供条件 .....	3
5.1 服务人员 .....	3
5.2 服务环境 .....	4
5.3 服务设施 .....	5
6 服务提供过程 .....	6
6.1 服务订单 .....	6
6.2 服务策划 .....	6
6.3 服务提供 .....	7
6.4 服务绩效 .....	9
7 服务质量控制与改进 .....	10
7.1 绩效评价体系 .....	10
7.2 监测、分析与改进 .....	10
8 服务认证评价 .....	11
8.1 适用的服务认证模式 .....	11
8.2 服务认证模式选用及其组合 .....	11
8.3 服务认证结果 .....	11
附录 A（规范性）管理成熟度评价方法 .....	12
附录 B（规范性）建筑装饰工程服务指标 .....	14
参考文献 .....	17

# 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。

本文件由上海市检验检测认证协会提出并归口。

本文件起草单位：上海市建筑装饰工程集团有限公司、上海新丽装饰工程有限公司、中建八局装饰工程有限公司、中建深圳装饰有限公司、北京中建协认证中心有限公司、北京中建协认证中心有限公司上海分公司。

本文件主要起草人：李佳、朱彤、连珍、归豪域、蔡晶晶、虞嘉盛、虞冠星、张冰、王黎娜、李皓、王红成、陆顺军、郑天珠、杨璐、陆金团、李臻、江心悦、潘明浩、崔为民、余沛、华晶晶、王海山、王丽、郭喜宏、曹继明、任惠静、吴高尚、肖美男、胡国芳、黄永春、马立杰、陈芸。

首批执行本文件的单位：上海市建筑装饰工程集团有限公司、上海新丽装饰工程有限公司、中建八局装饰工程有限公司、中建深圳装饰有限公司、北京中建协认证中心有限公司、北京中建协认证中心有限公司上海分公司。

# 引 言

在建筑装饰工程服务活动中，建筑装饰企业作为主要责任主体，其服务质量及水平，是决定服务专业性和规范性的关键因素。借助第三方认证手段对建筑装饰工程服务企业进行评价，有助于强化建筑装饰企业的内部管理，推动建筑装饰企业的服务创新，持续提升建筑装饰工程的服务品质。

本文件从建筑装饰工程全生命周期服务出发，以建筑装饰行业内优秀服务主体的管理和绩效为标杆，引导企业对服务活动进行科学策划和有效管控，帮助企业提高服务绩效，为推动可持续高质量发展奠定良好基础。

企业根据本文件实施服务管理的潜在益处是：

- 稳定提供满足客户要求以及适用的法律法规要求的服务能力；
- 促进增强客户满意的机会；
- 应对与企业服务目标相关的风险和机遇；
- 证实符合规定的服务管理要求的能力。

通过分析建筑装饰工程服务的关键过程和服务特性，通过服务流程分析，结合政府规范、行业自律、市场反馈的整体情况，确定建筑装饰工程的服务要求及其管理要求，建立建筑装饰工程服务的先进性要求。

# 建筑装饰工程服务规范

## 1 范围

本文件规定了建筑装饰工程服务主体要求、服务提供条件、服务提供过程、服务质量控制与改进，以及服务认证评价涉及的评价方法和服务指标。

本文件适用于建筑装饰业企业的建筑装饰工程服务活动，以及认证机构实施建筑装饰工程服务认证活动。

## 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。

GB/T 19004 质量管理 组织的质量 实现持续成功指南

GB/T 19580 卓越绩效评价准则

GB/T 27207-2020 合格评定 服务认证模式选择与应用导则

GB 50210-2018 建筑装饰装修工程质量验收标准

## 3 术语和定义

下列术语和定义适用于本文件。

### 3.1

#### **建筑装饰 Building Decoration**

建筑装饰是为保护建筑物的主体结构、完善建筑物的使用功能和美化建筑物，采用装饰装修材料或饰物，对建筑物的内外表面及空间进行的各种处理过程。

注1：建筑装饰是建筑装饰装修工程的简称。

注2：定义来源GB 50210-2018，2.0.1，有修改。

### 3.2

#### **建筑信息模型 Building Information Modeling (BIM)**

建筑信息模型（BIM）技术是一种应用于工程设计、建造、管理的数据化工具，通过对建筑的数据化、信息化模型整合，在项目策划、运行和维护的全生命周期过程中进行共享和传递，使工程技术人员对各种建筑信息作出正确理解和高效应对，为设计团队以及包括建筑、运营单位在内的各方建设主体提供协同工作的基础，在提高生产效率、节约成本和缩短工期方面发挥重要作用。

### 3.3

#### 智慧工地 Intelligent Construction Site

智慧工地是指通过将物联网、大数据、云计算、人工智能、传感技术、虚拟现实等现代信息技术植入到建筑、机械、人员穿戴设施、场地进出关口等各类物体中，在施工各个阶段，对施工现场实时状态、施工流程操办、建筑内部各类设施系统等进行监控与管理的综合智能管控平台，提高工程管理信息化水平，逐步实现绿色建造。

## 4 服务主体要求

### 4.1 资质要求

4.1.1 服务主体应是依法成立的独立法人单位。

4.1.2 服务主体工商登记的经营范围应包含建筑装饰工程服务相关内容。

4.1.3 服务主体在境内提供服务的应具备建筑装饰装修工程专业承包一级（或以上）资质、建筑装饰工程专项甲级设计（或以上）资质，以及在相关行业提供另需具备的行政许可或行业许可（例如文物保护修缮工程、展览工程、博物馆陈列工程等）。在境外提供服务的，应当具备当地必须的相关行政许可。

4.1.4 服务主体应为高新技术企业，持续进行研究开发与技术成果转化，形成企业核心自主知识产权，并以此为基础开展经营活动。

4.1.5 服务主体不应存在失信被执行、停业整顿、破产清算等影响其提供建筑装饰工程服务的情况。

### 4.2 企业文化

服务主体应建立并保持以愿景、使命和核心价值观为核心的企业文化，包括但不限于：

a) 服务主体的战略发展规划、人力资源规划和科技发展规划与建筑装饰企业文化的内涵保持一致。并制定匹配的品牌战略，支撑服务主体实现战略目标。

b) 服务主体内部有行之有效的文化载体和措施，对外有多元畅通的文化传播平台和渠道。

c) 企业文化的建设采用以下方式：

——培训：传播建筑装饰企业文化，增强文化意识；

——活动：通过活动将企业文化与管理 and 生产相融合；

——评估：发现改进点，提供改进措施和手段。

### 4.3 管理体系

服务主体应建立质量、环境、职业健康安全管理体系及其他相关要求管理体系，保持完整的建筑装饰服务管理体系。服务管理体系包括但不限于：

——服务主体应对管理体系的有效性负责，确保管理体系融入组织的过程；

——服务主体应保持以顾客为关注焦点的领导作用和承诺，致力于增强客户满意度；

——服务主体应制定并发布服务主体管理体系文件，确定方针、目标等并有效传达；

——服务主体应明确清晰的组织架构和各层级的管理职能、职责与权限；

——服务主体应为管理体系的正常运行提供必要的资源保障；

——服务主体应建立以内控、法务、风险、审计“四位一体”为理念的全面风险管理体系；

——服务主体应建立覆盖广泛业务的信息化管理体系，并持续推进实施及管理创新；

——服务主体应建立并保持管理体系运行的监督、评价机制。

### 4.4 服务能力

服务主体应以满足客户对服务专业性、服务多样性和服务前瞻性等方面的需求，并持续提升服务能力。主要包括：

a) 服务专业性：具有建筑装饰工程领域和服务模式等能力，能够提供建筑装饰工程咨询、策划、设计、采购、施工、运维、更新等全生命周期管理能力，及配套的创意方案、加工制造、技术创新、软装配套、供应链协同等一体化多专业集成能力，并依据合同约定为客户提供产品、服务以及其他创新性价值。

b) 服务多样性：应满足并寻求超越社会、客户和消费者等重要利益相关方对服务的需求和期望，在建筑装饰领域内提供完整服务的前提下，增加具有创新性、丰富性特征的选择，为客户提升服务价值增值。

c) 服务前瞻性：持续创造客户，并通过推进工业化设计建造、数字化集成应用、发展绿色装饰、跨界融合科技等，强化“工业化及信息化”两化融合能力及数字化转型，结合管理模式及业态创新，综合提升服务主体对客户及社会的长远价值回报能力。

## 5 服务提供条件

### 5.1 服务人员

#### 5.1.1 人才队伍

5.1.1.1 服务主体应制定并实施组织的人力资源发展战略。

5.1.1.2 服务主体应明确服务人员的业务能力要求，包括但不限于：

- 建立岗位负责制，通过岗位说明书或岗位聘约明确岗位职责和权限。岗位职责和权限应根据服务主体组织架构的职能划分、业务分布以及管理流程进行设定，以工作内容性质、工作量配置服务人员；
- 明确服务人员的综合知识和能力要求，与价值观对应的综合能力、与管理绩效对应的通用能力；
- 明确服务人员要具备与岗位工作标准相匹配的专业能力和素质；
- 在相应的行业领域和专业范围内配置适合战略发展需求的人才储备；
- 评估满足生产和服务提供所需的服务人员总量，并充分考虑战略发展趋势的需求；
- 具备符合资质要求的专家、研发人员和专业技术人员。

5.1.1.3 人力资源配置满足：

- 应具备满足建筑装饰服务需求的高级工程师及以上职称人员；
- 应具备满足建筑装饰服务需求的一级注册建筑师、一级注册建造师、文物责任设计师、文物责任工程师及其他注册类执业资格人员；
- 应具备满足建筑装饰服务需求的专业技术人员和专业技能人员；
- 应具备省部级及以上劳动模范、工匠等专家人员。

#### 5.1.2 行为规范

5.1.2.1 服务主体应制定并实施基于企业文化的服务人员行为规范。服务人员行为规范应形成文件，作为建筑装饰服务承诺的一部分为相关方所获取。

5.1.2.2 服务主体应依据行为规范建立服务人员行为监督机制，对服务人员行为规范的遵守程度进行考核、分析、改进，减少不当行为造成的影响。服务人员的行为规范应包括：

- 与建筑装饰资源使用有关的行为规范；
- 与保护环境和职业健康安全有关的行为规范；
- 涉及建筑装饰服务保密的行为规范；

——境外工程承包或服务中所应遵守的外事行为规范。

### 5.1.3 人才培养体系

#### 5.1.3.1 体系策划

服务主体应建立与建筑装饰服务要求相匹配的人才培养机构和人才培养要求。包括但不限于：

- 新入职员工的行为规范教育；
- 服务人员的职业发展规划；
- 服务人员的能力评估和培养开发；
- 建筑装饰专业核心人才队伍的建设。

#### 5.1.3.2 培训

服务主体应根据人才培养要求的策划开展服务人员的学习和培训活动。包括但不限于：

a) 服务主体应根据人才培养要求的策划完善培训项目运营机制和流程，开展服务人员的学习和培训活动，包括行业规范、设计原理、施工工艺、材料知识、客户服务技巧等，提升服务质量和客户满意度，确保服务过程的有序进行；

b) 服务主体应构建符合建筑装饰领域的培训体系。针对不同岗位、不同人群，将培训类型分为领导力、专业力和新生力三类。针对不同类型的培养计划举办培养项目，培训类型包括但不限于：

- 新员工入职类培训；
- 管理干部培训；
- 注册类执业资格培训；
- 建筑装饰专业技术人员和技能人才类培训；
- 服务人员综合素质教育类培训；

c) 服务主体应针对不同培训类型完善相应的课程学习资源库，打造可随时随地学习的线上平台，匹配线下的课程库、内训师库和导师库等学习资源；

d) 服务主体应对培训项目和参加培训的服务人员建立培训评估机制，对服务人员在工作绩效、工作行为和知识技能掌握三个层级进行评估和反馈，服务人员的学习培训结果与职业发展、绩效考评相关联。

### 5.1.4 绩效考核

5.1.4.1 服务主体应建立自身组织架构的考核评价体系，制定服务人员的绩效考核制度。

5.1.4.2 服务人员绩效考核内容包括但不限于：岗位工作内容完成情况、重点绩效量化指标完成情况、个人能力和综合素质、工作态度和技能匹配度、环境与社会责任意识、创新工作方式方法等。

5.1.4.3 服务主体应运用科学的考核方式、方法，采用多层级、多维度的考核方式定期组织开展组织的绩效考核评价工作，并对结果进行总结提升和反馈，服务人员的绩效考核结果作为员工岗位职等职级调整、各类评优、业务培训、劳动合同续签和终止等内容的参考依据。

## 5.2 服务环境

### 5.2.1 通用要求

5.2.1.1 服务主体应设置专人或相关职能部门，负责建筑装饰工程服务过程中环境的管理。为员工及相关人员创造良好的工作环境，保障产品和服务在适当的环境中完成。

5.2.1.2 服务主体应识别并管理服务实施过程中工作区域和生活区域的环境，当服务对运行环境有特殊要求时，如：高温、严寒、沙尘、雾霾、台风、暴雨、雷电等，应在前期策划文件中予以明确并制定应对措施。服务环境包括但不限于：

- a) 与现场相关，如温度、湿度、照明、噪音、粉尘以及环境保护相关因素等；

- b) 与工种相关，如职业危害与职业病、危险、警示标识和防护设施等；
- c) 与防护相关，包括正常施工过程和特殊条件（受限空间、高温高寒、有毒有害等）下的劳动保护用品和措施；
- d) 与身心相关，包括健康体检、疲劳预防与恢复、心理辅导与干预等；
- e) 与设施相关，包括饮食、卫生、水电气、消防、宿舍配置、禁烟、禁酒、禁毒等。
- f) 服务主体应制定并实施相应的补救措施，规避、消除或减少服务过程中可能对参与服务人员或环境造成的不利影响。

## 5.2.2 企业识别系统

服务主体应建立基于企业文化的视觉识别系统，应用于设施、临建设施、人员着装、劳防用品、工作区域等，并在各个层级办公场所、工程项目部进行系统有效的使用。

## 5.2.3 风险预控

服务主体应分析、预判建筑装饰工程存在的危险源识别清单、制定控制措施，提前预判可能会发生的风险控制点，并做出合理的控制措施；对涉及到的重大危险源编制可行性方案，经通过审批后按照方案执行。

## 5.2.4 安全保障

5.2.4.1 服务主体应在施工前组织安全风险评估，识别现场潜在安全隐患并形成清单；施工过程建立安全交底、审批制、安全隐患动态排查、应急处理机制；撤场前完成现场安全环境恢复，清除施工残留危险物；交付后提交隐患整改记录及安全培训档案。

5.2.4.2 服务主体应提供服务人员资质并建立安全教育机制。项目安全员应持有住建部门颁发的安全员资格证书，特种作业人员须持有效操作证件上岗，新进场工人应接受三级安全教育，累计培训时间不少于8小时。

5.2.4.3 服务主体应落实安全保障巡查演练机制。每日开展不少于2次现场安全巡查，重点检查临边防护、用电规范及劳保用品佩戴情况。每周由项目经理带队实施全面安全检查，覆盖所有作业面及生活区。每季度组织安全应急演练，包括消防疏散、高空救援等场景，留存影像及评估记录。

5.2.4.4 服务主体应建立安全监督管理制度。制定并落实高处作业（临边作业）安全防护、临电安全、架体搭设使用拆除、手持式锂电机具进场使用、现场消防（易燃品存放）防范管理等相关管理制度。

## 5.3 服务设施

### 5.3.1 通用要求

5.3.1.1 服务主体应制定管理制度或标准，规范建筑装饰工程服务过程中所需用的服务设施。

5.3.1.2 服务主体应指定专人或部门负责相关服务设施的提供、维保、撤除等。

5.3.1.3 服务主体应拥有或有权使用建筑装饰工程服务过程所需用的服务设施。

5.3.1.4 服务主体应积极寻求合理运用智能化装备和设施，以期实现节能减排、提高办公舒适度、提升服务质量。

5.3.1.5 服务设施包括但不限于：

——办公设施，如各管理层级组织实施建筑装饰工程服务必需的处所、设备、机具、用品等；

——生活设施，如支持服务主体员工职业健康、良好工作状态的必要生活处所、设备、机具、用品等；

——服务实施核心设施，如项目部的临建设施、仓储和机械操作的临时建筑、工作场所和相关的设施；实现服务所需的支持性服务，包括硬件和软件如专业深化软件、网络设备、安全防护设施、检验测量设备等；实现服务所需的过程设备，如维修服务机构及配套设施、通讯或信息系统等。

### 5.3.2 服务平台

5.3.2.1 服务主体应建立健全基于建筑装饰工程技术研发的创新管理体系和服务平台，持续研发新技术、新材料、新设备、新工艺，形成具有独特性和创新性的服务模式，提供领先于同类服务主体的产品或服务，以满足社会和利益相关方的需求。服务方向包括但不限于：

- a) 制定并实施技术创新发展战略，持续加大创新经费投入和创新人才培养，提升自主创新能力；
- b) 建立企业技术中心、工程研究院等研发部门，拥有产业化基地，推广应用先进技术成果，促进高新技术产业化；
- c) 建立技术成果转化机制，构建服务主体支撑重大工程建设的产业化技术体系；
- d) 积极参与国家或省部级相关研发项目、国家标准制定，形成行业领先的科研成果；
- e) 建立知识产权管理体系，实施、运行并持续改进，保持知识产权拥有量持续增长；
- f) 研发技术在重点工程项目上得到应用，并获得行业认可的应用成果；
- g) 建立产学研合作机制，与相关高校、科研机构形成稳定的交流协作关系。

5.3.2.2 服务主体应制定信息化、数字化管理体系和管理平台，建立项目管理、企业管理等信息系统，并在建筑装饰工程服务工程中加以实施。

## 6 服务提供过程

### 6.1 服务订单

服务主体应制定详尽的订单实施方案，规范市场经营活动，有效规避各种风险，提高建筑装饰工程订单服务水平，基本工作应包括：

- 建筑装饰行业发展现状分析，市场主体远景规划；
- 客户群体细分与定位；
- 依法合规开展经营活动；
- 潜在风险识别及评估方法论述；
- 信息化手段建立客户档案、客户分类分级管理制度；
- 规范投标过程、合同签订及其他要求。

### 6.2 服务策划

#### 6.2.1 策划组织

##### 6.2.1.1 制度保障

服务主体应建立针对服务策划的管理制度，明确策划的时间、人员责任、工作划分等，提供客户整体策划方案，切实保障策划工作的有效实施。

##### 6.2.1.2 组织架构与团队配置

服务主体应在承诺客户的组织架构之上组织策划，包括项目经理、技术人员、施工团队、材料员、质量员、安全员及市场经营专员等关键角色。项目经理负责整体策划与协调，技术人员负责设计与方案制定，施工团队负责现场实施，材料员负责材料采购，质量员确保施工质量，市场经营专员则负责与客户沟通，收集反馈。

##### 6.2.1.3 沟通协调机制

建立高效的沟通协调机制，确保与客户之间信息顺畅有效传递。利用项目管理软件、定期会议、现场巡查等方式，及时跟进项目进度，解决遇到的问题，并根据客户反馈调整服务策略。

## 6.2.2 策划内容

### 6.2.2.1 客户需求分析

深入了解客户需求，包括装饰效果、预算范围、功能需求、时间要求等。通过与客户沟通、现场勘查、市场调研等方式，收集信息，为设计方案提供依据。

### 6.2.2.2 设计方案制定

根据客户需求，设计师制定详细的设计方案，包括平面布局、色彩搭配、材料选择、装饰细节等。设计方案需符合行业规范，体现客户个性化需求，同时考虑实用性和美观性。

### 6.2.2.3 施工计划与材料采购

根据客户需求，制定详细的施工计划，明确各阶段任务、时间节点和责任人。同时，根据设计方案，材料员负责选购符合质量标准的装饰材料，制定材料计划，确保施工顺利进行。

### 6.2.2.4 质量控制与验收标准

制定严格的质量控制措施和验收标准，确保施工质量符合设计要求和行业规范。质量监督员在施工过程中进行巡查，及时发现并纠正问题，确保工程质量。

## 6.2.3 策划变更与输出

### 6.2.3.1 变更管理流程

在满足客户需求的同时，评估变更的必要性和可行性，与客户充分沟通，达成共识；及时调整设计方案和施工计划，确保变更后的服务内容达到客户需求；跟踪变更实施情况，确保变更顺利完成。

### 6.2.3.2 输出物管理

根据项目进展，及时更新和完善服务策划的输出文件，包括设计方案、施工图纸、材料清单、施工计划、验收报告、BIM模型等文件。项目结束后，向客户提交完整的项目文档和售后服务指南，方便客户后续使用和维护。

### 6.2.3.3 持续改进与反馈机制

建立持续改进和反馈机制，收集客户反馈意见，分析服务过程中存在的问题和不足，总结经验教训。通过不断学习和创新，提升服务策划水平和服务质量，为客户提供更加优质、高效的装饰服务。

## 6.3 服务提供

### 6.3.1 深化设计

服务主体应具备提供装饰深化设计的能力，包括但不限于：

- a) 应用三维激光扫描、倾斜摄影等数字化手段进行现场勘察与复核，建立及修正 BIM 模型；
- b) 复核平面、立面、节点图之间的对应关系，并与现场尺寸进行校对修正；
- c) 根据规范要求及美观性优化综合点位排布，包括共线、等分、等距、居中等装饰关系；
- d) 根据实际现场施工场景，在考虑经济性、安全性、规范性、可操作性的前提下，深化工艺与做法。

### 6.3.2 装饰材料

服务主体应对建立材料物资验收程序及要求，保证在建项目的材料物资质量符合设计及规范要求，包括但不限于下列内容：

- a) 建筑装饰工程所用材料应按设计要求进行防火、防腐和防虫处理，材料的燃烧性能和有害物质限量应符合国家现行有关规定。严禁使用国家明令淘汰的材料；

- b) 提前确定材料物资的进场时间；
- c) 所有材料进场时应对其品种、规格、外观、尺寸和质保资料进行验收，收集进场材料物资相关的有效证明资料；
- d) 确定不合格材料物资的处置方式；
- e) 材料物资的场内搬运、劳动力安排、临时堆放，材料物资入库移交；
- f) 需要复验的材料应按规定进行复验，复验合格后方可使用；
- g) 建筑装饰装修材料在装卸、运输、储存和施工过程中，应防止损坏、变质和污染环境；
- h) 现场配制的材料应按设计要求或产品说明书配制使用。

### 6.3.3 技术质量

服务主体应建立并实施技术质量管理体系，包括但不限于下列内容：

- a) 建筑装饰工程施工前，施工单位应进行图纸会审，并编制施工组织设计；
- b) 以施工组织设计为纲领，在项目实施过程中，根据不同的实施阶段编制各类专项施工方案；
- c) 对材料供应商的材料加工技术进行整合优化；
- d) 在项目施工实施过程中，针对不同施工阶段的不同施工内容根据图纸及深化图组织并完成对项目施工员、质量员、施工班组长等的专项技术措施与质量要求交底，对项目安全员进行与安全相关的技术措施交底；
- e) 制定外加工材料产品的技术质量标准；
- f) 制定项目的技术质量目标，编制质量跟踪实施计划，设置质量控制点及责任人；
- g) 按照施工组织设计中各分部分项的划分，对各分部工程的质量进行评定工作，按要求对各检验批进行质量检验；
- h) 监督检查各班组做好自检、互检、交接检，对检查中发现的问题应及时提出，必要时应开具整改通知单，督促整改，并对整改效果及时进行验证；
- i) 组织分部分项验收、中间验收和竣工验收，落实质量问题整改。

### 6.3.4 安全应急

服务主体应建立并实施安全与应急体系，包括但不限于下列内容：

- a) 应依法取得安全生产许可证，在资质等级许可的范围内承揽工程和提供服务；
- b) 服务主体主要负责人依法对本单位的安全生产工作全面负责，服务主体法定代表人为服务主体安全生产第一责任人；
- c) 应完善安全生产责任体系，建立健全并落实本单位全员安全生产责任制，加强安全生产标准化管理，按照有关规定设立独立的安全生产管理机构，足额配备专职安全生产管理人员；
- d) 应建立健全符合国家现行安全生产法律法规、标准规范要求、满足安全生产需要的各类规章制度和操作规程；
- e) 应依法确保安全生产条件所需资金的投入并有效使用；
- f) 各管理层应适时开展针对性的安全生产教育培训，对从业人员进行安全培训；
- g) 应根据施工生产特点和规模，实施安全生产体系管理；
- h) 应组织建立并落实安全风险分级管控和隐患排查治理双重预防工作机制；
- i) 应依法为从业人员提供合格劳动保护用品，达到相关安全标准的生产（办公）休息场所，办理相关保险；
- j) 定期对安全生产管理状况组织分析评估，实施改进活动；
- k) 应急救援管理应包括建立组织机构，预案编制、审批、演练、评价、完善和应急救援响应工作程序及记录等内容。

### 6.3.5 绿色环保

6.3.5.1 服务主体应建立环境保护工作责任制，实施从勘察、设计、采购、施工、验收交付、运营及更新的环境保护工作，落实环境保护工作主体责任，把绿色低碳发展理念贯穿于服务的全过程。

6.3.5.2 服务主体应根据批准的建设项目环境影响评价文件，编制用于指导项目实施过程的项目环境保护计划，并按规定程序批准实施，包括但不限于下列内容：

- a) 环境保护的目标、制度及主要指标；
- b) 环境保护的实施方案；
- c) 环境保护所需的人力、物力、财力和技术等资源的专项计划；
- d) 环境保护所需的技术研发和技术攻关等工作；
- e) 实施过程中减少材料和能源消耗，降低建造过程废水、废气、噪声、固体废弃物、粉尘等污染物和碳排放量，防治环境污染和生态破坏的措施，以及投资估算。

6.3.5.3 服务主体应对项目环境保护计划的实施进行管理，并应符合下列规定：

- a) 应为实施、控制和改进项目环境保护计划提供必要的资源；
- b) 应进行环境保护的培训；
- c) 应对项目环境保护管理计划的执行进行监视和测量，动态识别潜在的环境因素和紧急情况，采取措施，预防和减少对环境产生的影响；
- d) 落实环境保护主管部门对施工阶段的环保要求，以及施工过程中的环境保护措施；对施工现场的环境进行有效控制，建立良好的作业环境。

6.3.5.4 服务主体应制定项目环境巡视检查和定期检查制度，对影响环境的因素应采取措施，记录并保存检查结果。

6.3.5.5 服务主体应建立环境管理不符合状况的处置和调查程序，明确有关职责和权限，实施纠正措施。

## 6.4 服务应用

### 6.4.1 质量履约

服务主体应保持并不断提高建筑装饰工程服务质量，强化建筑装饰工程质量履约能力，应达到：

- 实现分部分项工程一次交验合格率100%；
- 实现质量履约率100%，不发生重大事故投诉；
- 建筑装饰工程项目获得工程类、质量奖奖项。

### 6.4.2 数字化应用

服务主体应在建筑装饰工程服务提供过程中应加强数字化技术的应用，提高建筑装饰工程的施工质量和效率，应达到：

- 应用业财税一体化线上平台；
- 推广智慧工地或智能建造；
- 建筑装饰工程建设宜在项目设计阶段、加工阶段、施工阶段、验收阶段全过程应用BIM 技术和信息化、数字化辅助工具，提高工程效率；
- 建筑装饰工程项目获得国家级、行业级数字化应用奖项。

## 6.5 服务绩效

### 6.5.1 核心技术

服务主体应建立健全科技创新和创优核心技术体系，并将科技创优、科研项目、专业人员作为证实工程服务水平的重要绩效指标，能够提供满足业主、最终消费者需求和期望的服务，应达到：

1. 建筑装饰工程项目技术获得国家级、省部级科学技术奖；
2. 建筑装饰工程项目技术获得国家级、省部级科研项目课题；
3. 建筑装饰工程项目管理人员中一级注册建造师占管理人员比例达到10%并且注册执业资格占比达到20%。

## 6.5.2 满意度

服务主体策划并实施客户满意测评，应满足以下要求：

- 正确使用客户满意度和客户满意率的测评工具和方法，设定科学的测评指标；
- 通过量化服务质量，准确了解服务团队的优势和不足，从而针对性改进；
- 客户满意度达到或超过85分，保持客户满意率的持续稳定。

## 6.5.3 服务响应

6.5.3.1 服务主体应制定涉及服务响应的实施步骤。

6.5.3.2 服务主体应在服务提供过程中通过以上实施步骤，进行分析和调整策略，以提高服务响应的效果和效率，并建立客户管理体系及案例库，帮助后续快速处理常见问题，提高服务效率。

## 6.5.4 财务绩效

服务主体应证实其实力能够为客户提供全生命周期服务，至少在营业收入、利润总额等指标上保持较高水平。

# 7 服务质量控制与改进

## 7.1 绩效评价体系

服务主体应建立绩效评价体系，对服务提供进行监测、分析和整改。应策划并实施：

- 制定基于绩效评价的客户满意度和客户满意率的测评工具和方法，策划并定期审查与调整；
- 对服务提供过程进行监测，指定关键绩效指标；
- 对服务的提供开展评价结果的反馈，促进绩效改进。

## 7.2 监测、分析与改进

7.2.1 服务主体应策划并实施建筑装饰工程服务指标测评，并根据测评结果制定并实施改进措施。测评的方法见附录 B。

7.2.2 服务主体将持续改进作为增强满足服务能力的关键活动。改进的方式包括重大突破式改进和日常渐进式改进，如新标准、新工艺、新技术的开发与应用，技术革新技术改造、管理模式创新等。

7.2.3 服务主体应主持重大突破式改进工作。通过宣传、教育、激励奖惩机制、竞聘机制等多种形式提高员工的创新意识，营造激励改进的氛围和环境。

7.2.4 服务主体识别和使用适宜的改进方法和工具，适当引入 GB/T 19004、GB/T 19580 等标准要求，以持续服务绩效。

7.2.5 服务主体应对客户提出的意见（包括投诉）及时处理，对客户不满意的结果或倾向及时进行纠正，并防止重复发生，以增强客户满意。

## 8 服务认证评价

### 8.1 适用的服务认证模式

8.1.1 服务认证模式应从 GB/T 27207-2020 中 5.5 章节选择。

8.1.2 针对建筑装饰工程服务及管理的特征，选择适用于其服务特性测评和管理审核活动的服务认证模式：

- a) 公开的服务特性检验，简称模式 A；
- b) 公开的服务特性检测，简称模式 C；
- c) 顾客调查（功能感知），简称模式 E；
- d) 服务管理审核，简称模式 I。

8.1.3 建筑装饰工程服务认证方案中应给出适用的服务认证模式。

### 8.2 服务认证模式选用及其组合

8.2.1 应根据建筑装饰工程服务过程和能力，以及认证周期及不同认证阶段，给出认证模式。

8.2.2 建筑装饰工程服务认证模式，应按照下列规则进行选用和组合：

- a) 初次认证：模式 A+模式 C+模式 E+模式 I；
- b) 再认证：模式 A+模式 C+模式 I；
- c) 保持认证（监督评价）：模式 A+模式 I。

### 8.3 服务认证结果

#### 8.3.1 服务认证维度

8.3.1.1 服务认证维度包括管理成熟度和服务特性指标：

- a) 管理成熟度评价应符合附录 A 的要求；
- b) 服务特性指标应符合附录 B 的要求。

8.3.1.2 将附录 B 服务指标测评基础分乘以体验否决系数 E，得出最终服务特性指标测评分。其中，体验否决系数  $E = \{0, 1\}$ ，当服务过程发生下列任一情况时  $E=0$ ，否则  $E=1$ ：

- a) 未依法取得相关行政许可文件或相关行政许可文件超过有效期限；
- b) 评价期间，发生工程质量、安全环保等重大事故，舆论影响恶劣。

#### 8.3.2 服务认证结论

建筑装饰工程服务服务认证结论分为：

- a) 通过，管理成熟度综合得分达到 900 分及以上，且服务特性指标测评达到 90 分及以上；
- b) 不通过，管理成熟度得分低于 900 分，或服务特性指标测评低于 90 分。

## 附录 A

### (规范性)

#### 管理成熟度评价方法

##### A.1 管理成熟度评价方法

采用服务认证审查员打分法，根据成熟度（见表A.1）对各个指标项进行打分评价。

表A.1 管理成熟度评分系统

成熟程度	描述
0%~9%	完全不符合指标要求。 该指标结果显示持续削弱的趋势。 在多数方面被证实低于行业一般水平
10%~59%	在该指标要求重要的大多数方面，当前结果符合指标的基本要求。 没有不良趋势和不良结果。 在多数方面被证实处于行业一般水平。
60%~89%	在该指标要求重要的大多数方面，当前结果达到较高的水平。 在多数方面被证实处于行业较为领先到优秀的水平。
90%~100%	在该指标要求重要的大多数方面，当前结果达到高的水平。 在多数方面被证实处于行业领导地位和标杆水准。

##### A.2 评价内容

A.2.1 各章节的成熟度分数乘以分值（见表A.2）的总和为管理成熟度的综合得分。

A.2.2 按综合得分管理成熟度分为三个等级：

- 900分及以上，有很高的管理成熟度，具有先进性；
- 600分~900分，有较高的管理成熟度，具有一定的先进性；
- 600分以下，管理成熟度不高，不具备先进性。

表A.2 管理成熟度分值

序号	条款	分值
1.	4.1 资质要求	30
2.	4.2 企业文化	30
3.	4.3 管理体系	50
4.	4.4 服务能力	100
5.	5.1 服务人员	120
6.	5.2 服务环境	30
7.	5.3 服务设施	80
8.	6.1 服务订单	30
9.	6.2 服务策划	50
10.	6.3 服务提供	120
11.	6.4 服务绩效	270
12.	7.1 绩效评价体系	40
13.	7.2 监测、分析与改进	50
	总计	1000

## 附录 B

(规范性)

### 建筑装饰工程服务指标

表B.1给出了建筑装饰工程服务指标的内容。

**表 B.1 建筑装饰工程服务指标**

序号	一级指标	二级指标	三级指标	权重	分值	标准条款	评价方法	
1	关键性服务指标	服务提供条件 关键性指标	服务平台	0.12	100	5.3.2	1. 拥有省部级及以上技术中心每个 30 分；（本项最高得 60 分） 2. 研发投入总额占营业收入比例保持在 4%以上得 40 分，保持在 3%-4%之间得 30 分； 3. 拥有省部级及以上建筑装饰相关产业化基地每个 20 分；（本项最高得 40 分） 4. 通过高新技术企业认定得 10 分； 以上累计得分不超过 100 分。	
2			核心技术	0.12	100	6.5.1	1. 近三年建筑装饰相关省部级科学技术奖（或相当国家级行业协会科技奖）及以上科技奖项平均每年不少于 5 项，每项得分 5 分；（本项最高得 50 分） 2. 参与近三年建筑装饰相关省部级及以上研发项目课题 2 项及以上，得 30 分； 3. 人才队伍中一级注册建造师占管理人员比例达到 10% 并且注册执业资格占比达到 20%，得 20 分。 以上累计得分不超过 100 分。	
3			服务提供过程 关键性指标	质量履约	0.09	100	6.4.1	1. 分部分项工程一次交验合格率 100%，得 30 分； 2. 质量履约率 100%，不发生重大事故投诉，得 30 分； 3. 近三年获得鲁班奖或国家优质工程奖每 1 项得 5 分； 4. 近三年获得全国装饰奖及省部级质量奖项 30 个以上，得 30 分； 以上累计得分不超过 100 分。
4				满意度	0.09	100	6.5.2	1. 具备客户满意度测评体系，客户满意度综合得分不低于 80 分得 40 分，综合得分不低于 85 分得 50 分，每提高 1 分得 2 分； 2. 对客户提出的服务要求

							有专属部门和统一的服务电话；服务期内服务要求有效处理率达到 100%，得 30 分； 3. 近三年客户满意度保持持续增长，得 20 分。 以上得分累计不超过 100 分。
5			数字化应用	0.09	100	6.4.2	1. 应用业财税一体化线上平台，得 20 分； 2. 在建筑装饰工程中推广智慧工地或智能建造，得 30 分； 3. BIM 技术在建筑装饰工程中的应用包含设计阶段、加工阶段、施工阶段、验收阶段的项目 30 个及以上，得 20 分； 4. 近三年获得国家或行业 BIM 应用奖项，不少于 50 项，得 30 分； 以上得分累计不超过 100 分。
6			绿色环保	0.09	100	6.3.5	1. 近三年承接项目中装配式装修工程面积占比不低于 30%，且装配率（部品部件标准化率）达到 50% 以上，得 40 分； 2. 装饰工程中绿色建材认证产品使用比例不低于 50%，且装配式部品中使用可循环材料，得 30 分； 3. 进行施工现场建筑装饰垃圾废弃物分类，回收率不低于 70%，得 30 分。 以上得分累计不超过 100 分。
7	一般性服务指标	服务主体要求一般性指标	资质要求	0.04	100	4.1	1. 近三年获评国家级行业协会信用等级 AAA 级或上海市施工行业诚信企业称号； 2. 近三年获得中国人民银行或五大国有银行 AAA 信用评级； 3. 近三年获得国家税务局 A 信用评级； 以上三项具备两项，得 100 分。
8			管理体系	0.05	100	4.3	1. 建立了企业各业务流程和管理层级的一体化全面管理体系，得 20 分； 2. 建立了管理体系和内部控制程序，得 10 分； 3. 建立了全面风险管理体系，得 10 分； 4. 建立了质量管理体系并获得相应资质认证，得 20 分； 5. 建立了职业健康与环境管理体系，得 20 分；

							6. 建立了两化融合管理体系并获得 AAA 及以上认证, 得 20 分; 以上得分累计不超过 100 分。
9		服务能力	0.05	100	4.4		1. 建立完善的供应商、分包商管理体系, 得 60 分; 2. 基层材料集中采购比例超过 50%, 得 40 分。 以上累计得分不超过 100 分。
10	服务提供条件 一般性指标	行为规范	0.03	100	5.1.2		1. 有明确的行为规范, 按规范的内容是否满足标准要求计分, 最高 20 分; 2. 行为规范得到有效使用, 最高 30 分; 3. 近一年未发现严重违规的行为, 符合行为规范要求的人员占比不低于 90% 以上, 最高 50 分; 以上累计得分不超过 100 分。
11		企业识别系统	0.03	100	5.2.2		1. 建立基于企业文化的装饰企业识别系统, 得 50 分; 2. 在各类服务场所和环境得到系统有效的使用, 得 50 分。 以上累计得分不超过 100 分。
12	服务提供过程 一般性指标	服务响应	0.05	100	6.5.3		1. 服务主体制定服务响应的基本准则, 得 40 分; 2. 服务主体满足合同约定或与客户商定的服务响应要求, 得 50 分; 3. 服务获得客户书面嘉奖、表彰, 每个得 5 分; 以上得分累计不超过 100 分。
13		财务绩效	0.05	100	6.5.4		1. 近三年营收累计完成达到 300 亿元, 得 50 分; 2. 近三年利润总额累计完成达到 5 亿元, 得 50 分。 以上累计得分不超过 100 分。

### 参考标准

- [1] GB/T 19004 质量管理 组织的质量 实现持续成功指南
  - [2] GB/T 19580 卓越绩效评价准则
  - [3] GB/T 27207 合格评定 服务认证模式选择与应用导则
  - [4] GB 50210 建筑装饰装修工程质量验收标准
-