商会信息

第6期(总第514期)

中国商业联合会办公室编 2020年3月15日

本 期 目 录

疫情防控 专辑（四）

部委工作

商务部推广疫情防控时期保障生活必需品供应典

型做法…………………………………………………………（2）

商会动态

中国商业联合会联合阿里巴巴本地生活推广“放

心码”活动的通知……………………………………………（4）

国家钻级酒家疫情防控期间恢复经营的指导意见……………（7）

关于做好洗染行业疫情防控和复工指导意见…………………（11）

中国美发美容行业复工指导意见………………………………（15）

协会动态

关于积极应对疫情对家电服务业影响的指导意见……………（21）

部 委 工 作

商务部推广疫情防控时期保障

生活必需品供应典型做法

新冠肺炎疫情发生以来，各地采取封闭管理、隔离管控、限流限行等防控措施，给生活必需品供应带来了新的挑战。针对新情况、新问题，各地商务主管部门认真贯彻落实习近平总书记重要讲话精神和党中央、国务院决策部署要求，主动协调相关部门、积极组织流通企业、联系对接街道社区，千方百计保障居民生活必需品供给，在保供网络和服务模式上做了一些行之有效的创新探索，取得了较好的实践效果。2月25日，商务部办公厅梳理总结了一些**疫情防控时期保障生活必需品供应典型做法，**具体内容如下：

**一、传统商超门店网上购。**指导连锁超市、便利店、快捷商店等线下实体商业网点通过发布微信小程序、公众号、建立顾客群等多种途径，支持居民在家单独或组团、建群线上购物下单，由商家配送到家或社区，减少居民外出购物活动。

**二、封闭社区代购团配。**组织大型商超、农产品配送平台、生产基地等直接对接街道，按照街道确定的网格单位组团建群，由网格管理员汇总居民购买需求、代收货款、按团下单、按团配送至社区，提高购买配送效率。对不会网购、团购的特定人群，提供全流程的爱心购服务。

**三、无接触配送。**电商平台等将消费者购买的生活必需品配送至社区设立的无接触配送点或者与消费者约定的地点，由消费者自行提取，确保配送全程人员无直接接触。

**四、社区配送。**由街道、社区、居委会人员、机关下沉人员以及志愿者等组成社区配送队，分批次、分时段、分楼栋为社区居民配送生活必需品，减少人员内外流动。

**五、公交车配送。**发挥公交车运量大的优势，及时协调有关部门通过调配闲置的公交车辆设立公交配送专线，对口定点大型商超、定点社区等，及时解决配送车辆不足等实际困难。

**六、标准化套餐销售。**鼓励商超、电商平台等根据当地居民消费习惯、大数据画像等推广标准化“蔬菜包”业务，并不断丰富蔬菜包档次、类型。支持有条件的企业进一步开发“米面包”“肉品包”“水产品包”等。

**七、加油站“配送到车”。**发挥加油站网点多、供应便利等优势，促进加油站与蔬菜供应企业合作，在加油站销售标准化“蔬菜包”。加油站服务人员根据加油 APP 或微信小程序等订单信息，直接将商品配送到顾客的后备箱中，实现“加油不下车、开票不进店、买菜不接触”。

**八、设立临时“马路市场”。**按照“就近就便、分散经营、方便监管、强化消杀”的原则，在大型封闭社区等附近设立露天的临时“马路市场”，灵活、有效保障居民基本生活需求。

**九、布设流动售菜车。**组织批发企业、农产品生产基地、种植大户等供应主体布设流动售菜车，定时、定点到社区销售蔬菜水果等，让居民不用出社区即可购买。

**十、开发保供电子地图。**支持电子地图企业与商超等合作，推出生活必需品市场供应地图应用服务，将社区附近商超门店地址、营业时间、供应品种、库存情况等录入地图系统，便于居民“一键查询，按图索骥”，提高居民外出购物精准性。

**十一、共享员工保就业稳流通。**大型商超、配送中心等短期内人员缺口较大的保供企业可与餐饮、电影等企业建立员工共享机制，短期使用其大量闲置的待岗员工，及时补充到售货、分拣、称重、包装、配送等人手紧缺岗位。 （商务部办公厅）

商 会 动 态

中国商业联合会联合阿里巴巴本地生活

推广“放心码”活动的通知

当前，我国疫情防控工作取得阶段性成效,疫情防控形势积极向好。3月4日中共中央政治局常务委员会召开会议，研究当前新冠肺炎疫情防控和稳定经济社会运行重点工作，中共中央总书记习近平主持会议。会议强调，要把复工复产与扩大内需结合起来，把被抑制、被冻结的消费释放出来，把在疫情防控中催生的新型消费、升级消费培育壮大起来，使实物消费和服务消费得到回补。

为贯彻落实会议精神，为了推动疫情防控和复工复产两手抓、两不误、两促进，落实分区分级精准复工复产安排部署，保障消费者和劳动者的身体健康和生命安全，最大限度减少疫情防控对企业和群众生产生活的影响，中国商业联合会联合阿里巴巴本地生活从方便政府管控、减轻基层负担、促进市民消费出发，整合发挥集团技术优势和数据优势，研发了适用于各类线下商业场所的“放心码”。请各单位积极关注。

**一、使用范围**

中国商业联合会会员单位及分支机构会员单位

中国商业联合会代管协会的会员单位

**二、使用放心码的作用和意义**

（一）有利于监管和溯源。一是人员流动实时监控，通过“进店扫码”与“结账扫码”数据匹配，精准记录顾客停留时间，在发现确诊或疑似感染病例时，可及时追溯其活动轨迹，高效排查密切接触者。二是推动复工复产“可查、可管、可触达”，及时监督管控措施落实情况，助力“保价格、保质量、保供应”，并为政策制定提供商业经营恢复相关数据参考。

（二）顾客放心。一是通过扫码入场，一键登记，保护自己和他人，实现安心消费。二是实时掌握消费场所疫情防控信息，建立消费信心。

（三）商家省心。一是有码即可放心，在来店顾客精准定位的同时，提升到店消费安全感。二是重要信息精准推送通知，直接触达消费者，为顾客提供放心服务。

（四）数据优势。“放心码”与支付宝“健康码”正在实现信息共享和信息互认，更大的覆盖人群和覆盖范围将极大地增强“放心码”的数据价值和监管效能。

**“放心码”实施方案：**

一、操作说明

1.商家可提前从口碑、支付宝进入“放心码”申请链接，通过一键授权登记（未在口碑注册的商家须录入商铺名称、地址和联系人等信息），即可生成店铺专属“放心码”（二维码）。

2.商家可直接扫描以下二维码生成店铺专属“放心码”。



商家把生成的“放心码”选择下载打印张贴或通过手机平板在店内展示。要求消费者进入相关经营场所时，使用支付宝扫描店内张贴的“放心码”（二维码），授权并快速登记个人信息。通过“扫码”的简单动作，建立“人——地点——时间”的完整数据关系，满足双向精准追踪人员轨迹的需要，做到防疫信息登记追踪。

二、数据安全说明

“放心码”定位主要是面向政府满足疫情防控工作要求，兼顾服务商业经营和市民消费的公益性项目。

1.顾客通过扫码登记留存的信息（主要包括姓名、联系电话等），全部经过加密存储；

2.涉及消费者隐私的“人——地点——时间”数据，所有权和使用权均归属中国商业联合会、政府部门府及其指定的相关协会。

3.阿里巴巴本地生活免费提供技术支持和数据管理服务，将严格遵守相关政策法规，按照政府要求通过导出或对接等方式与有关部门实现信息共享和数据交换。 （行业发展部）

国家钻级酒家疫情防控期间恢复经营的指导意见

各地酒家酒店等级评定机构、国家钻级酒家：

3月4日中共中央政治局常务委员会召开会议，研究当前新冠肺炎疫情防控和稳定经济社会运行重点工作，中共中央总书记习近平主持会议。会议强调，要把复工复产与扩大内需结合起来，把被抑制、被冻结的消费释放出来，把在疫情防控中催生的新型消费、升级消费培育壮大起来，使实物消费和服务消费得到回补。为贯彻落实会议精神，保障钻级酒家在疫情有效防控的基础上尽快恢复经营，全国酒家酒店等级评定委员会广泛征求各地的意见，经认真研究，对钻级酒家疫情防控和恢复经营的条件和措施现提出以下指导意见，请结合本地疫情防控要求和企业实际情况，有序复工，齐心协力，坚定不移的扩大消费，把企业的损失补回来。

**一、恢复经营的基本要求**

1、由于钻级酒家在疫情期间基本停止堂食供应，恢复堂食应联系地方政府的防控防疫机构，取得批准。

2、各地等级评定机构应积极联系本地区防控指挥机构，推动和配合有关部门做好恢复堂食的评估。必要时，可与权威机构联系进行开业前的验收。

3、开业前需准备充足的口罩、酒精、消毒液、洗手液、体温计等防护物资，应有全面清洁卫生的工程，应对所有的原辅材料进行全面清理，保证新鲜卫生。

4.在醒目位置展示相关安全合格等标识（如果有），以消除消费者担忧。为更好的做好监管和溯源，企业可以加入“放心码”活动，做到防疫信息登记追踪。

**二、落实防控工作**

取得复工资格的企业，应继续严格遵守当地疫情防控防护的总体要求，同时严格执行商务部、国家卫生健康委《餐饮业在新型冠状病毒流行期间防控服务指南（暂行）》的各项规定，做好对员工卫生防疫知识宣传工作，设备设施要全面进行清洁消毒，从业人员应配戴口罩上岗等卫生要求。在保证安全的前提下提供用餐及无接触外卖窗口，做到干净、卫生、安全。

**三、实行促销措施**

1、企业提前做好促销宣传，通过和线上线下渠道，全方位促销；可与平台合作，限量发放消费券、折扣券等，大张旗鼓促进消费。

2、企业应设计在疫情防控期间适宜的菜单，风味突出，烹调快捷，尽量减少顾客在店等候时间。

3、及时对会员资料进行梳理统计，进行相关回访和市场调查，分析本店、本城市客群消费需求，针对需求调整经营方式，增添新的服务项目。

4、企业可考虑推出特别优惠项目，以求释放消费需求，稳定客源。

5、鼓励企业进行全方位的预约消费，应有必要的优惠，以实现对场所人员密集程度的限制。

6、设定餐位距离，改善和增加雅座，减少人员集中，使顾客得到舒适享受，安心消费。

5、鼓励企业维护稳定消费群体，通过免费或低价提供防疫物资，使消费者对企业增加忠诚度，同时完善会员信息，做好会员维护。

**四、全方位试行分餐**

分餐是餐饮消费习惯的改革。既要考虑餐饮过程有中餐和合之美的传统，又要减少不卫生的饮食方式，这要求餐饮业耐心思考和创新，也需要国家的政策鼓励和引导。

分餐看似简单改变，但需要信息化技术的进一步应用，涉及企业人员结构的调整、服务流程再造、菜式的设计、大量的技术培训，进而带来的一定是消费升级，服务升级。

国家钻级酒家以正餐为主，聚会、宴请、筵席比较多，实行分餐，探讨并践行分餐方式，是必要的，及时的。

以下分餐的方式可任选一种或几种：

1、研发制造按位装盘的菜肴（位上）；

2、不能按位装盘的菜肴如整鸡、整鱼，可以在餐桌展示后，在接手台分餐装盘后，分别呈送每位客人；

3、每道菜配备公勺；

4、每位客人双筷配置，其中一双筷子为公筷，在大盘取菜放置自己的餐盘中，用另一双筷子自吃。可以采用不同颜色标识区分，便于消费者识别使用。

建议所有的国家钻级酒家均应采用分餐的上菜方法。

**五、创新经营模式**

1、有一定规模经营、管理规范、卫生安全等方面竞争优势的企业，可以利用厨房设施优势，拓展企业团餐、外卖、送餐业务，并通过自行配送拓展服务范围，企业员工变为线上业务员，拓展业务渠道。

2、有条件的企业可积极研发工业化堂食产品，扩大销售范围和增加销售渠道。

3、延展社区服务，上门服务，精品菜家庭培训等。

**六、提升管理水平**

1、目前，中央政府和各地政府出台了许多政策，帮助企业克服困难，共度难关。各地等级评定机构应积极联系地方政府部门，了解政策措施，及时传达到企业，并跟踪政策的落实，把优惠政策用足用好。企业应及时向本地区的等级评定机构反馈有关的政策建议，使国家和地方的政策措施更有针对性。

2、加强成本管理，在保证服务质量和顾客安全的前提下，精打细算，减少损耗。

3、加强对员工培养和管理，提高员工的工作积极性，珍惜工作岗位，爱岗敬业，减少员工的流动。 （行业发展部）

关于做好洗染行业疫情防控和复工指导意见

3月4日，习近平总书记主持召开中央政治局常委，研究当前新冠肺炎疫情防控和稳定经济社会运行重点工作。会议强调，要把复工复产与扩大内需结合起来，把被抑制、被冻结的消费释放出来，把在疫情防控中催生的新型消费、升级消费培育壮大起来，使实物消费和服务消费得到回补。

洗染行业在疫情期间，部分医疗洗涤企业全力保障医疗机构的纺织品洗消，坚守抗击疫情最前线，为抗击疫情做出了不可磨灭的贡献。为深入贯彻落实习总书记重要讲话精神，认真落实相关工作部署，清醒认识当前疫情防控和经济社会发展形势的复杂性，增强抓好复工复产工作的责任感和紧迫感，坚持疫情防控不放松，扎实有序推动洗染行业复工，中国商业联合会洗染专业委员会倡议全国洗染行业结合本地疫情防控要求和企业实际，适时复工。在非常时期发现消费的新需求，创新经营模式，齐心协力、坚定不移的扩大消费，把行业的损失补回来。

**一、严格复工条件**

复工应先联系地方防控疫情领导机构，取得批准后，恢复经营。复工前，应做好全面的卫生清洁工作，必要时，取得有关部门的验收通过。企业应严守返岗复工管理，做好人员健康排查和防疫物资配备等工作，确保复工满足企业及地方政府安全生产和防控疫情等各项要求。各地方协会和相关企业应积极拟定生活衣物洗染服务、公用纺织品、医用纺织品洗涤服务供应等细分复工标准，配合有关部门做好复工的评估。

**二、疫情防控不懈怠**

取得复工资格的企业，应严格遵守当地疫情防控的总体要求，同时认真执行《洗染行业在新型冠状病毒流行期间经营服务防控指南》的各项规定，规范洗涤流程，在保证健康安全的前提下，开展经营。

**三、提振消费信心**

1、增加消费信心是生活衣物洗染企业促进消费的首要任务。生活衣物洗染企业应及时对会员资料进行梳理统计，进行相关回访和市场调查，分析本店、本城市客群消费需求，针对需求调整经营项目。结合行业优势，提前做好安全洗涤流程的宣传介绍，增加客户消费信心。并做好复工促销宣传，配合洗护套餐服务，限量发放储值优惠、折扣券等，以求释放消费需求，稳定客源。

2、相关部门和地方协会应积极创造条件，鼓励企业维护稳定消费群体，通过免费或低价提供防疫物资，使消费者对企业增加忠诚度，同时完善会员信息，做好会员维护。

3、公纺洗涤企业应做足准备工作，借势恢复营业。公纺洗涤企业主要为酒店、餐饮、航空、铁路等系统提供纺织品洗涤服务，高度依赖居民出行消费和酒店住宿。预计疫情结束之后，全民旅游、餐饮将迎来高峰期。同样，公纺洗涤企业也将迎来补偿式恢复增长。为迎接市场复苏后的热潮，公纺洗涤企业应做好物资储备、人员培训等准备工作，理性应对。

4、医纺洗涤企业应培养企业的应急反应力，制定应急机制。疫情期间，医纺洗涤企业几乎全部投入生产。为确保医洗企业员工人身安全和输出的织物洁净卫生，全国各地医洗企业不计成本保障医疗机构的纺织品供应。

5、在面对突发疫情时，加强对员工感染防控的培训力度；加强重点部门、区域的消毒工作和监督力度；加强工作人员个人防护意识等。制定应急机制，科学规范洗涤操作流程，非常重要。

6、坚决保证洗涤和服务质量，做好洗衣消费的宣传和洗衣知识的普及工作。建议将中洗委发布的《致广大洗衣服务消费者》的信和中国商业联合会与阿里本地生活共同推出放心码等相关行业宣传内容张贴公示，增强居民消费信心。

**四、创新消费模式**

1、结合行业优势，宣传居家洗消服务。

受疫情影响，全民提升杀菌消毒的防护意识。洗染行业应结合行业优势和企业实际，围绕消费者洗护消杀需求，引导并满足消费者对衣物、家纺，乃至居家杀菌消毒的需求。拓宽业务服务范畴，引导消费者正确认识居家除尘、除螨、清洁护理和杀菌消毒的重要性和具备专业标准的优质服务，促进洗染行业升级换代，满足消费者需求。

2、引导企业创新，推广零接触服务。鼓励洗衣门店拓展零接触上门取送衣物服务，灵活调配员工进行上门取送服务，拓宽门店业务，增加洗衣消费。开通线上洗护咨询服务，直播讲授安全洗护知识，演示规范操作，宣传销售洗护化料等日用品，吸引消费者关注，不断扩大业务渠道。

**五、提升管理水平**

1、关注政策措施，落实政策优惠。中央和各地政府出台了许多政策，帮助企业克服困难，共度难关。各地方协会应积极联系地方政府部门，了解政策措施，及时传达到企业，并跟踪政策的落实，把优惠政策用足用好。企业应及时向行业协会反馈有关的政策建议，使国家和地方的政策措施更有针对性。

2、加强成本管理，理性调整步伐。现金流是企业经营的“血液”，除提升门店、工厂消毒级别等防疫成本的必要支出外，理性调整企业的扩张步伐，在保护自身健康，保障客户的安全洗护需求的前提下，控制其他开支，减少损耗，把现金都用在刀刃上。

3、做好内部培训，夯实企业实力。面对突发事件时，企业经营的稳定性、人员调配、技术支持等方面的配合足以考验企业应对风险的能力。借此契机，加强企业对管理层级和员工的内部培训，保障人员稳定和素质提升是保证企业顺利恢复营业的关键。对员工进行系统培训，树立正确的舆论导向，提高员工的工作积极性和职业荣誉感，珍惜工作岗位，爱岗敬业，减少员工的流失。对于工作在一线的生产员工加大保障投入，让员工踏实放心的完成本职工作。

越崎岖，才知平坦之可贵；经波折，方悟幸福之真谛。我们坚信，在党中央的坚强领导下，在行业协会的积极协调下，在全体洗染行业同仁的共同努力下，坚定信心、同舟共济、科学防治、精准施策，我们一定能战胜疫情，共同迎来洗染行业市场复苏的热潮。

（洗染专业委员会）

中国美发美容行业复工指导意见

自新冠疫情发生以来，党中央始终把人民群众生命安全和身体健康放在第一位，彰显伟大中国强大制度优势与举国实力。目前，已经强有力地遏制住了疫情蔓延的势头，举国上下开始有步骤有方法地复产复工，力争早日恢复正常的生产生活秩序，重建繁荣美好的社会主义新生活。3月4日中共中央政治局常务委员会召开会议，会议强调，要把复工复产与扩大内需结合起来，把被抑制、被冻结的消费释放出来，把在疫情防控中催生的新型消费、升级消费培育壮大起来，使实物消费和服务消费得到回补。

为了落实会议精神，中国美发美容协会、中国商业联合会健康美业专业委员会联合制定美发美容行业疫情后复工指导意见。请根据当地政府相关要求有序恢复正常经营活动，创新经营思路，开展行之有效的促销手段，培育新型消费模式，将美业损失尽快回补，打赢美业复工复产的攻坚战。

**一、行业组织要有担当，有作为。**随着疫情防控的节节胜利，尽快恢复经济和生活秩序尤为重要。各地美发美容行业组织要认真学习会议精神，集思广益，因时因地制宜，研究美发美容行业科学有序、安全高效复产复工的条件和措施。重点解决广大从业者的思想认知问题，树立美发美容行业科学复工的两个基本心态：**1、树立感恩祖国、坚定信心，主动创新的心态。**举国抗疫期间，美发美容行业损失巨大是不争的事实，但美业长期向好的基本面不会改变。目前疫情防控形势持续向好、生产生活秩序加快恢复，人民对美好生活的追求就是我们行业的机遇，爱美求美，身心健康都是美业可以为社会大众提供服务的领域。据此，美发美容行业短期可充分利用互联网对顾客进行情感安抚与美文化教育，加强与顾客的亲密互动，同时重视品牌营销、客情维护和升级服务方式，主动拓宽业务链条。长期发展则要进行产业系统升级，提高门店服务、管理的数字化水平，规范质量体系，注重走品牌化、连锁化、定制化的发展道路。**2、树立组织观念、团结一心，共度难关。**由于疫情的影响，隔断了企业与员工之间、顾客之间的联系，直接影响了全国数百万家美发美容门店的生意。行业组织要积极行动起来，正面疏导，号召行业团结一心，传播正能量。隔离病毒但不隔离爱，只要我们的心一直在一起，爱一直在，就能够共建行业形象、传播美文化、孵化品牌矩阵、打造榜样机构，坚定从业者复产复工的信心，更能激活消费信心。

**二、严格遵守复工的条件。**各地美发美容企业需积极响应中央复工复产的相关会议精神，按照当地政府复工相关要求和具体规定，结合自身经营条件、防疫措施、市民消费需求及行业特点，有序组织复工经营。按照中央精神，低风险地区复工不用经过审批。复工前要严格、全面摸排本单位员工及其共同居住家人的健康状况，提前为员工准备体温检测器、口罩、消毒液等防护物资。取得批准后，合法合规恢复经营。复工前，应做好全面的卫生清洁工作，必要时，取得有关部门的验收通过。根据各地政府和行业协会拟定的细分复工标准，配合有关部门做好复工的评估。按照规定张贴相关合格标识，增强消费者信心。

**三、继续做好疫情防控的各项工作。**取得复工资格的企业，应严格遵守当地疫情防控的总体要求，同时认真执行《美发美容行业在新型冠状病毒感染的肺炎防控期间经营服务指南》的各项规定，利用中国美发美容协会发布的《疫情防控追溯系统》以及“安心码”等工具，在保证健康安全的前提下，提供服务，开展经营。  
 **四、复工期间必要措施与自救经营。1、企业要安抚员工，尽量不裁员。**复工前加强员工关怀工作。布置相关线上工作计划和专业学习，要求进行打卡汇报，帮助员工在家中恢复工作状态。提前规划和确定员工返程及上班时间，协助员工提前预定返程的工具和票，并做好返程中疫情防护工作。**2、按要求做好完善的工作要求。**摸排员工健康状况，公示员工健康码，配备测温枪，做到每客必测，做好客户登记工作，进店全程必须戴口罩。毛巾等用品要一客一换，工具物料保证按要求定时完成消毒工作，保证店内按时合规消毒。**3、做好客户管理。**及时对客户资料进行梳理统计，进行相关回访和市场调查，分析本店、本城市客群消费需求，针对需求调整经营项目。全方位做好客情维护，例如赠送口罩、精油，酒精等物品。做好回访工作，让消费者感受到被关心、被重视，增强客户粘度。**4、提前做好复工和促销宣传。**一是利用线上多种形式发布关于店内卫生消毒情况、人员工作流程等。二是聚焦主营业务制定秒杀等优惠方案，线上开展大量造势营销。利用预约类小程序等手段，推出特别优惠项目或套餐。项目可以包含基本刚需消费和相对利润高的项目，以求释放消费需求，稳定客源，确保长期收益。三是延长会员卡券的使用有效期，提升品牌信誉度，增强会员对门店的忠诚度、好感度，拉动需求，促进消费。**5、积极做好开业准备，加强品牌营销。**传递企业社会责任感，打造客户心理的健康IP形象。树立门店和团队在客人心中的IP印象。**6、建立预约机制。**鼓励和引导消费者进行全方位的预约消费，为避免消费者扎堆到店，尤其是美发行业，倡导商家预约方式。设置接受预约时间、人数等信息手段，提前疏导并提高用户预约到店效率，提高消费品质和服务效益，合理安排错峰客流，减少人员集中，使顾客得到更舒适的享受，让店面充分利用时间和空间产生更大的效益。**7、鼓励企业维护稳定消费群体，**可以联合供应商通过免费或低价提供防疫物资，使消费者对企业增加忠诚度，同时完善会员信息，做好会员维护。**8、企业经过当地部门报批通过，**可以组织开展或参与对特殊人群的公益服务活动，传播正能量，展示企业品牌形象。**9、建立合作机制。**各地协会组织可以与保险公司建立合作机制，推出符合疫情防控的相关保险产品，可以用促销的手段发放定制保险产品。为从业者及消费者提供必要的保障。  
 **五、创新消费理念和模式。1、充分利用美业+互联网提前锁客。**培养团队的线上运营能力，通过在网上开直播课程、提供线上一对一服务等方式提高服务的线上化率。“线下服务+线上实物”售卖形式有可能成为美业服务的新业态，实物消费和服务消费将进一步融合。**2、美发美容行业应向创造美和健康有机结合方向发展。**尤其疫情过后，健康更是引起社会的高度重视，美发美容行业通过技术创造美的同时，将健康理念融入操作过程，树立消费者美不损伤健康，康展示美好的观念，围绕消费者刚性需求，升级服务项目，将传统的美发美容行业消费提档升级，满足消费者的新时尚、新时代需求。**3、引导企业培育专业咨询师。**突出专业水平同时为客户提供更亲切周到的定制服务。咨询内容包含操作项目定制，专业知识解惑，美学修养、形象设计、家居保养，心理辅导等，以此开发客户深层需求，在增强消费者粘度的同时为企业开源。**4、企业要带领员工充分利用线上高科技的共享工具，**快速建设“云课堂”、“云会议”、“云服务”。全方位开展全网营销模式，通过公众平台、自媒体、短视频等在5G环境下的应用，设立专职或兼职团队进行企业品牌形象、服务和产品的新营销，与消费者消费习惯的变化和趋势同频。通过更多形式的传播，扩展企业的渠道，增加客源。**5、加强异业联盟，**拓新跨界项目，满足消费者潜在需求。**6、生产企业要加大技术引进和研发投入的力度，**向产业化、专业化、标准化方向发展。**7、教育领域要按照当地政府关于教育机构复学的相关要求严格执行。**要转变思路，积极开展线上教学，远程函授的模式，完成复学前的教学安排。  
 **六、提升管理水平。1、目前，中央政府和各地政府出台了许多政策，帮助企业克服困难，共度难关。**各地行业协会应积极联系地方政府部门，了解政策措施，及时传达到企业，并跟踪政策的落实，把优惠政策用足用好。企业应及时向行业协会反馈有关的政策建议，使国家和地方的政策措施更有针对性。**2、加强成本管理，**在保证服务质量和顾客安全的前提下，精打细算，减少损耗，保证企业现金流水平。**3、加强企业专业培养和管理，**提高员工的向心力和凝聚力，留住优秀人才，降低人员流失，保证企业稳定运营。**4、规范企业质量管理体系，促进服务质量全面提高。**将企业技术提升能力和服务质量作为立业之本，强化质量责任意识，全面提高行业服务质量；提高企业管理效率，提升人效比，降低获客成本。回归经营本质，深度挖掘美发美容行业高附加值服务产品，提升企业效益，保持行业的可持续性生命力。  
 （中国美发美容协会、中国商业联合会健康美业专业委员会）

协 会 动 态

关于积极应对疫情对家电服务业影响的指导意见

按照习近平总书记在研究当前新冠肺炎疫情防控和稳定经济社会运行重点工作的会议上提出的“要把复工复产与扩大内需结合起来，把被抑制、被冻结的消费释放出来，把在疫情防控中催生的新型消费、升级消费培育壮大起来，使实物消费和服务消费得到回补”的指示精神，中国家用电器服务维修协会（以下简称协会）结合家电服务业特点与实际情况，提出以下指导意见，请各单位结合本地疫情防控的要求和本单位实际情况，做到防控疫情与释放消费两手抓，两手都要硬。

**一、恢复正常上门服务的条件**

家电上门服务人员在疫情期间从未间断对各地医院、隔离观察酒店等重要场所家电的安装、维修和维护服务，保证了疫情防控战役不断取得阶段性胜利。疫情期间，按照个人家庭用户的实际需求，正常提供上门服务，随着疫情防控要求的不断升级，以及家电服务具有上门服务人员要进入家庭或公共场所与用户面对面沟通的特点，大多数用户主动提出暂缓上门服务。

疫情防控解除后，在告知用户可以放心接受正常上门服务前，应先联系所在地疫情防控领导机构，取得批准后方可进行上门服务。

上门服务前，做好全面的防疫消杀清洁工作，必要时，取得有关部门的验收通过；上门服务时，须持有上门证并主动向用户出示，所携带的工具和物品张贴相关清洁合格标识，让用户放心。

**二、继续做好疫情防控的各项工作**

经批准正常开展上门服务的单位，应严格遵守所在地疫情防控的总体要求，并认真执行由商务部服务贸易与商贸服务业司下发，中国商业联合会和协会联合发布的《家电服务业在新型冠状病毒流行期间经营服务防控指南》中的各项规定，在保证健康安全的前提下，开展经营活动，提供上门服务。

**三、促进消费的措施**

（一）推动业务发展

1.疫情防控解除后，如发生上门服务需求激增超出正常服务能力情况，单位要制定应急方案，采取合理、积极、有效措施，稳定用户情绪，保质保量有序完成。

2.可以为政府、医院、学校、幼儿园、饭店、写字楼、商业经营场所等公共市场的空间和中央空调开展专业消杀清洗服务，确保公共场所没有安全隐患。

3.面对空调销售旺季的到来，可以结合家电专业清洗服务、空调与健康讲座等方式积极推动空调新机销售、以旧换新销售和服务。如果开展提前购买预约安装，应给予必要的优惠措施。

4.可以联合健康专家、美食博主向用户传递健康生活理念、健康饮食理念，促进健康电器、厨房电器销售及服务。

5.鼓励各单位通过协会与市场监管总局、中消协共同发布的公共电话服务平台118114，主动向用户提供关怀服务，可采取限量免费提供服务体验或发放折扣券等形式，促动关联服务的消费。

（二）创新服务模式

1.为保障提供不间断的家电服务，各单位积极创新服务模式，提升远程无接触服务能力，通过电话、在线视频等方式指导用户解决家电问题。

2.对必要的上门服务，在与用户沟通后，部分采取产品以旧换新的服务模式，既保障服务又促进消费。

3.呼叫中心通过呼叫转移、交互等方式，避免呼叫中心人员聚集，客服人员在家远程办公，接听电话。

4.完善产品信息平台，供用户自由查询相关产品型号、常见故障等。

5.利用各种媒体渠道开展线上营销活动，促进消费。

四、做好全面恢复经营活动的准备

1.依据中央和各地政府出台的帮扶政策，积极贯彻落实，把优惠政策用足用好。并及时向行业协会反馈有关政策建议。

2.制定本单位疫情防控解除后正常开展经营活动的推进和实施方案。

3.严格按照本单位所在地政府和疫情防控管理部门的要求做好疫情防控工作，做好上门服务人员健康监测，保证上门服务人员的基本防护物资。

4.加强员工心理疏导和培训，通过新型服务模式提供服务，控制每日业务量，保障服务人员的用餐及休息。

5.适当调整本单位考核指标，在保证安全的前提下做好服务工作。 （中国家用电器服务维修协会）

报：国资委，商务部，国家发改委，财政部，工业和信息化部，民

政部社会组织管理局，国资委直管协会。

送：会领导、兼职副会长，各省、市、自治区、计划单列市、副省级城市商业主管部门和商业联合会（协会），本会各理事单位。

发：本会各部门、分支机构、事业单位、代管协会。

联系电话、传真：010—85295021

联 系 人：温照红

本刊邮箱：shxxc@vip.sina.com

商会网址：[www.cgcc.org.cn](http://www.cgcc.org.cn)