



中华人民共和国国家标准

GB/T 46705—2025

消费体验中心建设与服务通则

General rules for the construction and service of consumer experience center

2025-10-31 发布

2026-02-01 实施

国家市场监督管理总局
国家标准化管理委员会 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 总体原则	1
5 建设要求	1
5.1 规划选址	1
5.2 空间布局	2
5.3 环境与配套设施	4
6 服务内容及要求	5
6.1 展示服务	5
6.2 体验服务	6
6.3 活动策划	6
6.4 交易支持服务	6
6.5 售后服务	7
7 服务管理	7
7.1 品牌与引流管理	7
7.2 会员管理	7
7.3 服务人员管理	8
7.4 设施设备管理	8
8 评价与改进	8
8.1 评价	8
8.2 改进	8
参考文献	9

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》的规定起草。

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专利的责任。

本文件由全国服务标准化技术委员会(SAC/TC 264)提出并归口。

本文件起草单位：中国标准化研究院、中国消费者协会、中国电子工程设计院股份有限公司、北京市标准化研究院、浙江财经大学、河北省标准化研究院、中关村现代信息消费应用产业技术联盟、中国百货商业协会、宜家(中国)投资有限公司、北京京东数智工业科技有限公司、四川积江城投建设工程有限公司、北京菜市口百货有限公司。

本文件主要起草人：王娜娜、侯非、郑娟尔、靳宗振、付强、曾毅、韩涵、王瑛、耿洁、刘燕、陈萌、陈红、于思洋、苏有余、张亚蕾、卢慧、孙炎、韩飞、李紫鹏、王琦、张雨辰。

消费体验中心建设与服务通则

1 范围

本文件确立了消费体验中心的建设与服务总体原则,规定了消费体验中心建设要求、服务内容及要求、服务管理以及评价与改进。

本文件适用于开展消费体验中心建设与服务管理。

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 18883 室内空气质量标准
- GB/T 40248 人员密集场所消防安全管理
- GB/T 42509 质量管理 顾客体验管理指南
- GB 50763—2012 无障碍设计规范

3 术语和定义

下列术语和定义适用于本文件。

3.1

消费体验中心 consumer experience center

以促进特定产品或服务的生活消费为目的,通过环境设计、科技手段、互动活动等方式,使消费者主动参与并沉浸式体验相关产品、服务及其应用场景,从而感知和理解其品牌价值或核心主题的场所。

4 总体原则

开展消费体验中心建设与服务时,宜遵循以下原则:

- 以用户价值为导向,聚焦于解决用户痛点、满足深层需求、激发情感共鸣和建立长期信任;
- 以数智技术为支撑,应用人工智能、物联网、大数据等技术,增强消费体验中心的感知能力,提升决策精准度与服务执行效能,协同优化用户体验与运营效率;
- 打造沉浸式场景,通过精心设计的故事线和场景化环境,将品牌理念、产品价值、技术优势以直观、感性的方式传递给用户,创造深刻记忆点;
- 敏捷运营与协同,通过灵活运营,并整合内外部资源,形成生态协同效应,确保持续吸引力和价值产出。

5 建设要求

5.1 规划选址

5.1.1 消费体验中心规划选址应: