

中国品牌建设促进会团体标准

《品牌管理 酒店在线预售服务要求》

编 制 说 明

《品牌管理 酒店在线预售服务要求》标准起草组

二零二零年五月

一、工作简况

1. 任务来源

《品牌管理 酒店在线预售服务要求》团体标准是中国品牌建设促进会 2020 年团体标准制修订项目，项目编号“2020005-CCBD-02”，该标准由中国品牌建设促进会提出并归口。

本标准是为了助力酒店企业复工复产所制定。主要起草单位为：北京三快在线科技有限公司（美团点评）、中国标准化研究院、中国旅游协会投资分会、南开大学、深圳品质消费研究院等。

2. 主要工作过程

《品牌管理 酒店在线预售服务要求》团体标准于 2020 年 5 月正式通过中国品牌建设促进会 2020 年团体标准制修订项目立项，项目编号“2020005-CCBD-02”。

二、标准编制原则和确定标准主要内容的依据

1. 编制原则

本标准的编写符合 GB/T 1.1—2009《标准化工作导则 第 1 部分： 标准的结构和编写》的相关要求，以保证标准的编写质量。

2. 标准的主要内容及确定标准主要内容的依据

本标准对线上预售的整套流程提出了规范化要求。从预售服务要求、流程、监督和评价、紧急事件处理以及服务质量管理等 5 个方面，规范酒店在线预售的服务和流程。针对每一部分规定具体的要求，提出了酒店预售服务要求及流程图。标准指出，酒店预售产品的单间房间价格一般低于正常预订同房型时的在线预订价格，并应提供有效期内未使用前随时闪退的退订保障。该标准厘定了酒店预售中平台和在线酒店的责任，除了对商家所发布的预售信息作出全面、真实及准确等要求以外，也倡导商家为消费者提供价格保障、有房保障、退订保障、服务质量保障等消费者权益保障措施。

标准指出，酒店预售产品的单间房间价格一般低于正常预订同房型时的在线预订价格，并应提供有效期内未使用前随时闪退的退订保障。同时，在线平台应与酒店签署保障协议，并通过后台数据监控，实现酒店预售产品有效期内的日均库存保障。

三、主要试验（验证）的分析、综述报告，技术经济论证，预期的经济效果

品牌管理是酒店企业提升酒店管理水平和品牌价值的重要手段。本标准规定了在线酒店预售服务要求、流程、监督和评价、紧急事件处理、服务质量管理。旨在帮助酒店通过在线平台开展住宿经营，科学开展酒店预售活动，提升酒店住宿业务水平和能力，为企业整体品牌管理提供支撑。

采用本标准开展酒店企业品牌管理活动，一方面通过预售产品提前锁定部分需求，帮助酒店在复工复产过程中合理经营规划、决策，缓解疫情期间酒店订单量下降和收益折损等问题，另一方面也有助于为酒店企业应用品牌管理技术和方法创造更好的经营环境。本标准通过对服务规范和质量管控，来推动旅游行业的监督和管理，对酒店有序复工复产具有以下经济和社会效益：

1. 该规范可以推动酒店复工复产过程中合理经营规划、决策，缓解疫情期间酒店订单量下降和收益折损等问题；
2. 清晰厘定酒店预售中平台和在线酒店的责任，保障消费者合法权益；
3. 对在线平台和酒店信息披露的内容提出要求，确保信息的全面、真实、准确，为消费者提供消费决策和依据；
4. 倡导采用线上履约模式预售，打破传统酒店团购模式，解决了消费者二次预约或预约不上等诟病；
5. 为消费者提供价格保障、有房保障、退订保障、服务质量保障，是消费者合理出行的依据和保障；
6. 强化消费者监督，有利于酒店在复工复产的同时，保障酒店客人、返岗复工员工的生命安全和身体健康，推动酒店执行疫情处置以及卫生防疫要求，全力做好酒店疫情防控，确保宾客入住安全；
7. 规范酒店在线预售的服务和流程，为酒店预售服务相关企业提供了规范化经营的依据。

四、采用国际标准和国外先进标准的情况

酒店预售是在线住宿平台提供的新服务之一，国际尚未有相关标准。本标准将充分参考和借鉴已有的相关研究和相关标准取得的成果，进行深入的标准研究与编制。

五、重大分歧意见的处理经过和依据

无重大分歧意见。

六、贯彻国品会团体标准的要求和措施建议

在中国品牌建设促进会的组织协调下，以标准起草组成员为主，成立标准宣贯小组。组织撰写标准宣贯材料，组织标准宣贯培训，争取标准颁布实施后尽快推广。

七、其他应予说明的事项。

无

《品牌管理 酒店在线预售服务要求》标准起草组

二零二零年五月