

ICS 03.080
CCS A 10

DB51

四川省地方标准

DB51/T 2953—2022

茶楼茶馆管理规范

2022 - 10 - 24 发布

2022 - 12 - 01 实施

四川省市场监督管理局 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 基本要求	1
5 筹备管理	2
6 人力资源管理	3
7 采购和贮存管理	5
8 服务管理	6
9 营销管理	7
10 低碳环保管理	7
11 财务和物资管理	8

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》给出的规则起草。

本文件由四川省商务厅提出和归口。

本文件起草单位：四川省茶馆服务行业协会、成都市茶业工会联合会、成都市标准化研究院、上海市公共行政与人力资源研究所、四川商务职业学院、四川省商务学校、成都元树茶业有限公司、成都一叶春文化传播有限公司。

本文件主要起草人：张涛、候红雨、蒋丽琼、曾明芳、文琼、李白华、陈小娟、余恩兵、杨芳、钟慧、李梅、陈修、肖烈、吴钻、王婷、杨丽丽、张立雪、杨哲。

茶楼茶馆管理规范

1 范围

本文件规定了茶楼茶馆管理的术语和定义、基本要求、筹备管理、人力资源管理、采购和贮存管理、服务管理、营销管理、低碳环保管理、财务和物资管理的要求。

本文件适用于四川省行政区域内茶楼茶馆的管理。

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 30375 茶叶贮存

DB51/T 2135 茶楼茶馆服务规范

3 术语和定义

下列术语和定义适用于本文件。

3.1

茶楼茶馆

以售卖茶水、茶叶、茶具及相关产品或服务等为主要业务范围，具备品茶、休闲、娱乐、洽谈、用餐、演艺等功能，提供文化活动及相关活动的场所。

3.2

智能化茶楼茶馆

采用智能化设备设施，24小时无人值守，实现智能化管理、自助化服务的茶楼茶馆。

4 基本要求

4.1 具有合法、有效的证照，并按相关规定进行年报年检年审或复审复检。

4.2 具备开办茶楼茶馆相匹配的资金、场所、设施、设备、人员。

4.3 设计与布置应合理、实用、安全。

4.4 应具有规范的管理运营体系、管理制度。

4.5 安全管理应符合相应法律法规的要求。

4.6 应建立各类应急预案，包括而不限于疫情防控、火灾、停水、停电、停气、滑倒、烧烫伤、地震、防汛等。

4.7 从业人员应持有健康证。

5 筹备管理

5.1 选址

应优先考虑环境适宜且交通便捷的地方，宜根据商圈（区）原则来选择，如文化旅游区、商务办公区、卖场聚集区、居民住宅区、交通枢纽区等人员往来众多的区域，作为选址的基础依据；再经过调研分析，确定最终选址。同时应考量机动车停车位的配置情况。

5.2 调研分析

5.2.1 市场调研

在拟选址的周边一定范围内进行市场调研，采集消费群体、消费水平、消费偏好、消费频率等数据进行综合分析、研判。

5.2.2 同业调研

对拟选址核心圈内的同业进行深度调研，包括环境、特色产品、服务、客户特征、价格等多个维度。

5.2.3 定位分析

至少包括客户、产品、服务、价格等细分数据进行精准定位分析。

5.3 类型选择

包括而限于茶艺类、商务（含棋牌）类、民俗类、演艺类、主题类和智能化茶楼茶馆等。

5.4 功能区布局

5.4.1 吧台服务区

可设置在茶楼茶馆出入口等主要区域，配备收银、出品等设施设备。

5.4.2 品茶区

配备散座、卡座、包间、包厢，可设置智能化茶楼茶馆区、无烟区、女士区等特色区域。

5.4.3 综合演艺区

宜配备舞台、灯光、音响等相关设施设备。

5.4.4 商品陈列区

可采用陈列展架或展柜，宜将商品与茶叶茶具等物品分开陈列，可设置特色产品销售专区或专柜。

5.4.5 棋牌娱乐区

配备相应的棋牌类设施设备。

5.4.6 多功能区

宜设置多功能区，以满足商务、聚会等消费者特定需求。

5.4.7 后台操作区

配备烧水、清洁茶具及商品、用品中转等设施设备。

5.4.8 其他

主要包括与茶楼茶馆相配套的办公室、贮藏室、厨房、卫生间等。

6 人力资源管理

6.1 人力资源规划

6.1.1 需求与供应预测

根据经营规模、组织结构与茶楼茶馆特点，开展人力资源需求预测，加强专业人才储备；重视从业人员职业技能提升与能力建设，建立人力资源基础数据库。

6.1.2 工作分析与规划

根据经营战略进行工作分析、职位规划与岗位设置，以人岗匹配为导向，制定出符合国家法律法规的工作制度。

6.2 招聘与录用

6.2.1 根据招聘岗位要求、资格条件确定招聘内容、招聘流程和招聘人选等事宜。

6.2.2 可采用店面招聘、网络招聘、人力资源市场招聘、校园招聘等多种招聘方式。

6.2.3 对录用人员进行入职培训并签订劳动合同，兼职人员则应签订劳务合同。

6.3 培训与发展

6.3.1 培训计划

开展培训需求调查，保障培训投入，制定年度员工培训计划和培训方案，包括内部培训和外部培训。

6.3.2 培训内容

6.3.2.1 经营理念培训

主要包括经营理念、规章制度、职业道德、员工守则、行为规范等。

6.3.2.2 素质能力培训

主要包括专业知识、职业能力、语言表达、仪表仪态、文化素养及专业技能等。

6.3.3 实施培训

确定培训目的、主题、内容和要求；落实师资、教材、时间、场地等事项。

6.3.4 培训评估

6.3.4.1 可通过考核、笔试、口试、技能操作、职业资格或技能等级、专项职业能力鉴定等形式对培训结果进行评估，并配套奖励晋升机制。

6.3.4.2 鼓励员工参与茶行业的职业技能大赛、工匠劳模评选、大师技师工作室申报等活动，对获得政府有关部门、行业组织表彰或认定的员工，可给予配套奖励或增加薪酬待遇。

6.4 绩效考核与评价

6.4.1 绩效目标

根据经营战略，确定年度绩效计划目标，并逐级量化分解到各部门和员工。

6.4.2 绩效实施

根据绩效计划，对员工绩效进行督导；开展持续动态、有效的绩效沟通，对员工业绩表现进行记录。

6.4.3 绩效考核

根据公平公正原则，确定考核主体、考核标准、考核周期、考核形式和考核方法。

6.4.4 结果应用

绩效考核结果可为员工的绩效改进、职业规划、调薪调岗、培训发展及人员配置等提供重要依据，并为企业人力资源管理提供决策信息。

6.5 薪酬与福利

6.5.1 薪酬标准

按照国家法律法规有关工资的规定执行，具体可包括：基本工资、奖金、津贴和补贴、加班工资及特殊情况下应支付的法定工资等。

6.5.2 社会保险

按照相关法律法规执行。

6.5.3 薪酬福利

体现吸引、保留和激励导向，确定员工薪酬标准、支付周期、支付方式、应扣款项及各类假期薪酬支付标准。

6.6 员工关系管理

6.6.1 劳动关系管理

依据相关法律法规，开展劳动争议处理、离职面谈、员工申诉、人事纠纷和意外事件等事务，鼓励使用合法合规的人力资源外包服务。

6.6.2 工作纪律管理

督导员工遵守各项规章制度、劳动纪律，有效强化员工的组织意识、工作纪律性和归属感。

6.6.3 人际关系管理

常态化开展员工间的交流、团建、拓展、联谊等活动，建立良好的工作氛围与人际关系。

6.6.4 情绪管理

了解员工的心态、情绪，开展心理健康与压力调适；不定期实施员工满意度调查，有效改进和提升工作动能；及时预防、处理、解决员工关心的实际问题。

6.6.5 服务与支持

为员工提供有关的劳动法律、政策法规咨询服务，协助员工平衡、协调、优化工作与生活的关系。

6.7 企业文化

应形成和建立企业文化，树立核心价值观，主动承担企业社会责任，与时俱进，不断建设和提升。

7 采购和贮存管理

7.1 采购

7.1.1 采购原则

应注重经济性、合理性、安全性、可追溯性，采购的物品质量应符合相关标准的要求。

7.1.2 实施

7.1.2.1 采购形式

主要有开办采购、储备采购、日常采购、临时采购等。

7.1.2.2 采购内容

7.1.2.2.1 茶叶：主要包括绿茶、白茶、黄茶、青茶、红茶和黑茶；再加工茶类：花茶、紧压茶、袋泡茶、药用保健茶等；代用茶：如苦丁茶、苦荞茶、金银花茶等。

7.1.2.2.2 茶具：紫砂茶具、玻璃茶具、瓷器茶具等。

7.1.2.2.3 泡茶用水：矿泉水、纯净水等。

7.1.2.2.4 茶点茶食及其它原辅材料：水果、糕点、炒货、休闲食品等。

7.1.2.3 采购流程

可按照请购、报批、实施进行。

7.1.3 采购验收

7.1.3.1 应查验供货方提供货品相应批次的检验报告或合格证。

7.1.3.2 可通过感官对茶叶、茶点、茶食的进行查验；

7.1.3.3 应检查茶具是否完整无破损。

7.2 贮存管理

7.2.1 贮存管理原则

应遵循“先进先出、分类分区、专料专用”和“票、账、物一致”的原则。

7.2.2 贮存环境要求

7.2.2.1 茶叶

根据不同茶叶的贮存要求，采用常温贮存和冷藏贮存。自然存放的茶叶，应放在通风、避光、干燥、无异味的贮藏场所；需要冷藏存放的茶叶，应放置在冷藏室或冻库，具体可按GB/T 30375进行。

7.2.2.2 茶具

应存放于通风、干燥的库房内。

7.2.2.3 泡茶用水

常温贮存。

7.2.2.4 茶食或其他原辅料

应按产品的贮存要求进行贮存。

8 服务管理

8.1 流程管理

应根据服务内容制定相应的服务流程，并适时进行优化。服务的流程包括而但不限于准备工作、迎宾接待、出品前服务、点单服务、出品服务、结账送宾、恢复台位等。

8.2 质量管理

8.2.1 服务要求

员工应着工装，微笑服务、主动服务、适度服务，及时关注和响应顾客需求，具体按DB51/T 2135进行。

8.2.2 服务监督

8.2.2.1 组建质检小组

应组建包括经营管理者、质量管理员等人员的服务质量检查小组，承担服务质量的监督检查职责。

8.2.2.2 服务过程监督

服务质量检查小组应对服务过程进行日常化的现场巡查和不定期检查，必要时可采用神秘顾客及其他有效方式进行抽查。

8.2.2.3 投诉与建议

在茶楼茶馆的醒目位置或其它有效渠道上建立和公布顾客反馈建议、意见及投诉的方式，并第一时间回复或沟通处理意见。

8.2.3 满意度测评

应定期或不定期进行顾客满意度测评，重视消费者在网络上的评价。

8.2.4 服务改进

应根据茶楼茶馆具体情况与市场需求不断改进、提升和完善服务。

8.3 客户维护

利用节假日、特定日期，举办茶文化类、主题类、客户答谢类等活动，配套相关促销或优惠，以利于客户维护或开发。

9 营销管理

9.1 营销调研分析

对市场环境、客户群体、消费习惯、消费理念进行调研和分析。

9.2 开发产品与服务

9.2.1 可根据企业实际情况开发产品，如增加茶叶品种、特色茶餐等。

9.2.2 开发适销对路的服务项目，如茶会、茶文化沙龙等。

9.2.3 进行异业联盟拓展合作，由合作方提供产品或服务。

9.3 价格策略

9.3.1 定价应充分考量所销售商品或服务项目的价格构成要素及盈利水平。

9.3.2 定价方法可根据经营需要，选择标准定价、随行就市定价、折扣定价、竞争策略定价等。

9.4 营销策略

应根据市场、企业自身的实际情况制定营销策略，应重视网络营销。

9.5 销售渠道

9.5.1 建立直接销售渠道和间接销售渠道。

9.5.2 直接销售渠道：可通过店内直接消费进行营销活动。

9.5.3 间接销售渠道：可与其他企业联合进行，通过共享客户资源、相互引流等多种方式进行营销。

9.6 营销实施管理

9.6.1 制定营销计划，确定年度、季度、月度销售目标，营销工作基于客流量、单客消费额、单品销售额等基础指标开展，要目标清晰、绩效明确。

9.6.2 实施营销控制，主要有年度营销计划控制、盈利能力控制、营销效率控制和营销战略控制。

9.6.3 营销活动必须要进行预算管理，搞好收入与支出规划，对活动投入与回报进行充分的研判。

9.6.4 应设专职或兼职的营销团队，进行营销调研、品牌宣传、会员销售、全员营销培训、大客户维护、异业跨界合作等。

9.6.5 从业人员须进行专业的营销训练，要站在客户需求的角度进行产品或服务介绍，不引导客人过度消费。

10 低碳环保管理

10.1 倡导低碳环保理念，公共区域应设置倡导节能环保、低碳消费的宣传牌或放置相关资料。

10.2 宜栽种或放置对环境有益的绿色植物；宜充分利用露天停车场、屋顶、阳台、墙面等实施绿化，提高茶楼茶馆的绿化率。

10.3 在保证照明质量的前提下，应优先选用高效节能灯。

10.4 应采用高效用水器具，节约用水。

10.5 宜提供电子化茶谱。

11 财务和物资管理

11.1 财务管理

11.1.1 财务管理应符合国家的相关法律法规，须建立完善的财务管理制度。

11.1.2 宜配备保险柜、验钞机等必要的账务管理设施设备，验钞机应及时升级，保证资金安全，加强现金、电子货币及发票等的管理。

11.1.3 收银员须及时缴纳当日营业款。

11.1.4 建立完善的用款管理制度，做好计划、报批、执行、审核、报销等流程。

11.1.5 建立茶楼茶馆的成本核算与报表分析。

11.2 物资管理

11.2.1 物资种类主要有茶叶茶具、棉织品、装饰品、清洁用品、办公用品、燃料、印刷品及文具、消防用品、低值易耗品等。

11.2.2 根据物资属性制定物资管理制度，包括采购、验收、仓储、发放、盘点等，并建立台账。
