

ICS 35.240.99

L67

# 团 体 标 准

T/ISC 0001—2020

---

## 酒店在线服务质量评价与等级划分

The rating and evaluation of online service quality for hotels

2020-06-16 发布

2020-10-01 实施

---

中 国 互 联 网 协 会 发 布



## 目 次

前言 .....	III
1 范围 .....	1
2 规范性引用文件 .....	1
3 术语和定义 .....	1
4 服务体系 .....	2
5 评价内容 .....	3
5.1 基础信息 .....	3
5.2 服务能力 .....	3
5.3 经营能力 .....	3
5.4 诚信经营 .....	3
5.5 信息安全 .....	4
5.6 规章制度 .....	4
5.7 消费者评价 .....	4
6 评价指标 .....	4
7 评价方法 .....	5
7.1 方法 .....	5
7.2 分值 .....	5
7.3 评分 .....	5
8 等级划分 .....	5
附录 A（规范性附录） 酒店在线服务质量评分表 .....	7



## 前 言

本标准按照GB/T 1.1—2009给出的规则起草。

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这些专利的责任。

本标准由中国互联网协会标准工作委员会提出并归口。

本标准起草单位：北京三快在线科技有限公司、上海商学院酒店管理学院、华东师范大学旅游规划与发展研究中心、上海锐澄企业管理有限公司、上海市金澄律师事务所。

本标准起草人：郭庆、符全胜、刘巍嵩、林一丁、张俊彪、向小娟、史月阳、张腾、姜鹏、赵翠、林茜茜、刘丹。



# 酒店在线服务质量评价与等级划分

## 1 范围

本标准提出了酒店在线服务体系，规定了酒店在线服务质量的评价内容、评价指标、评价方法和等级划分等内容。

本标准适用于行业市场内的酒店电子商务平台及其在线酒店。

## 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 14308 旅游饭店星级的划分与评定

GB/T 22239 信息安全技术 网络安全等级保护基本要求

GB/T 31526 电子商务平台服务质量评价与等级划分

GB/T 35273 信息安全技术 个人信息安全规范

## 3 术语和定义

下列术语和定义适用于本文件。

### 3.1

**电子商务平台** electronic ecommerce platform

在电子商务活动中为交易双方或多方提供交易撮合及相关服务的信息网络系统总和。  
[GB/T 31526-2015，定义3.2 ]

### 3.2

**在线酒店** online hotel

通过与酒店电子商务平台建立合作关系，为消费者提供在线服务的酒店。

### 3.3

**在线服务** online services

酒店利用互联网技术，通过电子商务平台向消费者提供酒店预订、服务评价等服务。

### 3.4

**消费者** consumer

利用酒店电子商务平台购买产品与服务的组织或个人。

### 3.5

**在线服务质量** online service quality

在线酒店所提供的在线服务能够满足消费者需求的程度。

### 3.6

**拒单率 rejection rate of reservation**

当在线酒店管理后台获取到消费者所下订单后，无正当理由将订单取消，拒绝接受消费者的预订申请，此类拒单数量占总预订量的比率。

3.7

**合理拒单 reasonable Rejection**

在线酒店有正当理由，合理拒绝消费者的预订申请。

3.8

**差评维护率 poor reviewmaintenance rate**

在线酒店客服人员所完成的，针对消费者差评所进行的沟通、回应并处理消费者诉求等工作的案件数量占总差评数量的比率。

3.9

**在线预订率 online reservation rate**

在一定时期内，酒店通过在线预订的房间数量占总的可出租房间数量的比率。

3.10

**到店无房 over booking**

酒店确认了消费者预订房间的订单后，未给消费者保留该订单相应房间，导致消费者到达酒店后无法按订单约定得到酒店入住服务的行为。

4 服务体系

酒店在线服务体系构成评价的主要内容，服务体系见图 1。在线服务体系包括服务提供、规章制度和消费者评价。具体内容如下：

- a) 服务提供是为保证交易双方的交易过程顺利进行，在线酒店为交易双方的在线交易过程所提供的服务。在线服务的核心内容包括：基础信息、服务能力、经营能力、诚信经营和信息安全；
- b) 规章制度是为交易双方的安全可信交易提供各种保障，主要包括：在线服务规章与流程，以及投诉处理制度；
- c) 消费者评价是消费者对酒店电子商务平台在线酒店服务质量的满意程度，主要以消费者综合评分形式体现。

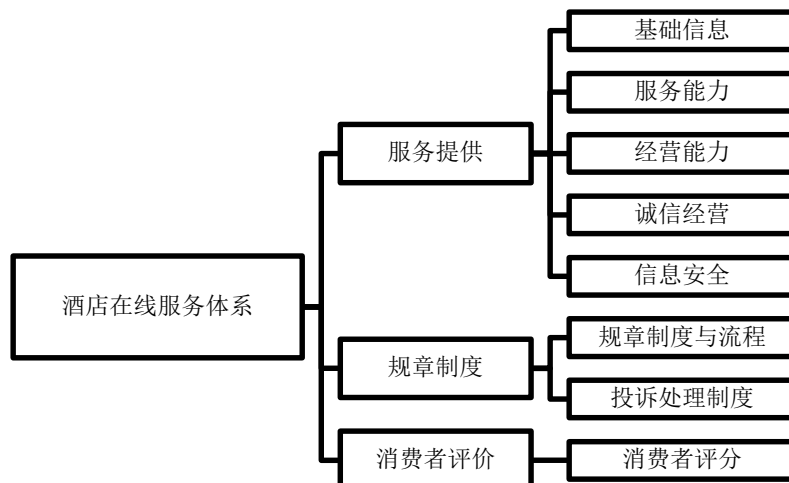


图1 酒店在线服务体系图



## 5 评价内容

### 5.1 基础信息

本项评价内容包括但不限于：

- a) 应具备酒店经营资质，包括但不限于固定营业场所和营业执照；
- b) 应为已离店消费者开具规范的发票。须通过其他途径开具发票的，酒店应明确告知；
- c) 描述信息应完整，内容包括但不限于：酒店名称、类型、地理位置、房型及价格、预订取消和变更方式、注意事项和风险警示、支付形式、发票提供等；
- d) 描述信息应保证真实性，与实际一致，包括但不限于：
  - 1) 酒店名称应与实际门店一致；
  - 2) 酒店简介应如实描述，无虚假宣传和虚假表述；
  - 3) 图片或视频应真实，应与实际一致；
  - 4) 地址和联系电话应准确和真实；
  - 5) 房型与实际情况应相符；
  - 6) 设施应符合实际。
- e) 描述信息应规范，内容包括但不限于：
  - 1) 酒店星级描述规范，符合GB/T 14308的要求；
  - 2) 酒店中英文名称和商标符合市场监管部门的相关法规要求。
- f) 信息更新应及时，包括但不限于：酒店装修、价格、可预订房间、设施等信息更新。

### 5.2 服务能力

本项评价内容包括但不限于：

- a) 在线酒店对平台上消费者订单应及时予以确认；
- b) 除有正当理由的合理拒单外，应避免出现拒单现象。正当理由包括但不限于：消费者有恶意投诉历史、消费者在政府相关机构公布的失信人名单中、法规不允许接受预订的情况等；
- c) 应对差评予以维护。

### 5.3 经营能力

本项评价内容包括但不限于：

- a) 应具备接受在线预订的能力；
- b) 应具备为在线预订保留房间的预留能力。

### 5.4 诚信经营

本项评价内容包括但不限于：

- a) 无提供虚假信息行为；
- b) 到店无房次数；
- c) 无虚假交易发生；
- d) 无虚假评价；
- e) 无违反法律法规及平台规则的行为。

## 5.5 信息安全

本项评价内容包括但不限于：

- a) 应有专人负责信息安全工作。
- b) 信息安全应符合 GB/T 22239—2019 及 GB/T 35273—2020 的相关要求，确保酒店内网络安全，包括：无线局域网连接的安全性，不发生安全事故；网络服务应无不良内容传播；支付环境安全，不发生支付安全事故。
- c) 应按照 GB/T 35273—2020 的相关要求，采取必要的技术措施和管理措施，确保消费者个人隐私和信息安全，全年无个人信息安全事故发生。

## 5.6 规章制度

本项评价内容包括但不限于：

- a) 应制定在线服务的规章制度、操作流程以及相应的标准。
- b) 应制定投诉处理制度。

## 5.7 消费者评价

消费者评价内容主要为消费者对酒店的综合评分。

## 6 评价指标

酒店在线服务质量评价的一级指标和二级指标如表1所示。

表 1 酒店在线服务质量评价指标

序号	一级指标	二级指标	评分标准
1	基础信息	酒店资质	具备酒店经营资质，包括但不限于固定营业场所和营业执照
		酒店发票	遵守相关法律法规、平台规则的规定
		描述信息	平台公布信息完整
			信息描述真实
			信息描述规范
	信息更新及时		
2	服务能力	订单确认率	订单确认率数值
		拒单率	订单拒单率数值
		差评维护率	差评维护率数值
3	经营能力	在线预订率	在线预订率数值
		预留房消费间夜占比	预留房消费间夜占比数值
4	诚信经营	虚假信息	无虚假信息
		到店无房次数	到店无房次数
		虚假交易	无虚假交易
		虚假评价	无虚假评价
		其他违规行为	无违规行为

表 1（续）

序号	一级指标	二级指标	评分标准
5	信息安全	信息管理	有专人负责
		网络安全	确保无线局域网连接的安全性，未发生安全事故
			网络服务无不良内容传播
		支付环境安全，未发生支付安全事故	
技术措施和管理措施	无个人信息安全事故		
6	规章制度	在线服务规章制度	是否编制了在线服务规章制度和操作流程
		投诉处理制度	是否制定了投诉处理制度
7	消费者评价	消费者评分	消费者综合评分数值

## 7 评价方法

### 7.1 方法

采用评价要素打分的方法，对具体评价要素内容逐项进行评分。评价方式主要有：文件审查、平台数据和消费者反馈三种。根据评分的总分数，进行等级划分。

### 7.2 分值

评定得分设值详见表 2。

表2 酒店在线服务质量评定得分设值

评定指标	分值（分）
基础信息	100
服务能力	200
经营能力	150
诚信经营	150
信息安全	100
规章制度	100
消费者评价	200
总分	1000

### 7.3 评分

具体评分要求见附录 A。

## 8 等级划分

在线酒店等级从高到低分为三个级别，即三级、二级、一级。在评定等级时，根据评定所获分值得分，对应相应等级。700 分以下不评定等级，700 分以上（含 700 分）的等级与分值得分的对应关系见表 3。

表3 等级划分

等级	分值(分)
三级	900-1000
二级	800-899
一级	700-799

附录 A  
(规范性附录)  
酒店在线服务质量评分表

表A.1给出了酒店在线服务质量的评分表。

表A.1 酒店在线服务质量评分表

序号	项目	分值			得分
<b>一、基础信息 (100)</b>					
		各大项分值	各分项分值	计分	
1	<b>酒店资质</b>	20			
	提供酒店经营资质		20		
2	<b>酒店发票</b>	20			
	遵守相关法律法规、平台规则的规定		20		
3	<b>描述信息</b>	60			
	平台公布信息完整		15		
	信息描述真实		15		
	信息描述规范		15		
	信息更新及时		15		
<b>二、服务能力 (200)</b>					
		各大项分值	各分项分值	计分	
1	<b>消费者订单确认率</b>	80			
	消费者订单确认率 100%			80	
	消费者订单确认率小于 100%，大于等于 80%			60	
	消费者订单确认率小于 80%			30	
2	<b>消费者订单拒单率</b>	60			
	消费者订单拒单率为 0			60	
	消费者订单拒单率大于 0，小于等于 2.5%			40	
	消费者订单拒单率大于 2.5%			20	
3	<b>差评维护率</b>	60			
	差评维护率大于等于 99%			60	
	差评维护率小于 99%，大于等于 80%			40	
	差评维护率小于 80%			20	
<b>三、经营能力 (150)</b>					
		各大项分值	各分项分值	计分	
1	<b>在线预订率</b>	70			
	在线预订率大于等于 60%			70	
	在线预订率小于 60%，大于等于 20%			50	
	在线预订率小于 20%			30	

表 A.1 (续)

序号	项目	分值			得分
<b>三、经营能力 (150)</b>					
		各大项分值	各分项分值	计分	
2	<b>预留房消费间夜占比</b>	80			
	预留房消费间夜占比大于等于 40%			80	
	预留房消费间夜占比小于 40%，大于等于 18%，			60	
	预留房消费间夜占比小于 18%			40	
<b>四、诚信经营 (150)</b>					
		各大项分值	各分项分值	计分	
1	<b>无虚假信息</b>	30			
2	<b>到店无房次数</b>	30			
	到店无房累计总和小于等于 1 次			30	
	到店无房累计总和大于 1 次，小于等于 3 次			20	
	到店无房累计总和大于 3 次			0	
3	<b>无虚假交易</b>	30			
4	<b>无虚假评价</b>	30			
5	<b>无违规行为</b>	30			
<b>五、信息安全 (100)</b>					
		各大项分值	各分项分值	计分	
1	<b>有专人负责</b>	30			
2	<b>网络安全</b>	30			
	确保无线局域网连接的安全性，未发生安全事故		10		
	网络服务无不良内容传播		10		
	支付环境安全，未发生支付安全事故		10		
3	<b>无个人信息安全事故发生</b>	40			
<b>六、规章制度 (100)</b>					
		各大项分值	各分项分值	计分	
1	<b>有在线服务规章制度</b>	50			
2	<b>有投诉处理制度</b>	50			
<b>七、消费者评价 (200)</b>					
		各大项总分	各分项总分	计分	
1	<b>消费者评分</b>	200			
	大于等于 4.9			200	
	小于 4.9，大于等于 4.8			180	
	小于 4.8，大于等于 4.7			120	

注：消费者评价的评分按满分 5 分打分，非 5 分制的评分需换算成 5 分制的分数。