

SB

中华人民共和国国内贸易行业标准

SB/T 11087—XXXX
代替 SB/T 11087-2014

购物中心等级划分与评定

Grade classification and assessment of shopping center

(点击此处添加与国际标准一致性程度的标识)

(征求意见稿)

XXXX—XX—XX 发布

XXXX—XX—XX 实施

发布

目 次

前 言	II
1 范围	1
2 规范性引用文件	1
3 术语和定义	1
4 购物中心主要类型、定位及标准	2
5 等级划分	3
6 等级评定方法、机构及企业条件	3
7 等级评定细则	4
参 考 文 献	35
表 1 购物中心主要类型、定位及标准	3
表 2 全类型购物中心 3A 和 4A 级等级评定指标及分值	5
表 3 都市型 5A 级购物中心评定指标及分值	10
表 4 区域型 5A 级购物中心评定指标及分值	13
表 5 社区型 5A 级购物中心评定指标及分值	17
表 6 便民型 5A 级购物中心评定指标及分值	20
表 7 主题型 5A 级购物中心评定指标及分值	23
表 8 奥特莱斯型 5A 级购物中心评定指标及分值	27
表 9 文旅型 5A 级购物中心评定指标及分值	30

前 言

本文件按照GB/T 1.1-2020给出的规则起草。

本文件代替SB/T 11087-2014《购物中心等级划分规范》，与SB/T 11087-2014相比，除结构调整和编辑性修改外，主要技术变化如下：

- 文件更名为“购物中心等级划分与评定”；
- 修改了标题和范围；
- 修改和增加了规范性引用文件的版本时间和内容；
- 增加了便民型、主题型、奥特莱斯型和文旅型购物中心术语、类型；
- 增加了表1购物中心七个主要类型、定位及划分标准等内容；
- 将“宝鼎级”、“金鼎级”购物中心调整合并为“3A级”、“4A级”和“5A级”购物中心；
- 增加了“专家咨询法（Delphi法）”的计分方法；
- 调整和增加了七个类型购物中心等级评定指标及分值附表。

本文件由全国连锁经营标准化技术委员会（SAC/TC·439）归口。

本文件起草单位：中国连锁经营协会、珠海万达商业管理集团股份有限公司、新城商业管理集团有限公司、华润万象生活有限公司、印力商用置业有限公司、龙湖集团控股有限公司、天虹数科商业股份有限公司、上海百联集团股份有限公司、北京睿意德商业股份有限公司、和桥邦睿商业顾问（北京）有限公司、盈石企业管理（北京）有限公司。

本文件主要起草人：武瑞玲、马荣誉、肖广瑞、王志彬、刘政、喻霖康、田向阳、丁力业、陆杨、程晓洁、平岩、何丽玲、励佳、周长青、周雷亚、李晨晨、杨春秀、石先翠。

本文件及其所代替文件的历次发布情况为：

- 2014年首次发布为SB/T 11087-2014；
- 本次为第一次修订。

购物中心等级划分与评定

1 范围

本文件规定了购物中心主要类型、购物中心等级划分与评定原则及细则。
本文件适用于在中华人民共和国境内开展经营各类购物中心。

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 18106-2021 零售业态分类
GB/T 18883-2021 室内空气质量标准
GB-50763-2021 无障碍设计规范
JGJ 26-2018 严寒和寒冷地区居住建筑节能设计标准
JGJ 48-2014 商店建筑设计规范
M 2015 市场营销：原理与实践（第16版）
M 2005 ICSC's Dictionary of Shopping Center Terms

3 术语和定义

下列术语和定义适用于本文件。

3.1

购物中心 shopping center

由不同类型的零售、餐饮、休闲娱乐及提供其他服务的商铺按照统一规划，在一个相对固定的建筑空间或区域内统一运营。

3.1.1

都市型购物中心 urban shopping center

以满足顾客中高端和时尚购物需求，配套餐饮、休闲娱乐、商务社交等多元化服务。

3.1.2

区域型购物中心 regional shopping center

满足不同收入水平顾客的一站式消费需求，购物、餐饮、休闲和服务功能齐备，所提供的产品和服务种类丰富。

3.1.3

社区型购物中心 community shopping center

与多个居民区相连接，以满足周边居民日常生活所需为主，配备必要的餐饮和休闲娱乐设施。

3.1.4

便民型购物中心 neighborhood shopping center

在居民区内部，主力店通常设置为生鲜超市或生活超市，满足消费者日常生活必需品、家庭生活服务等基本消费需求。

3.1.5

奥特莱斯型购物中心 outlet shopping center

国内简称：奥莱，通常以（国内外）品牌生产商或经销商开设的零售商店为主体，以销售打折商品为特色。

3.1.6

主题型购物中心 theme shopping center

具有统一的主题，主题既适用于建筑风格，也适用于零售商品，建筑风格、商品体现了统一主题；主体消费者为游客，位于市区或市区边界，多由老旧历史建筑或厂房建筑改造而来。

3.1.7

文旅型购物中心 culture and tourism shopping center

突出文化娱乐和休闲服务功能，满足消费者文化、休闲娱乐和郊区微度假消费需求，提供商品零售和文娱设施，配备必要的餐饮服务。

3.2

品牌 brand

通常使用一个名词、名称、符号、设计，或是它们的组合作为代表，用于识别和区分制造方或售卖方提供的商品或服务。

3.2.1

国际知名品牌 International brand

指在国际市场上知名度、美誉度较高，产品辐射全球的品牌。

3.2.2

国内连锁品牌 domestic chain brand

指国内知名度较高、销售范围辐射国内大部分地区，且在全国范围内连锁经营的商品或服务。

3.2.3

地区连锁品牌 regional chain brand

受产品特性、地理条件及某些文化特性影响，在一定地理区域范围内连锁经营的商品或服务。

3.3

首店 the first store

指在行业内，具有代表性、知名的品牌在某一区域开业的第一家门店；或指传统老店通过改造、创新和升级，在经营模式、业态调整和形象升级等方面进行首次具有历史性、创造性改变后而新开的门店。

4 购物中心主要类型、定位及标准

表1为购物中心主要类型、定位及标准。

表1 购物中心主要类型、定位及标准

序号	维度	主要类型	地理区位	服务半径	体量规模 (不含停车场)	建筑形态
1	按照辐射范围维度	都市型购物中心	位于城市的核心商圈或中央商务区；	全城/跨城市	不包含停车场的建筑面积通常在 50000 m ² 以上；	以封闭式独立建筑体和商业街区为主；
2		区域型购物中心	位于非核心商圈或城市新区；	≥5km	不包含停车场的建筑面积通常在 50000 m ² 以上；	
3		社区型购物中心	与有多个居民区相连接；	≤3km	不包含停车场的建筑面积通常在 10000-50000 m ² 之间；	
4		奥特莱斯型购物中心	位于交通便利或远离城市中心的交通主干道旁，或旅游风景区附近；	全城/跨城市	不包含停车场的建筑面积通常在 50000 m ² 以上；	街区型或封闭型独立建筑体，以街区型为主；
5	按照服务内容维度	便民型购物中心	位于居民聚居区内部；	步行 15 分钟可达距离范围	不包含停车场的建筑面积通常在 ≤10000 m ² ；	以封闭式独立建筑体和商业街区为主；
6		主题型购物中心	位于城市中心或周边，或郊区，交通便利；	全城/跨城市	小体量：不包含停车场的建筑面积通常在 50000 m ² 以内； 大体量：不包含停车场的建筑面积通常在 50000 m ² 以上；	以封闭式独立建筑体和开放式商业街区为主；
7		文旅型购物中心	多位于城市或郊区的景区、小镇，紧邻交通主干道或城市交通节点；	全城/跨城市	城市文旅型购物中心：建筑面积小于 50000 m ² ； 景区文旅型购物中心：建筑面积大于 50000 m ² ； 小镇文旅型购物中心：建筑面积大于 50000 m ² ；	街区型、封闭式、半开放式商业街区为主。

5 等级划分

5.1 等级划分原则

5.1.1 购物中心等级划分为 3A 级、4A 级和 5A 级。

5.1.2 5A 级购物中心按照辐射范围维度和服务内容维度划分为都市型、区域型、社区型、奥特莱斯型、便民型、主题型和文旅型七大类。

5.2 等级划分依据

购物中心等级划分以商业经营管理、设施与服务、安全与保障、数字化管理和社会责任五大维度为依据。评定指标按经营管理、创新引领、商业内容、消费环境、服务品质、安全保障、信息智能和企业责任等项目进行划分。

6 等级评定方法与条件

6.1 等级评定采用企业自愿申报、分级评定的方法。

6.2 连续经营一年（含）以上，建筑面积大于 30000 m²（含）以上的购物中心均可申报。

6.3 2 年内出现重大火灾、安全等事故的购物中心，不得参与申报及评定。

6.4 经评定获得 3A 和 4A 级的购物中心可向相关评定机构申请参评 5A 级购物中心。

6.5 5A 级购物中心由相关评定机构根据 7.2 进行评定。

6.6 参与 3A、4A 级和 5A 级购物中心的评定名单，要求在相关评定机构网站或指定的相关网站、公众号等媒体向社会公示，公示期不少于 20 个工作日。

7 等级评定细则

7.1 3A 和 4A 级购物中心划分及评定细则

7.1.1 评定方法

7.1.1.1 满分：100 分。

7.1.1.2 记分方法：定性指标计分方法，即评定获得优，该项记为满分；良、中适当给分，总得分为各项三级指标得分总和。

7.1.1.3 采用专家咨询法（Delphi 法）确定评价指标的权重值，专家根据该项指标对购物中心项目影响程度大小及其实施难易程度确定分值。

7.1.1.4 总得分超过 80 分（含）入选 3A 级购物中心候选名单，超过 95 分（含）入选 4A 级购物中心候选名单。

7.1.2 评定要求

全类型购物中心 3A 和 4A 级等级评定指标及分值见附表 2。

7.2 5A 级购物中心划分及评定细则

7.2.1 评定方法

7.2.1.1 5A 级购物中心在 4A 级购物中心的基础上产生。

7.2.1.2 满分：100 分。

7.2.1.3 记分方法：定性指标计分方法，即评定获得优，该项记为满分；良、中适当给分，总得分为各项三级指标得分总和。

7.2.1.4 采用专家咨询法（Delphi 法）确定评价指标的权重值，专家根据该项指标对购物中心项目影响程度大小及其实施难易程度确定分值。

7.2.1.5 总得分超过 96 分（含）入选 5A 级购物中心候选名单。

7.2.2 评定要求

7.2.2.1 都市型 5A 级购物中心等级评定指标及分值见附表 3。

7.2.2.2 区域型 5A 级购物中心等级评定指标及分值见附表 4。

7.2.2.3 社区型 5A 级购物中心等级评定指标及分值见附表 5。

7.2.2.4 便民型 5A 级购物中心等级评定指标及分值见附表 6。

7.2.2.5 主题型 5A 级购物中心等级评定指标及分值见附表 7。

7.2.2.6 奥特莱斯型 5A 级购物中心等级评定指标及分值见附表 8。

7.2.2.7 文旅型 5A 级购物中心等级评定指标及分值见附表 9。

表2 全类型购物中心 3A 和 4A 级等级评定指标及分值

一级指标	二级指标	三级指标	分值	优	良	中
业态与品牌	业态与品牌	a)具有明确的功能定位，能满足当地（区域内）消费者的消费习惯和消费需求；	10			
		b)项目所涵盖的业态组合比例符合当地（区域内）的消费等级和水平；	10			
		c)连锁品牌门店数量占比不得低于项目品牌总数的 30%；	10			
经营与管理	经营管理	a)具有统一明确的经营、财务计划；	4			
		b)具备完善的经营管理、财务管理制度，并有中长期、月度和年度指标计划；	4			
		c)具备完善的人力资源管理制度，不断提升员工的工作技能和服务水平，重视并不断提升员工满意度；	3			
		d)具备清晰的经营理念和社会责任感，在经营过程中，重视文化的建设和宣传；	3			
		e)具备举办有影响力或公益性质的市场活动的的能力；	3			
设施与服务	硬件设施	a)遵循分区明确、联系紧密、功能合理、相互助益的原则，为各个商业业态提供良好的内部场地和空间条件；	1			
		b)合理设置内外部公共空间，如外广场、屋面、卫生间、停车场等不同功能空间；	1			

一级指标	二级指标	三级指标	分值	优	良	中
		c)满足不同商业业态对建筑功能、空间、结构的要求，同时符合经营和管理的要求；	1			
		d)地处交通便利、多条公交或地铁线路直达，消费者方便前往的区域；	1			
		e)配备停车场，能基本满足顾客停车需求；	1			
		f)照明、空调等系统设计合理，光线、温度有一定舒适度，背景音乐系统设置符合购物场景，广播、提示音不影响顾客的购物情绪；	1			
		g)电梯、扶梯数量分布合理，动线结合适度，便于消费者使用；	1			
		h)店面的送货动线布局合理，商户货运便利；	1			
		i)所有公共区域空间设置合理，公共休息设施数量适度分布合理；	1			
		j)外立面招牌、广告位设计数量和规划合理，能基本满足商户要求；	1			
	商品服务	a)严格执行《中华人民共和国产品质量法》、《中华人民共和国价格法》的规定；	1			
		b)自检或第三方机构抽检商品质量合格率不低于90%；	1			

一级指标	二级指标	三级指标	分值	优	良	中
	人员服务	a) 工作人员（包括购物中心和商户的全部服务人员）基本经过服务培训，具有良好的服务意识和水平；	1			
		b) 定期对全体员工进行服务技能培训、急救知识与技能培训；	1			
	环境卫生	a) 建筑设计符合 JG/48 的规定，空气质量符合 GB/T18883 和《公共場所集中空调通风系统卫生管理办法》的要求；	1			
		b) 保持卖场空气流通，新风量在 30m ³ / (h·人) 以上；	1			
		c) 卖场内噪音控制在 60dB 以下；	1			
		d) 温度、湿度执行国家和当地政府制定的相关规定；	1			
		e) 执行《公共场所卫生管理条例》有关规定；	1			
		f) 配备专职卫生保洁人员，制定并执行保洁制度；	1			
		g) 配备专职消毒人员，按照有关制度开展消毒、测温等工作；	1			
	诚信与监督	消费者关系	a) 履行对消费者的各项服务承诺，设置公共投诉邮箱，对是否采纳、调整投诉意见进行信息公开公示；	1		
b) 定期进行消费者满意度测评，消费者满意度 80% 以上；			1			
c) 合理开展会员发展和维护等相关业务和工作；			1			

一级指标	二级指标	三级指标	分值	优	良	中
	商户关系	a) 执行《零售商供应商公平交易管理办法》，履行与商户签订的协议，具备良好的履约精神；	1			
		b) 定期进行商户满意度测评，商户满意度 80% 以上，设有公共投诉邮箱；	1			
	监管机制	a) 在工商、质检税务部门记录良好；	1			
		b) 在卫生、环保监督部门记录良好；	1			
		c) 近 3 年内无重大食品安全事故；	1			
	安全与保障	消防安全	a) 具有健全的消防安全管理制度；	1		
b) 设置专职消防管理部门，配备专业人员；			1			
c) 制定完备的消防应急预案；			1			
d) 按相关规定对全体员工定期进行消防培训和消防演练，并有详细记录；			1			
e) 3 年内无重大火灾事故；			1			
治安安全		a) 具有健全的治安管理制度；	1			
		b) 设置专职治安管理部门，配备专业人员；	1			
		c) 制定完备的突发事件处理预案；	1			
		d) 对全体员工定期进行预案演练，并有详细记录；	1			

一级指标	二级指标	三级指标	分值	优	良	中
		e) 各类必备防盗、防抢设施设备完好，安全标示明确、显眼；	1			
		f) 2年内无重大安全事故；	1			
环保与节能	制度规范	a) 制定有水、电、气等主要能源消耗节能环保目标，有制度、措施保障，按目标实施；	1			
		b) 设置相应的管理部门，配备专职管理人员；	1			
	环保措施	a) 具备完善的节能降耗操作规范，以及相关技术的设施设备；	2			
		b) 定期对空调、照明、供热等进行检查、测试和维护，根据不同季节、时段的不同温度、光度等条件，对相应的设备、设施进行合理调整，符合人体舒适度；	2			
	环保宣传	a) 定期对员工进行环保、节能相关知识培训，提高员工的环保意识和技能；	1			
	信息与智能	智慧运营	a) 配备智能设备和数字化运营系统；	2		
b) 搭建线上平台，实现线上线下融合、店配宅配融合；			1			
信息化管理		a) 制定有信息类提升预算或投入，不断提升信息化管理水平；	2			
		b) 配备价格管理系统，提供真实、有效的商品价格等信息。	1			

表3 都市型 5A 级购物中心评定指标及分值

一级指标	二级指标	三级指标	分值	优	良	中
经营与管理	业态与品类	a)覆盖业态和品类齐全；	4			
		b)国际品牌个数占总品牌数量比例 $\geq 30\%$ ；	4			
		c)国内连锁品牌个数占总品牌数量比例 $\geq 60\%$ ；	4			
		d)“城市首店”个数占总品牌数量比例 $\geq 5\%$ ；	4			
	商业经营	a)总商业建筑面积 $\geq 100000\text{ m}^2$ ；	4			
		b)整体空置率 $\leq 3\%$ （面积比例）；	5			
		c)全年销售额 ≥ 15 亿元；	5			
		d)租金平效相较上一年度递增 $\geq 5\%$ ；	5			
		e)日均客流 ≥ 30000 人次；	5			
	服务与设施	服务品质	a)具备完善的会员制度、完整的客户管理部门和客户信息系统，能够实现日常的客户服务、投诉等；	2		
b)具有完善VIP贵宾制度，提供积分、优惠等客户增值计划服务；			2			
c)每年执行消费者满意度定量调研，且消费者满意度在90%以上；			2			
d)维护公平交易、合作秩序，商户满意度90%以上，设有商户公共投诉邮箱；			2			
e)维护和保障员工合法权益，员工满意度85%以上；			2			

一级指标	二级指标	三级指标	分值	优	良	中
		f) 每年设有员工集中服务培训，培训频次为 1-2 次/年；	2			
		g) 设有 1 个总服务台或 1 个以上的分服务台或咨询处；	2			
	硬件设施	a) 配有清晰、完整和系统的标识体系；有明显的平面导视图，以及最新的商户信息内容、导视指引等；	2			
		b) 每 100 m ² 建筑面积配备停车位 ≥1 个；	2			
		c) 公共通道每 60-80m 行走距离内有一组电梯（包含自动手扶电梯、垂直电梯、坡道电梯等，不包含消防电梯及楼梯）；	2			
		d) 每 5000 m ² 建筑面积，或每辐射范围 80m 设一组洗手间，每组蹲位数量 15 个，每层至少一组，包括无障碍洗手间（首层除外）；	2			
		e) 设置至少一组亲子卫生间，母婴室应在儿童业态较多的楼层和餐饮为主的楼层设置不少于 2 处；	2			
		f) 符合《GB-50763-2021 无障碍设计规范》中关于商业服务建筑的规定和要求；	2			
		g) 采用较高级建筑材料装修地面、墙面和天花，色调柔和，照明度良好。有良好的通风及空调系统，温湿度适宜；	2			

一级指标	二级指标	三级指标	分值	优	良	中
安全与保障	产品安全	a)严格执行《中华人民共和国产品质量法》、《中华人民共和国价格法》的规定，所有商户抽检商品质量合格率不得低于 90%；	2			
		b)近 3 年内无重大食品安全事故；	2			
	消防安全	a)消防制度健全，消防设备完好；对员工进行定期培训和演练；有完备的消防预案；4 年内无火灾事故；	2			
	治安安全	a)治安管理部门健全，安全防范制度完善；突发事件有应急预案；连续 3 年内无安全事故；	2			
		b)治安事件总计次数/全年天数 $\times 100\% \leq 99\%$ ；	2			
	数字化管理	智慧运营	a)具备完善的信息化管理系统对客流、销售、设备设施运行状况进行统计及监测，实现智能化管理；	2		
b)具备数字化商业平台，能够融合数字经济与实体项目，打通线上与线下，提供多业态深度融合体验；			2			
智慧服务		a)具有完善的会员管理系统，对会员提供智能购物推荐、会员身份识别、消费自助积分等；	2			

一级指标	二级指标	三级指标	分值	优	良	中
		b)具备智能停车、寻车系统，实现线上缴费离场和会员绑定免费停车；具备智能触控导视系统，实现室内定位导航；	2			
	信息服务	a)具备官方网站、短信、微博、微信公众号等渠道使用，能够实现购物中心信息展示和查询；	2			
社会责任	环保措施	a)购物中心建筑节能设计标准符合并严格按 JGJ26 标准；	2			
		b)具备明确的节能操作规范，包括电、暖、气、水等常规能源的规范，同时也包括光、热、声等规范；	2			
	绿色建筑	a)整体建筑节能环保绿色，获得如 Leed 白金级以上等国际标准认证；	2			
	公益事业	a)近一年内举办过各类社会相关公益活动、展览等。	2			

表4 区域型 5A 级购物中心评定指标及分值

一级指标	二级指标	三级指标	分值	优	良	中
经营与管理	业态与品类	a)覆盖目前购物中心行业中所有业态，及 90%以上品类；	5			
		b)国际品牌个数占总品牌数量比例 $\geq 25\%$ ；	5			
		c)国内连锁品牌个数占总品牌数量比例 $\geq 65\%$ ；	4			
		d)“品牌首店”个数占总品牌数量比例 $\geq 2\%$ ；	5			

一级指标	二级指标	三级指标	分值	优	良	中
	商业经营	a)整体空置率 \leq 5%（面积比例）；	5			
		b)全年销售额 \geq 10亿元；	5			
		c)连续三年每年租金平效递增 \geq 5%；	5			
		d)日均客流 \geq 20000人次；	5			
服务与设施	服务品质	a)具备完善的会员制度、完整的客户管理部门和客户信息系统，能够实现现日常的客户服务、投诉等；	2			
		b)具有完善VIP贵宾制度，提供积分、优惠等客户增值计划服务；	2			
		c)每年执行消费者满意度定量调研，且消费者满意度在90%以上；	2			
		d)维护公平交易、合作秩序，商户满意度90%以上，设有商户公共投诉邮箱；	2			
		e)维护和保障员工合法权益，员工满意度85%以上；	2			
		f)每年设有员工集中服务培训，培训频次为1-2次/年；	2			
		g)设有1个总服务台，或1个以上的分服务台或咨询处；	2			
		硬件设施	a)配有清晰、完整和系统的标识体系；有明显的平面导视图，以及最新的商户信息内容、导视指引等；	2		
	b)每100 m ² 建筑面积配备停车位 \geq 1个；		2			

一级指标	二级指标	三级指标	分值	优	良	中
		c)公共通道每 60-80m 行走距离内有一组电梯（包含自动手扶电梯、垂直电梯、坡道电梯等，不包含消防电梯及楼梯）；	2			
		d)每 5000 m ² 建筑面积，或每辐射范围 80m 设一组洗手间，每组蹲位数量 12 个，每层至少一组，包括无障碍洗手间（首层除外）；	2			
		e)设置至少一组亲子卫生间，母婴室应在儿童业态较多的楼层和餐饮为主的楼层设置不少于 1 处；	2			
		f)符合《GB-50763-2021 无障碍设计规范》中关于商业服务建筑的规定和要求；	2			
		g)采用较高级建筑材料装修地面、墙面和天花，色调柔和，照明度良好。有良好的通风及空调系统，温湿度适宜；	2			
安全与保障	产品安全	a)严格执行《中华人民共和国产品质量法》、《中华人民共和国产品价格法》的规定，所有商户抽检商品质量合格率不得低于 90%；	2			
		b)近 3 年内无重大食品安全事故；	2			
	消防安全	a)消防制度健全，消防设备完好；对员工进行定期培训和演练；有完备的消防预案；4 年内无火灾事故；	2			

一级指标	二级指标	三级指标	分值	优	良	中
	治安安全	a) 治安管理部门健全，安全防范制度完善；突发事件有应急预案；连续3年内无安全事故；	2			
		b) 治安事件总计次数/全年天数×100%≤99%；	2			
数字化管理	智慧运营	a) 具备完善的信息化管理系统对客流、销售、设备设施运行状况进行统计及监测，实现智能化管理；	2			
		b) 具备数字化商业平台，能够融合数字经济与实体项目，打通线上与线下，提供多业态深度融合体验；	2			
	智慧服务	a) 具有完善的会员管理系统，对会员提供智能购物推荐、会员身份识别、消费自助积分等；	2			
		b) 具备智能停车、寻车系统，实现线上缴费离场和会员绑定免费停车；具备智能触控导视系统，实现室内定位导航；	2			
信息服务	a) 具备官方网站、短信、微博、微信公众号等渠道使用，能够实现购物中心信息展示和查询；	2				
社会责任	环保措施	a) 购物中心建筑节能设计标准符合并严格按 JGJ26 标准；	2			
		b) 具备明确的节能操作规范，包括电、暖、气、水等常规能源的规范，同时也包括光、热、声等规范；	2			
	绿色建筑	a) 整体建筑节能环保绿色，获得国内外标准认证；	2			

一级指标	二级指标	三级指标	分值	优	良	中
	公益事业	a)近两年内举办过各类社会相关公益活动、展览等。	2			

表5 社区型 5A 级购物中心评定指标及分值

一级指标	二级指标	三级指标	分值	优	良	中
经营与管理	业态与品类	a)覆盖目前购物中心行业中 70% 以上的业态，突出服务、配套和儿童业态占比，品类丰富；	6			
		b)国际品牌个数占总品牌数量比例 $\geq 10\%$ ；	6			
		c)国内连锁品牌个数占总品牌数量比例 $\geq 60\%$ ；	6			
	商业经营	a)整体空置率 $\leq 5\%$ （面积比例）；	6			
		b)全年销售额 ≥ 5 亿元；	6			
		连续三年每年租金坪效递增 $\geq 5\%$ ；	6			
		c)日均客流 ≥ 10000 人次；	6			
服务与设施	服务品质	a)具备完善的会员制度、完善的客户管理部门和客户信息系统，能够实现日常的客户服务、投诉等；	2			
		b)具有完善 VIP 贵宾制度，提供积分、优惠等客户增值计划服务；	2			
		c)每年执行消费者满意度定量调研，且消费者满意度在 90%以上；	2			
		d)维护公平交易、合作秩序，商户满意度 90%以上，设有商户公共投诉邮箱；	2			

一级指标	二级指标	三级指标	分值	优	良	中
		e) 维护和保障员工合法权益，员工满意度 85%以上；	2			
		f) 每年设有员工集中服务培训，培训频次为 1 次/年；	2			
		g) 设有 1 个总服务台，或 1 个以上的分服务台或咨询处；	2			
	硬件设施	a) 配有清晰、完整和系统的标识体系；有明显的平面导视图，以及最新的商户信息内容、导视指引等；	2			
		b) 每 100 m ² 建筑面积配备停车位 ≥1 个；	2			
		c) 公共通道每 60-80m 行走距离内有一组电梯（包含自动手扶电梯、垂直电梯、坡道电梯等，不包含消防电梯及楼梯）；	2			
		d) 每 4000 m ² 建筑面积，或每辐射范围 60m 设一组洗手间，每组蹲位数量 10 个，每层至少一组，包括无障碍洗手间（首层除外）；	2			
		e) 设置至少一组亲子卫生间，母婴室应在儿童业态较多的楼层和餐饮为主的楼层设置不少于 1 处；	2			
		f) 符合《GB-50763-2021 无障碍设计规范》中关于商业服务建筑的规定和要求；	2			
		g) 采用较高级建筑材料装修地面、墙面和天花，色调柔和，照明度良好。有良好的通风及空调系统，温湿度适宜；	2			

一级指标	二级指标	三级指标	分值	优	良	中
安全与保障	产品安全	a)严格执行《中华人民共和国产品质量法》、《中华人民共和国产品价格法》的规定，所有商户抽检商品质量合格率不得低于90%；	3			
		b)近3年内无重大食品安全事故；	2			
	消防安全	a)消防制度健全，消防设备完好；对员工进行定期培训和演练；有完备的消防预案；4年内无火灾事故；	3			
	治安安全	a)治安管理部门健全，安全防范制度完善；有突发事件应急预案；连续3年内无安全事故；	2			
		b)治安事件总计次数/全年天数 $\times 100\% \leq 99\%$ ；	2			
	数字化管理	智慧运营	a)具备完善的信息化管理系统对客流、销售、设备设施运行状况进行统计及监测，实现智能化管理；	2		
b)具备数字化商业平台，能够融合数字经济与实体项目，打通线上与线下，提供多业态深度融合体验；			2			
智慧服务		a)具有完善的会员管理系统，对会员提供智能购物推荐、会员身份识别、消费自助积分等；	2			
		b)具备智能停车、寻车系统，实现线上缴费离场和会员绑定免费停车；具备智能触控导视系统，实现室内定位导航；	2			

一级指标	二级指标	三级指标	分值	优	良	中
	信息服务	a) 具备官方网站、短信、微博、微信公众号等渠道使用，能够实现购物中心信息展示和查询；	2			
社会责任	环保措施	a) 购物中心建筑节能设计标准符合并严格按 JGJ26 标准；	2			
		b) 具备明确的节能操作规范，包括电、暖、气、水等常规能源的规范，同时也包括光、热、声等规范；	2			
	绿色建筑	a) 整体建筑节能环保绿色，获得国内标准认证；	2			
	公益事业	a) 近三年内举办过各类社会相关公益活动、展览等。	2			

表6 便民型 5A 级购物中心评定指标及分值

一级指标	二级指标	三级指标	分值	优	良	中
经营与管理	业态与品类	a) 覆盖目前购物中心行业中 30% 以上的业态，突出生活服务和配套业态占比；	6			
		b) 国内连锁品牌个数占总品牌数量比例 $\geq 50\%$ ；	6			
	商业经营	a) 整体空置率 $\leq 5\%$ （面积比例）；	6			
		b) 全年销售额 ≥ 1 亿元；	6			
		c) 连续三年每年租金平效递增 $\geq 3\%$ ；	6			
		d) 日均客流 ≥ 6000 人次；	6			
服务与设施	服务品质	a) 具备完善的会员制度、完整的客户管理部门和客户信息系统，能够实现日常的客户服务、投诉等；	2			

一级指标	二级指标	三级指标	分值	优	良	中
		b)提供积分、优惠等客户增值计划服务；	2			
		c)每年执行消费者满意度定量调研，且消费者满意度在90%以上；	2			
		d)维护公平交易、合作秩序，商户满意度90%以上，设有商户公共投诉邮箱；	2			
		e)维护和保障员工合法权益，员工满意度85%以上；	2			
		f)每年设有员工集中服务培训，培训频次为1次/年；	2			
		g)设有1个总服务台，或1个以上的分服务台或咨询处；	2			
	硬件设施	a)配有清晰、完整和系统的标识体系；有明显的平面导视图，以及最新的商户信息内容、导视指引等；	2			
		b)每100 m ² 建筑面积配备停车位≥1个；	3			
		c)公共通道每60-80m行走距离内有一组电梯（包含自动手扶电梯、垂直电梯、坡道电梯等，不包含消防电梯及楼梯）；	3			
		d)每4000 m ² 建筑面积，或每辐射范围60m设一组洗手间，每组蹲位数量10个，每层至少一组，包括无障碍洗手间（首层除外）；	3			
		e)设置至少一组亲子卫生间，母婴室应在儿童业态较多的楼层和	2			

一级指标	二级指标	三级指标	分值	优	良	中
		餐饮为主的楼层设置不少于 1 处；				
		f)符合《GB-50763-2021 无障碍设计规范》中关于商业服务建筑的规定和要求；	2			
		g)采用较高级建筑材料装修地面、墙面和天花，色调柔和，照明度良好。有良好的通风及空调系统，温湿度适宜；	2			
安全与保障	产品安全	a)严格执行《中华人民共和国产品质量法》、《中华人民共和国产品价格法》的规定，所有商户抽检商品质量合格率不得低于 90%；	3			
		b)近 3 年内无重大食品安全事故；	3			
	消防安全	a)消防制度健全，消防设备完好；对员工进行定期培训和演练；有完备的消防预案；4 年内无火灾事故；	3			
	治安安全	a)治安管理部门健全，安全防范制度完善；有突发事件应急预案；连续 3 年内无安全事故；	3			
		b)治安事件总计次数/全年天数 $\times 100\% \leq 99\%$ ；	3			
	数字化管理	智慧运营	a)具备完善的信息化管理系统对客流、销售、设备设施运行状况进行统计及监测，实现智能化管理；	2		

一级指标	二级指标	三级指标	分值	优	良	中
	智慧服务	b)具备数字化商业平台，能够融合数字经济与实体项目，打通线上与线下，提供多业态深度融合体验；	2			
		a)具有完善的会员管理系统，对会员提供智能购物推荐、会员身份识别、消费自助积分等；	2			
	信息服务	b)具备智能停车、寻车系统，实现线上缴费离场和会员绑定免费停车；具备智能触控导视系统，实现室内定位导航；	2			
		a)具备官方网站、短信、微博、微信公众号等渠道使用，能够实现购物中心信息展示和查询；	2			
社会责任	环保措施	a)购物中心建筑节能设计标准符合并严格按 JGJ26 标准；	2			
		b)具备明确的节能操作规范，包括电、暖、气、水等常规能源的规范，同时也包括光、热、声等规范；	2			
	绿色建筑	a)整体建筑节能环保绿色，获得相关标准认证；	2			
	公益事业	a)近一年内举办过各类社会相关公益活动、展览等。	2			

表7 主题型 5A 级购物中心评定指标及分值

一级指标	二级指标	三级指标	分值	优	良	中
经营与管理	业态与品类	a)覆盖目前购物中心行业中主要业态，及 60%以上品类；	5			
		b)国际品牌个数占总品牌数量比例 $\geq 25\%$ ；	5			

一级指标	二级指标	三级指标	分值	优	良	中
		c)国内连锁品牌个数占总品牌数量比例 $\geq 60\%$;	5			
		d)“品牌首店”个数占总品牌数量比例 $\geq 2\%$;	5			
		e)主题特色品牌个数占总品牌数量比例 $\geq 5\%$;	4			
	商业经营	a)整体空置率 $\leq 5\%$ (面积比例);	5			
		b)全年销售额 ≥ 2 亿元;	5			
		c)租金平效相较上一年度递增 $\geq 5\%$;	5			
		d)日均客流 ≥ 20000 人次;	5			
	服务与设施	服务品质	a)具备完善的会员制度、完整的客户管理部门和客户信息系统,能够实现日常的客户服务、投诉等;	2		
b)具有完善VIP贵宾制度,提供积分、优惠等客户增值计划服务;			2			
c)每年执行消费者满意度定量调研,且消费者满意度在90%以上;			2			
d)维护公平交易、合作秩序,商户满意度90%以上,设有商户公共投诉邮箱;			2			
e)维护和保障员工合法权益,员工满意度85%以上;			2			
f)每年设有员工集中服务培训,培训频次为1-2次/年;			2			
g)设有1个总服务台或1个以上的分服务台或咨询处;			2			

一级指标	二级指标	三级指标	分值	优	良	中
	硬件设施	a) 配有清晰、完整和系统的标识体系；有明显的平面导视图，以及最新的商户信息内容、导视指引等；	2			
		b) 每 100 m ² 建筑面积配备停车位 ≥1 个；	2			
		c) 公共通道每 60-80m 行走距离内有一组电梯（包含自动手扶电梯、垂直电梯、坡道电梯等，不包含消防电梯及楼梯）；	2			
		d) 每 5000 m ² 建筑面积，或每辐射范围 80m 设一组洗手间，每组蹲位数量 15 个，每层至少一组，包括无障碍洗手间（首层除外）；	2			
		e) 至少一组亲子卫生间，母婴室应在儿童业态较多的楼层和餐饮为主的楼层设置最少不少于 2 处；	2			
		f) 符合《GB-50763-2021 无障碍设计规范》中关于商业服务建筑的规定和要求；	2			
		g) 采用较高级建筑材料装修地面、墙面和天花，色调柔和，照明度良好。有良好的通风及空调系统，温湿度适宜；	2			
安全与保障	产品安全	a) 严格执行《中华人民共和国产品质量法》、《中华人民共和国价格法》的规定，所有商户抽检商品质量合格率不得低于 90%；	2			

一级指标	二级指标	三级指标	分值	优	良	中
	消防安全	b)近3年内无重大食品安全事故；	2			
		a)消防制度健全，消防设备完好；对员工进行定期培训和演练；有完备的消防预案；4年内无火灾事故；	2			
	治安安全	a)治安管理部门健全，安全防范制度完善；有突发事件应急预案；连续3年内无安全事故；	2			
		b)治安事件总计次数/全年天数×100%≤99%；	2			
数字化管理	智慧运营	a)具备完善的信息化管理系统对客流、销售、设备设施运行状况进行统计及监测，实现智能化管理；	2			
		b)具备数字化商业平台，能够融合数字经济与实体项目，打通线上与线下，提供多业态深度融合体验；	2			
	智慧服务	a)具有完善的会员管理系统，对会员提供智能购物推荐、会员身份识别、消费自助积分等；	2			
		b)具备智能停车、寻车系统，实现线上缴费离场和会员绑定免费停车；具备智能触控导视系统，实现室内定位导航；	2			
信息服务	a)具备官方网站、短信、微博、微信公众号等渠道使用，能够实现购物中心信息展示和查询；	2				
社会责任	环保措施	a)购物中心建筑节能设计标准符合并严格按JGJ26标准；	2			

一级指标	二级指标	三级指标	分值	优	良	中
		b)具备明确的节能操作规范，包括电、暖、气、水等常规能源的规范，同时也包括光、热、声等规范；	2			
	绿色建筑	a)整体建筑节能环保绿色，获得如 Leed 白金级以上等国际认证；	2			
	公益事业	a)近一年内举办过各类社会相关公益活动、展览等。	2			

表8 奥特莱斯型 5A 级购物中心评定指标及分值

一级指标	二级指标	三级指标	分值	优	良	中
经营与管理	业态与品类	a)覆盖目前购物中心行业中 80% 以上的主要业态；	6			
		b)国际品牌个数占总品牌数量比例 $\geq 35\%$ ；	6			
		c)连锁品牌个数占总品牌数量比例 $\geq 60\%$ ；	6			
	商业经营	a)整体空置率 $\leq 5\%$ （面积比例）；	5			
		b)全年销售额 ≥ 10 亿元；	5			
		c)租金平效相较上一年度递增 $\geq 5\%$ ；	5			
		d)日均客流 ≥ 15000 人次；	5			
	服务与设施	服务品质	a)具备完善的会员制度、完整的客户管理部门和客户信息系统，能够实现日常的客户服务、投诉等；	2		
b)具有完善 VIP 贵宾制度，提供积分、优惠等客户增值计划服务；			2			

一级指标	二级指标	三级指标	分值	优	良	中
		c) 每年执行消费者满意度定量调研，且消费者满意度在 90%以上；	2			
		d) 维护公平交易、合作秩序，商户满意度 90%以上，设有商户公共投诉邮箱；	2			
		e) 维护和保障员工合法权益，员工满意度 85%以上；	2			
		f) 每年设有员工集中服务培训，培训频次为 1-2 次/年；	2			
		g) 设有 1 个总服务台或 1 个以上的分服务台或咨询处；	2			
	硬件设施	a) 配有清晰、完整和系统的标识体系；有明显的平面导视图，以及最新的商户信息内容、导视指引等；	2			
		b) 每 100 m ² 建筑面积配备停车位 ≥2 个；	2			
		c) 公共通道每 60-80m 行走距离内有一组电梯（包含自动手扶电梯、垂直电梯、坡道电梯等，不包含消防电梯及楼梯）；	2			
		d) 每 5000 m ² 建筑面积，或每辐射范围 80m 设一组洗手间，每组蹲位数量 15 个，每层至少一组，包括无障碍洗手间（首层除外）；	2			
		e) 至少一组亲子卫生间，母婴室应在儿童业态较多的楼层和餐饮为主的楼层设置不少于 2 处；	2			

一级指标	二级指标	三级指标	分值	优	良	中
		f)符合《GB-50763-2021 无障碍设计规范》中关于商业服务建筑的规定和要求;	2			
		g)采用较高级建筑材料装修地面、墙面和天花,色调柔和,照明度良好。有良好的通风及空调系统,温湿度适宜;	2			
	交通便捷度	a)交通便利,比邻城市主干道,附近有一条以上的城市高速、地铁和直达交通线等;	6			
安全与保障	产品安全	a)严格执行《中华人民共和国产品质量法》、《中华人民共和国产品价格法》的规定,所有商户抽检商品质量合格率不得低于90%;	2			
		b)近3年内无重大食品安全事故;	2			
	消防安全	a)消防制度健全,消防设备完好;对员工进行定期培训和演练;有完备的消防预案;4年内无火灾事故;	2			
	治安安全	a)治安管理部门健全,安全防范制度完善;突发事件有应急预案;连续3年内无安全事故;	2			
b)治安事件总计次数/全年天数 $\times 100\% \leq 99\%$;		2				
数字化管理	智慧运营	a)具备完善的信息化管理系统对客流、销售、设备设施运行状况进行统计及监测,实现智能化管理;	2			

一级指标	二级指标	三级指标	分值	优	良	中
	智慧服务	b)具备数字化商业平台，能够融合数字经济与实体项目，打通线上与线下，提供多业态深度融合体验；	2			
		a)具有完善的会员管理系统，对会员提供智能购物推荐、会员身份识别、消费自助积分等；	2			
	信息服务	b)具备智能停车、寻车系统，实现线上缴费离场和会员绑定免费停车；具备智能触控导视系统，实现室内定位导航；	2			
		a)具备官方网站、短信、微博、微信公众号等渠道使用，能够实现购物中心信息展示和查询；	2			
社会责任	环保措施	a)购物中心建筑节能设计标准符合并严格按 JGJ26 标准；	2			
		b)具备明确的节能操作规范，包括电、暖、气、水等常规能源的规范，同时也包括光、热、声等规范；	2			
	绿色建筑	a)整体建筑节能环保绿色，获得国内外标准认证；	2			
	公益事业	a)举办过各类社会相关公益活动、展览等。	2			

表9 文旅型 5A 级购物中心评定指标及分值

一级指标	二级指标	三级指标	分值	优	良	中
经营与管理	业态与品类	a)覆盖目前购物中心行业中 50% 以上的业态品类；	6			
		b)连锁品牌个数占总品牌数量比例 $\geq 60\%$ ；	5			

一级指标	二级指标	三级指标	分值	优	良	中
	商业经营	c)本地特色品牌个数占总品牌数量比例 $\geq 20\%$;	5			
		a)整体空置率 $\leq 5\%$ (面积比例);	5			
		b)全年销售额 ≥ 2 亿元;	5			
		c)租金平效相较上一年度递增 $\geq 5\%$;	5			
		d)日均客流 ≥ 10000 人次;	5			
服务与设施	服务品质	a)具备完善的会员制度、完整的客户管理部门和客户信息系统,能够实现日常的客户服务、投诉等;	2			
		b)具有完善VIP贵宾制度,提供积分、优惠等客户增值计划服务;	2			
		c)每年执行消费者满意度定量调研,且消费者满意度在90%以上;	2			
		d)维护公平交易、合作秩序,商户满意度90%以上,设有商户公共投诉邮箱;	2			
		e)维护和保障员工合法权益,员工满意度85%以上;	2			
		f)每年设有员工集中服务培训,培训频次为1-2次/年;	2			
		g)设有1个总服务台,或1个以上的分服务台或咨询处;	2			
	硬件设施	a)配有清晰、完整和系统的标识体系;有明显的平面导视图,以及最新的商户信息内容、导视指引等;	2			

一级指标	二级指标	三级指标	分值	优	良	中
		b)每 100 m ² 建筑面积配备停车位≥2 个；	4			
		c)公共通道每 60-80m 行走距离内有一组电梯（包含自动手扶电梯、垂直电梯、坡道电梯等，不包含消防电梯及楼梯）；	2			
		d)每 5000 m ² 建筑面积，或每辐射范围 80m 设一组洗手间，每组蹲位数量 15 个，每层至少一组，包括无障碍洗手间（首层除外）；	2			
		e)设置至少一组亲子卫生间，母婴室应在儿童业态较多的楼层和餐饮为主的楼层设置不少于 2 处；	2			
		f)符合《GB-50763-2021 无障碍设计规范》中关于商业服务建筑的规定和要求；	2			
		g)采用较高级建筑材料装修地面、墙面和天花，色调柔和，照明度良好。有良好的通风及空调系统，温湿度适宜；	2			
		交通便捷度	a)交通便利，比邻城市主干道，附近有一条以上的城市高速、地铁和直达交通线等；	6		
安全与保障	产品安全	a)严格执行《中华人民共和国产品质量法》、《中华人民共和国产品价格法》的规定，所有商户抽检商品质量合格率不得低于 90%；	2			
		b)近 3 年内无重大食品安全事故；	2			

一级指标	二级指标	三级指标	分值	优	良	中
	消防安全	a) 消防制度健全，消防设备完好；对员工进行定期培训和演练；有完备的消防预案；4年内无火灾事故；	2			
	治安安全	a) 治安管理部门健全，安全防范制度完善；有突发事件应急预案；连续3年内无安全事故；	2			
		b) 治安事件总计次数/全年天数 $\times 100\% \leq 99\%$ ；	2			
数字化管理	智慧运营	a) 具备完善的信息化管理系统对客流、销售、设备设施运行状况进行统计及监测，实现智能化管理；	2			
		b) 具备数字化商业平台，能够融合数字经济与实体项目，打通线上与线下，提供多业态深度融合体验；	2			
	智慧服务	a) 具有完善的会员管理系统，对会员提供智能购物推荐、会员身份识别、消费自助积分等；	2			
		b) 具备智能停车、寻车系统，实现线上缴费离场和会员绑定免费停车；具备智能触控导视系统，实现室内定位导航；	2			
	信息服务	a) 具备官方网站、短信、微博、微信公众号等渠道使用，能够实现购物中心信息展示和查询；	2			
社会责任	环保措施	a) 购物中心建筑节能设计标准符合并严格按 JGJ26 标准；	2			

一级指标	二级指标	三级指标	分值	优	良	中
		b)具备明确的节能操作规范，包括电、暖、气、水等常规能源的规范，同时也包括光、热、声等规范；	2			
	绿色建筑	a)整体建筑节能环保绿色，获得国内外标准认证；	2			
	公益事业	a)近一年内举办过各类社会相关公益活动、展览等。	2			

参 考 文 献

- [1] GB/T 18106-2021 零售业态分类.
- [2] GB/T 27916-2011 百货店等级划分及评定.
- [3] GB/T 18883-2021 室内空气质量标准.
- [4] GB-50763-2021 无障碍设计规范.
- [5] SB/T 10599-2011 购物中心建设及管理技术规范.
- [6] SB/T 10813-2012 购物中心业态组合规范.
- [7] JGJ 26-2018 严寒和寒冷地区居住建筑节能设计标准.
- [8] JGJ 48-2014 商店建筑设计规范.
- [9] 菲利普·科特勒, 加里·阿姆斯特朗. 市场营销: 原理与实践 (第16版) [M]. 北京: 中国人民大学出版社, 2015.
- [10] 中华人民共和国消费者权益保护法(中华人民共和国主席令第十一号).
- [11] 中华人民共和国劳动法(中华人民共和国主席令第二十八号).
- [12] 零售商供应商公平交易管理办法. 商务部, 2006年第17号令.
- [13] 中华人民共和国消防法(中华人民共和国主席令第六号).
- [14] 生产安全事故报告和调查处理条例(中华人民共和国国务院令493号).
- [15] 中华人民共和国传染病防治法(中华人民共和国主席令第十七号).
- [16] 机关、团体、企业、事业单位消防安全管理规定 (中华人民共和国公安部令第61号).
- [17] 企业事业单位内部治安保卫条例 (中华人民共和国国务院令421号).
- [18] 商务部办公厅等11部门关于印发《城市一刻钟便民生活圈建设指南》的通知.
- [19] 商务部等12部门关于推进城市一刻钟便民生活圈建设的意见. 商流通函 (2021年) 176号.
- [20] International Council of Shopping Centers. ICSC's Dictionary of Shopping Center Terms[M]. the United States of America by International Council of Shopping Center. 2005.