



中华人民共和国国家标准

GB/T 28227.1—2011

文化服务质量管理体系实施指南 第 1 部分：总则

Guidelines for the implementation of quality management
system of cultural service—Part 1: General

2011-12-30 发布

2012-05-01 实施

中华人民共和国国家质量监督检验检疫总局
中国国家标准化管理委员会 发布

目 次

前言	III
引言	IV
1 范围	1
2 规范性引用文件	1
3 术语和定义	1
4 质量管理体系	3
5 管理职责	5
6 资源管理	7
7 产品实现	8
8 测量、分析和改进	12
参考文献	15

前 言

GB/T 28227《文化服务质量管理体系实施指南》分为七个部分：

- 第 1 部分：总则；
- 第 2 部分：室内博物馆；
- 第 3 部分：室外博物馆；
- 第 4 部分：音像制品销售和出租；
- 第 5 部分：音像及电子出版物复制；
- 第 6 部分：影院；
- 第 7 部分：剧院。

本部分为 GB/T 28227 的第 1 部分。

本部分由全国服务标准化技术委员会(SAC/TC 264)归口。

本部分起草单位：中国标准化研究院、中华社会文化发展基金会、中国认证认可协会、中国合格评定国家认可中心、中质协质量保证中心、方圆标志认证集团有限公司、新华月报、世纪剧院、北京中影电影有限责任公司、周口店北京人遗址博物馆、中国出口商品包装研究所。

本部分主要起草人：曾毅、任力强、邓镇非、陈志田、赵宗勃、李仁良、杨铭、周湘梅、张希光、罗洪涛、汤福华、王维胜、高小龙、王世川、侯宝立、杨海峰、李建华、祝燕。

引 言

0.1 总则

文化组织在物质文明和精神文明进程中,根据提供各具特色的文化服务与文化市场、文化产业不断变化的需求,维护消费者与经营者合法权益,保护国家文化安全,全面开展文化服务质量管理工作,建立、实施、保持和改进质量管理体系。

组织最高管理者遵循 GB/T 19000 提出的八项质量管理原则:a)以顾客为关注焦点,b)领导作用,c)全员参与,d)过程方法,e)管理的系统方法,f)持续改进,g)基于事实的决策方法,h)与供方互利的关系;指导组织进行业绩改进和提高服务质量。

0.2 过程方法

最高管理者在组织内推广 GB/T 19001 和 GB/T 19004 中提及的八项质量管理原则的知识及其应用,强调以过程为基础的质量管理体系模式,对文化服务质量管理体系中诸多单个过程之间的联系及过程的组合和相互作用进行连续的控制,达到持续改进的目的。

为有效运行 GB/T 19001 提出的以 PDCA 循环过程为基础的质量管理体系模式,需要组织在服务过程中基于顾客的感受、满意程度,对质量管理体系不断地进行评审和改进,并对其改进结果的有效性进行评价。

0.3 与 GB/T 19001 和 GB/T 19004 的关系

本部分是 GB/T 19001 在文化服务行业的应用。

通过追求业绩持续改进而超越 GB/T 19001 要求的组织,可采用 GB/T 19004 阐述的持续改进的过程方法,识别并满足顾客和其他相关方的需求和期望持续改进的目的,保持和提高组织的总体业绩与效率,并使相关方持续受益。

0.4 与其他管理体系的相容性

组织在建立质量管理体系的同时,可建立文化服务环境管理体系或协调整合其他类似的服务管理体系。

建立环境管理体系可遵循 GB/T 24001—2004《环境管理体系要求及使用指南》和 GB/T 24004—2004《环境管理体系原则、体系和支持技术通用指南》等相关标准的规定。

基于管理简约化与整合的理念,组织可兼容质量管理体系和环境管理体系的特点,选择质量管理体系和环境管理体系等多体系审核。

0.5 本部分的目标

本部分遵循 GB/T 19000~GB/T 19004 标准中的诸项质量管理原则,强调建立和改进质量管理体

系是最高管理者的责任。

本部分充分考虑到文化服务过程中顾客的要求、创新和文化遗产保护的需求,对建立文化服务质量管理体系,开展文化服务质量管理工作,提出通用性、指南性要求。各类组织可根据自身服务特性,对本部分阐述内容进行适当的应用,保证顾客及相关方的合法权益得以实现。

文化服务质量管理体系实施指南

第 1 部分：总则

1 范围

1.1 总则

本部分为有下列需求的组织规定了质量管理体系要求：

- a) 需要证实其具有稳定地提供满足顾客要求和适用的法律法规要求的产品的能力；
- b) 通过体系的有效应用,包括体系持续改进过程的有效应用,以及保证符合顾客要求和适用的法律法规要求,旨在增强顾客满意。

注 1: 本部分中“顾客”,指文化组织外部的最终服务接受者(组织提供服务的接受者);但亦适用于组织内部顾客,这里的顾客是现行过程中下一阶段成员(过程输出中内部的接受者,特别是在大型文化组织中)。

注 2: 本部分中“产品”,指文化组织提供的服务,形成的文化产品(包括服务品牌);预期提供给顾客或顾客要求的产品(诸如图书、网游、电影、戏剧等),也可指服务。

注 3: 法律法规要求可称作法定要求。

1.2 应用

本部分规定了文化服务组织建立质量管理体系的要求。

本部分适用于各类文化服务组织。

2 规范性引用文件

下列文件对于本文件的应用是必不可少的。凡是注日期的引用文件,仅注日期的版本适用于本文件。凡是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 19017 质量管理体系 技术状态管理指南

GB/T 19024 质量管理 实现财务和经济效益的指南

GB/Z 19027—2005 GB/T 19001—2000 的统计技术指南

3 术语和定义

下列术语和定义适用于 GB/T 28227 的本部分。

3.1

文化服务 culture service

为满足顾客对文化的需要,在供方和顾客接触面上完成活动的结果,其结果通常是无形的。

注 1: 文化服务的提供可涉及,例如:

- a) 为顾客提供的有形产品(如图书、报刊)上所完成的活动;
- b) 为顾客提供的无形产品(如播音、演唱)上所完成的活动;
- c) 有关有形(物质)文化遗产(如历史文化遗迹、自然遗产)保护、观光的过程;
- d) 有关无形(非物质)文化遗产(如民族民间文化口头传承艺术)保护、传承的过程;
- e) 为顾客创造氛围(如休闲游艺、娱乐场所);
- f) 文化创意与传播。

注 2: 改写自 GB/T 19000—2008,定义 3.4.2。