



# 中华人民共和国国内贸易行业标准

SB/T 10541—2009

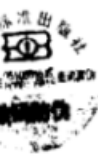
## 房间空气调节器安装服务规范

Rule of installation and service for room air-conditioner

2009-12-25 发布

2010-07-01 实施

中华人民共和国商务部 发布



目 次

前言 ..... I

1 范围 ..... 1

2 规范性引用文件 ..... 1

3 术语和定义 ..... 1

4 安装服务基本要求 ..... 1

5 服务组织 ..... 1

6 专业安装人员 ..... 3

7 服务流程 ..... 4

附录 A（资料性附录） 空调安装质量用户评价表 ..... 6

## 前 言

本标准的附录 A 为资料性附录。

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。

本标准由中国家用电器维修协会、海信科龙电器股份有限公司负责起草,北京工业大学、北京市电气工程学校、广东志高空调有限公司、四川长虹电器股份有限公司空调公司、广东美的制冷设备有限公司参与起草。

本标准主要起草人:郭赤兵、赵泽蕊、刘松、王运伟、刘志军、李红旗、宋友山、计群、王亮、金江。

# 房间空气调节器安装服务规范

## 1 范围

本标准依照空调器安装服务满足用户需求的固有特性,规定了服务提供过程所用的方法和程序。  
本标准适用于空调器安装服务组织建立、健全空调器安装服务质量保障体系。

## 2 规范性引用文件

下列文件中的条款通过本标准的引用而成为本标准的条款。凡是注日期的引用文件,其随后所有的修改单(不包括勘误的内容)或修订版均不适用于本标准,然而,鼓励根据本标准达成协议的各方研究是否可使用这些文件的最新版本。凡是不注日期的引用文件,其最新版本适用于本标准。

GB/T 7725 2004 房间空气调节器

GB/T 15624.1 2003 服务标准化工作指南 第1部分:总则

GB/T 17242 1998 投诉处理指南

GB 17790 1999 房间空气调节器安装规范

GB/T 18760 2002 消费品售后服务方法与要求

SB/T 10425 家用和类似用途电器服务顾客满意度测评规范

QB/T 2837 家用和类似用途电器维修服务从业人员行为规范

## 3 术语和定义

下列术语和定义适用于本标准。

### 3.1

**空调器安装服务** room air conditioner installation service

为满足用户需要,空调器安装服务提供者与用户之间接触的活动和内部开展的活动及其发生的结果。

### 3.2

**专业人员** qualified person

具有一定基础知识、技术经验和空调器安装、维修从业资格证书或特种作业上岗操作资质证书,并被授权以安全的方式完成空调器安装和维修任务的人员。

### 3.3

**空调器安装服务组织** room air conditioner installation service organization

职责、权限和相互关系得到安排的与空调器安装服务活动有关的人员及设施。包括空调生产和销售企业,以及空调器安装专业服务企业,或他们的部分,或他们的组合。

## 4 安装服务基本要求

依据 SB/T 10425 服务特性,结合空调器安装服务特点达到有关要求。

## 5 服务组织

### 5.1 资质

#### 5.1.1 合法的工商登记

空调器安装服务组织需具备工商行政管理机关注册登记的相应企业资质。

### 5.1.2 人员资质

空调器安装服务组织的岗位根据作业组织和环节科学合理地设置,专业人员需符合相应的资格条件,如取得国家、行业或企业上岗证,持证上岗。

### 5.1.3 安全作业条件

空调器安装服务组织的管理、作业、设备设施符合国家或行业规定的安全作业条件。

## 5.2 管理

### 5.2.1 信息管理

5.2.1.1 服务网络的建设(网点的数量、规模、布局等)与用户的服务需求相匹配。

5.2.1.2 派工系统与服务信息量相匹配,根据服务组织的派工时限,符合及时派工的要求。

5.2.1.3 信息记录清晰、准确、详细、有条理,并保留3年以上。信息处理速度符合服务组织内部的时限。信息传递形成收集整理、分析改进的闭环。

### 5.2.2 内部管理

5.2.2.1 遵照有关国家标准和行业标准、行业规范,制定服务组织内部的安装技术规范。

5.2.2.2 建立、健全安全的安装质量保证体系,提供合格的安全防护设备(如安全带等);提供合格的安装辅助器材(如安装架、延长管线等)。

5.2.2.3 注重树立或维护空调品牌形象,根据空调安装服务能力,相应提升空调安装服务品牌特征的显著度。

5.2.2.4 制定、实施专业人员服务行为准则。规范、统一空调安装专业技术用语和服务用语,明确服务忌语。

5.2.2.5 加强专业人员的技术培训与考核,定期培训考核专业人员的安装技术、国家和行业有关法规知识、服务沟通技巧等,严禁非专业人员上岗。安排专门人员对安装技术质量进行抽查。

### 5.2.3 用户回访管理制度

5.2.3.1 回访方式可包括电话回访、电子网络征询意见、信函回访、顾客满意度调查问卷等。

5.2.3.2 回访内容主要针对用户提出的服务组织急需改进的问题。

5.2.3.3 回访信息收集主要包括:用户特殊需求、抱怨与投诉、一段时间内用户频繁投诉某一问题的信息、产品改进建议的信息、产品出现质量问题的原因等。

5.2.3.4 回访质量考核体系应科学、有效。如:以有效信息收集量为检验指标等。

5.2.3.5 回访人员须经培训和考试,合格后方可上岗。

### 5.2.4 服务信息公示制度

5.2.4.1 空调生产和销售企业(提供安装服务的),空调安装专业服务企业分别在空调出厂、销售、提供服务时,公示服务、监督或投诉电话,并保证至少3年不变。

5.2.4.2 服务、监督或投诉电话有人工转接服务,并由专业人员接听。语音接通率应为100%,人工接通率在90%以上。

5.2.4.3 提供电话服务的时间每日不少于9小时(宜从9:00至18:00),其余时间设语音留言并记录用户的留言。

5.2.4.4 有在线服务的组织开设专门为用户提供服务的版(页)面,正确公示服务、监督或投诉电话;正确公示服务价格、服务承诺及服务规范等信息。

## 5.3 设备设施

5.3.1 安装服务的设施[如上门服务车辆(机动或非机动),专业人员配备的移动电话等]、设备、工具(箱)、资料等配备齐全、专业,保存整洁、完好。

5.3.2 职业装的设计符合功能性、审美性、舒适性、象征性的特点。

## 5.4 安装单

安装单是空调器安装服务依据。其中1联交用户留存,1联企业留存,作为服务组织与用户建立联

系的档案资料。

安装单的内容设计符合国家和行业有关规定,做到信息全面、易读易懂;有服务组织特色;美观。需要用用户填写的信息和需要服务组织填写的信息明显分开,突出以用户需求。安装单内容包括但不限于:

- a) 用户信息(如用户姓名、用户联系方式、空调产品的安装地址等)。
- b) 产品信息(产品名称、品牌、型号、规格、产品购买日期、产品购买地等)。
- c) 服务信息(安装日期、用户服务电话、安装器材清单等)。
- d) 服务质量反馈信息(如指导使用产品、空调器试运行状况、用户对安装的评价、用户签字等)。
- e) 用户建议。

## 5.5 服务收费明示

依据发改价检[2005]2379号《家用电器维修服务明码标价规定》要求需具有服务收费明示制度。

## 6 专业安装人员

按照 QB/T 2837 基本要求,空调器专业安装服务人员需具备以下要求:

### 6.1 着装

穿着服务组织统一设计的职业装,并保持干净、整洁、得体。

#### 6.1.1 仪容

- 6.1.1.1 头发:清洁、整齐,忌奇异发型。
- 6.1.1.2 面部:清洁。不留胡须。保持口腔清洁。
- 6.1.1.3 手部:指甲洁净、整齐,忌指甲过长。忌佩戴修饰物品。
- 6.1.1.4 腿脚:卫生。严禁赤脚或穿拖鞋。

#### 6.1.2 其他

- 6.1.2.1 上岗证:佩戴用户正面可视的上岗证。
- 6.1.2.2 工具箱:箱体整洁,箱内物品摆放有序。
- 6.1.2.3 价目表、安装单、收据、发票:干净、平整。
- 6.1.2.4 签字笔:随身携带。严禁使用铅笔签字。

### 6.2 服务礼仪

#### 6.2.1 原则

- 6.2.1.1 尊重为先:重视用户、诚信服务。
- 6.2.1.2 角色定位:为用户提供满意服务是工作职责的要求。
- 6.2.1.3 服务意识:主动关注用户,积极与用户沟通,及时、准确地发掘用户的潜在需求。
- 6.2.1.4 心态调整:保持健康、积极向上的心态,不因个人情绪影响工作。
- 6.2.1.5 服务技能:掌握服务礼仪、专业知识、服务沟通技巧等。
- 6.2.1.6 自我改进:定期总结,取长补短,提高技能。

#### 6.2.2 服务礼仪要求

- 6.2.2.1 拨打电话:拨打电话前做好准备工作,包括确认用户的电话号码、谈话提纲、希望结果、用户提出不同意见时的应答方法。根据服务组织要求的规范程序与用户交流:自我介绍、确认用户身份、简洁明了进入主题、完整确认服务事项后暗示结束通话、致谢、再见,待用户挂电话后再挂电话。
- 6.2.2.2 接听电话:调整情绪、三声接听、主动问候、了解需求、认真记录、解决问题、完整确认服务事项后暗示结束通话、致谢、再见,待用户挂电话后再挂电话。
- 6.2.2.3 短信服务:问候、自我介绍、简洁明了陈述主题、致谢。
- 6.2.2.4 服务语言:运用服务组织制定的规范服务用语。
- 6.2.2.5 看:正面注视、避免斜视、传递尊重。
- 6.2.2.6 说:语言亲切,声调自然、清晰、柔和,音量适中,答话明确,措辞简洁、专业、文雅。使用专业技

术用语时,应对用户做必要的解释。

6.2.2.7 听:听清事实、听出关联、积极回应。

6.2.2.8 站姿:抬头、挺胸、直腰、收腹、目视前方、舒展、精神焕发。

6.2.2.9 递物接物:五指并拢、双臂自然夹紧在体侧、上身向前鞠躬示意、双手递物接物。

6.2.2.10 鞠躬:微笑注视用户、双腿并拢、双手置于两侧,以腰为轴向前俯身约 15 度,视线随之向下滑落。

## 7 服务流程

### 7.1 预约

#### 7.1.1 及时预约

根据服务组织内部的时限,与用户预约上门服务时间。用户同时留下固定、移动电话的,在与用户联系时,应先拨打固定电话。

#### 7.1.2 预约原则

遵守服务组织内部规定的空调安装服务时间承诺。尽可能满足用户的需求。

#### 7.1.3 确认事项

7.1.3.1 产品信息:空调器的型号、购买日期、购买地点。

7.1.3.2 用户信息:详细联系方式、性别。需明确为用户信息保密。根据语言交流判别用户的年龄、性格,并做记录,以便专业人员上门服务时选择用户接受的沟通方式。

7.1.3.3 产品安装信息:上门时间、安装环境(安装位置、特殊要求等),以便专业人员上门服务时携带好相应的工具和辅料。

### 7.2 按约定上门

7.2.1 出发前检查携带的设备、工具、资料是否齐备、规范。

7.2.2 准时到达:出发前应考虑到与用户预约地址的远近、交通状况等因素,保证准时上门安装服务。

7.2.3 保持联系:

- a) 当预计到达时间至少比预约上门时间晚 5 分钟时,立即联系用户,说明原因,表示歉意,告知预计到达时间。
- b) 因特殊原因不能如约上门时,立即告知用户,深表歉意,取得谅解。在征得用户同意后,重新预约上门时间,或与服务组织取得联系,改派其他专业人员上门服务。
- c) 如按预约时间上门,确认用户不在时,在明显位置贴好留言条,说明情况,注明用户可直接联系的电话、联系人。留言条字迹清晰、用语规范。

7.2.4 进门前准备:调整情绪、整理仪容仪表、再次检查携带物品。

7.2.5 按门铃(或敲门),并后退静候。

7.2.6 用户开门后,确认用户身份,主动自我介绍,通报姓名、单位名称、工号,出示上岗证。

7.2.7 征得用户同意,穿好鞋套进门。

### 7.3 安装服务

7.3.1 合理摆放工具箱和安全防护用品,检查安全防护用品。

7.3.2 出示安装单和《安装质量用户评价表》,主动请用户监督安装服务质量;需要收取费用事先说明,并出示收费价目表。

7.3.3 安装空调要求:

- a) 遵守服务组织内部的安装技术规范,保证安装技术质量,提高工作效率。在安装操作过程中严格遵守操作规程,保障自身安全。
- b) 按用户需要提出合理的空调安装建议。
- c) 服务过程中应设身处地为用户着想,最大限度减少给用户带来的麻烦。

7.3.4 试机,主动、耐心、全面地介绍空调使用和维护保养知识。

#### 7.4 安装结束后

7.4.1 清扫现场,保持安装环境卫生。

7.4.2 按照《房间空气调节器安装质量检验规范》的要求设计《空调安装质量用户评价表》,由用户监督、检验服务组织的空调安装质量。

7.4.3 向用户收取费用时,严格按照标价收费,开具收据、发票。

7.4.4 用户评价、签字确认。征询用户是否方便接受回访。

7.4.5 告别。

#### 7.5 回访制度

7.5.1 根据掌握的用户信息,合理选择回访时间、方式。

7.5.2 运用服务组织制定的规范、标准的用户回访用语。

7.5.3 根据用户接受回访的态度,确定用户回访时间的长短,一般不超过 2 分钟。用户不方便或拒绝回访时,停止回访。

7.5.4 用于服务顾客满意度调查的回访,宜采取封闭式提问方式,实行记分制;如不实行记分制,回访人员应准确记录用户评价用语。

7.5.5 用户回访记录准确、清晰。

7.5.6 整理、反馈用户回访结果。



附 录 A  
(资料性附录)  
空调安装质量用户评价表

		评 价 内 容	质量等级
类别	项目		
资质情况	企业情况	企业标志、资质等说明	
	人员情况	资质等级、上岗证等证明	
产品情况	室内外机	是否有复核、查对程序	
	安装附、配件	是否齐全、配套的说明	
环境情况	电源	接口类型、功率负荷、接地、漏电、绝缘、零火线情况	
	保护保险	电源保护、保险装置情况	
	结构	房间结构情况,室内外机安装和走线位置情况	
匹配情况	房间面积	130 W/m <sup>2</sup> ~170 W/m <sup>2</sup> ;房高≤3 m,≤3 门 2 窗	
	用途及结构	客厅增 30 W/m <sup>2</sup> ,厨房增 50 W/m <sup>2</sup> ;110 W/m <sup>2</sup> /[门·窗]	
安装面情况	室外	安装面材质、外观,周围尺寸,平整、牢固情况	
	室内	安装面材质、外观,周围尺寸,平整、牢固情况	
墙洞情况	倾角	内高外低,>1/100(或>5°)	
	外观	外形整齐;密封严密	
室外机情况	位置空间	周围足够尺寸、空间	
	支架	材质、结构,防锈蚀措施良好	
	紧固件	膨胀螺钉、固定螺钉、垫片的材质、尺寸、数量、松紧满足要求	
	水管处理	长度适宜,固定稳妥,连接严密,排水通畅	
管线布设情况	连接	连接牢固,长度适宜,密封严密	
	路途	水管在下,电源线在上包好;走线横平、竖直,拐角圆滑、规整	
室内机情况	位置空间	周围足够尺寸、空间	
	水平	<1/100(<2°)	
作业情况	时间	准时赴约;正常安装时间<2 h	
	方案介绍	方案合理,说明准确、详细	
	过程	噪音程度;粉尘、灰沙、泥污程度	
完成效果	空调效果	工作时温度、噪声及漏水、排水经试验符合要求	
	功能调节	温度、功能设定有效	
	使用介绍	告知使用要求及注意事项;介绍维护保养知识	

注：质量等级划分为 10 级,10 级最好,8 级为良好,6 级为合格,1 级最差。

中华人民共和国国内贸易  
行 业 标 准  
房间空气调节器安装服务规范  
SB/T 10541—2009

\*

中国标准出版社出版发行  
北京复兴门外三里河北街16号  
邮政编码:100045

网址 [www.spc.net.cn](http://www.spc.net.cn)

电话:68523946 68517548

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 13 千字  
2010年6月第一版 2010年6月第一次印刷

\*

书号:155066·2-21015 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)68533533



SB/T 10541—2009