

# T/CRTAS

中国道路运输协会团体标准

T/CRTAS XX—XXXX

## 定制客运服务品牌建设规范

Specification for customized road passenger transport service brand construction

(征求意见稿)

在提交反馈意见时，请将您知道的相关专利连同支持性文件一并附上。

XXXX-XX-XX 发布

XXXX-XX-XX 实施

中国道路运输协会 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 品牌建设目标 .....	1
5 品牌建设 .....	2
6 评价与改进 .....	3
附录 A（规范性） 定制客运服务品牌评价项目及内容 .....	4
参考文献 .....	6

## 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。

本文件由中国道路运输协会提出并归口。

本文件起草单位：中国道路运输协会、苏汽集团有限公司、新国线运输集团有限公司、常州公路运输集团有限公司、四川省汽车运输成都公司、甘肃天嘉交通运输集团有限公司、宁夏天豹交运集团有限公司、贵州黔运集团有限公司、四川富临运业集团股份有限公司、车巴达（苏州）网络科技有限公司、盛威时代科技股份有限公司。

本文件主要起草人：……。

# 定制客运服务品牌建设规范

## 1 范围

本文件规定了定制客运服务品牌建设、评价与改进等的要求，给出了品牌建设目标，描述了对应的证实方法。

本文件适用于定制客运服务品牌建设。

## 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 18344 汽车维护、检测、诊断技术规范

GB/T 29186.1 品牌价值要素评价 第1部分：通则

GB/T 39906 品牌管理要求

JT/T 325 营运客车类型划分及等级评定

JT/T 1344 纯电动汽车维护、检测、诊断技术规范

JT/T 1470 道路客运定制服务规范

JT/T 1523 定制客运网络平台技术要求

## 3 术语和定义

GB/T 29186.1、JT/T 1470界定的以及下列术语和定义适用于本文件。

### 3.1

**定制客运服务品牌** customized road passenger transport service brand  
**品牌**

在定制客运服务场景中，经营者通过服务、质量、市场、创新等多维度建设，在旅客、行业监管方等利益相关方意识中形成的独特印象和联想，是驱动旅客选择、提升市场竞争力的核心无形资产，包括但不限于：名称、用语、符号、形象、标识、设计或其组合，用于区分产品、服务和（或）实体，或兼而有之。

[来源：GB/T 29186.1，3.1，有修改]

### 3.2

**品牌主体** subject of service brand  
品牌建设所依附的对象。

## 4 品牌建设目标

4.1 为社会公众提供“服务优质、安全可靠、美誉度高”的定制客运品牌服务。

4.2 促进定制客运与其他交通方式的融合发展。

- 4.3 推动定制客运规范化、网络化、数智化、规模化发展。
- 4.4 提升服务品质，为品牌主体带来社会声誉、经济收益、市场份额增长等。

## 5 品牌建设

### 5.1 服务要素建设

- 5.1.1 参与定制客运服务的驾驶员服务应符合 JT/T 1470 的要求，上一年度诚信考核等级应在 A 级及以上。
- 5.1.2 应制定服务人员培训制度，开展岗前培训及定期培训。
- 5.1.3 应使用符合 JT/T 325 规定的高一级及以上等级营运客车，宜使用新能源或清洁能源客车。
- 5.1.4 应使用符合 JT/T 1523 规定的定制客运网络平台。
- 5.1.5 线路开行前应开展旅客需求调研，提供符合市场需求的定制客运服务，按需规划线路、安排发车时间。
- 5.1.6 应提供多种购票途径，提供电子发票服务。
- 5.1.7 应提供上门接送、定点接送、车辆位置可视化等多种便捷化服务。
- 5.1.8 应提供符合 JT/T 1470 中服务流程与要求的服务，制定并公开服务承诺，持续优化服务，提升旅客体验，提高旅客满意度。
- 5.1.9 应建立投诉处理机制，公开投诉方式和处理流程。
- 5.1.10 应为老幼病残孕等特殊旅客出行提供便利。
- 5.1.11 宜结合地域、文化等建设具有地方特色的服务要素。

### 5.2 质量要素建设

- 5.2.1 应制定安全管理规范，开展安全标准化建设，定期开展应急演练。
- 5.2.2 应建立车辆检查维护制度，按照 GB/T 18344、JT/T 1344 的相关规定开展车辆检查和维护。
- 5.2.3 应建立车辆动态监控系统，实时监控车辆运行位置、速度、行驶状态等信息，发现违规驾驶行为及时提醒、纠正和处理。
- 5.2.4 应制定驾驶员、停靠点服务人员等的服务规程，制定配套考核标准。考核结果宜作为员工绩效、岗位培训频率的关联依据。
- 5.2.5 应通过定制客运网络平台及时更新停靠站点、票价、班次等信息，按要求接入电子客票系统，全量实时上传电子客票信息。
- 5.2.6 应通过数字化调度，优化运输组织，提升运营效率。
- 5.2.7 应建立服务质量管理制度；宜开展多层次现场、线上数据等服务质量检查。
- 5.2.8 应定期对服务水平进行评价，根据评价结果进行优化和改善。

### 5.3 市场要素建设

- 5.3.1 应明确核心定位，结合区域特色、旅客群体特征塑造差异化品牌形象。

- 5.3.2 应明确文化内涵，与定位和核心价值相适应，并符合旅客及其他利益相关方的需求。
- 5.3.3 应设计并使用统一、醒目、易识别的品牌标识、车身设计、停靠点标识、平台界面，在车辆、平台、停靠点等场景统一应用。
- 5.3.4 应通过多种途径传播品牌文化，提升品牌形象，提高品牌美誉度，培育品牌忠诚度。
- 5.3.5 应提升运营效率和品牌管理效益，增强品牌竞争能力，提高市场占有率。
- 5.3.6 宜对品牌进行国内商标注册，依法保护创新活动形成的知识产权。

#### 5.4 创新要素建设

- 5.4.1 应设置品牌管理机构，制定管理制度，配备管理人员。
- 5.4.2 应按照 GB/T 39906 中 7.4 的要求进行品牌价值维护。
- 5.4.3 应加大研发经费投入、信息化建设投入，持续加强技术功能升级。
- 5.4.4 宜加大品牌建设专门经费投入，包括但不限于形象策划、广告发布和线下推广等。
- 5.4.5 宜以满足旅客及其他利益相关方当前和未来的、明示和隐含的需求为导向，持续开展创新活动，形成创新成果和自主知识产权。

### 6 评价与改进

- 6.1 品牌主体应采取自我评价和外部评价相结合的方式，定期开展品牌建设评价。
- 6.2 参加评价的品牌主体应满足以下条件：
  - a) 具有独立法人资格；
  - b) 取得道路客运班线经营许可，且办理定制客运备案的道路客运经营者，或为其服务的定制客运网络平台；
  - c) 连续开展定制客运服务不少于2年；
  - d) 品牌成立并使用不少于1年；
  - e) 使用的定制客运网络平台具备相应增值电信业务经营许可；
  - f) 上一年度无特大恶性服务质量事件；
  - g) 上两年度无较大及以上安全责任事故；
  - h) 上一年度旅客投诉处理满意率不低于98%。
- 6.3 由评价活动组织方依据附录 A 给出的评价指标体系，制定评价细则、开展评价活动，并根据评价结果公开发布定制客运服务品牌名单。
- 6.4 品牌主体应根据评价结果，采取相应措施，持续优化品牌建设活动，提升品牌价值。
- 6.5 评价结果有效期为三年，三年期满后应进行重新评定。
- 6.6 定制客运服务品牌有效期内出现不满足 6.2 要求的条件之一，或不满足附录 A 相关要求的，应移出定制客运服务品牌名单。

附 录 A  
(规范性)  
定制客运服务品牌评价项目及内容

表A.1给出了定制客运服务品牌评价项目及内容。

表A.1 定制客运服务品牌评价项目及内容

序号	评价项目	评价项目	评价内容
1	品牌主体情况	合规性	企业具备法人证书、道路客运班线经营许可、定制客运备案
		从业经验	定制客运业务开展时间不少于2年
		网络平台	具备增值电信业务经营许可（使用第三方平台的需具备道路客运经营者与平台协议）
		经营实力	满足以下条件之一： ——开通运营的定制客运线路不少于10条，且投入运营的车辆不少于60辆； ——开通运营的定制客运线路不少于6条，且投入运营的车辆数量不少于100辆； ——定制客运业务覆盖的地级及以上城市数量不少于5个，且投入运营的车辆数量不少于100辆
2	服务要素建设情况	服务资质	1. 驾驶员上一年度诚信考核等级在A级及以上的达到100%； 2. 使用的平台具备三级及以上信息系统安全保护等级备案
		服务基础条件	1. 用于开展定制客运服务的客车在高一级及以上等级的达到100%； 2. 平台具备JT/T 1523中4.1列出的服务功能
		旅客满意	上一年度投诉处理达到以下条件： 1. 投诉响应率达到100%； 2. 有效投诉处理率达到100%； 3. 有效投诉处理满意率不低于98%
		人员素质	上一年度相关服务人员定制服务培训覆盖率达到100%
3	质量要素建设情况	质量管理水平	上一年度无特大恶性服务质量事件
		质量水平	上一年度企业质量信誉考核结果(或诚信评价考核结果)达到A级及以上
		服务能力	1. 上一年度日均发班班次不少于400个，或客位数不少于4000个； 2. 上一年度完成客运量不少于60万人次，或客运周转量不少于4000万人·km
		服务效率	1. 上一年度上座率不低于45%； 2. 上一年度发车准点率不低于99%； 3. 上一年度线上预约响应率不低于95%
		运输安全	1. 上两年度无较大及以上安全责任事故； 2. 上一年度行车责任事故率不高于0.03次/车、受伤率不高于0.01人/次、死亡率不高于0.002人/车
4	市场要素建设情况	市场竞争力	上一年度运营线路所在区域内同类服务占比不低于30%
		市场稳定性	1. 上一年度定制客运营收总额不低于1500万元，或利润总额不低于100万元； 2. 上一年度营收增长率不低于5%，或利润增长率不低于5%
		市场知名度	上一年度市场推广和宣传应满足以下条件之一： ——参加全国性、省市级大型活动展示推介不少于1次； ——参加各类活动获得相关荣誉不少于1项； ——自媒体平台关注人数累计不少于3万； ——品牌获得市级以上新闻媒体及相关政府部门网站、微信公众号发布的正面新闻报道不少于5次
		品牌历史	品牌创立时间不少于1年

表A.1 定制客运服务品牌评价项目及内容（续）

序号	评价项目	评价项目	评价内容
5	创新要素建设情况	创新投入情况	1. 设置品牌管理机构； 2. 上一年度创新建设方面费用（含品牌建设、推广、研发及信息化建设等）投入不低于上上年度定制客运营收总额的 5%，且技术开发和信息化建设投入占比不低于 3%； 3. 上一年度平台技术功能升级不低于 2 次； 4. 上一年度形象策划和推广活动数量不少于 5 次
		创新成效	品牌创立以来创新成效不少于 1 项（包括取得商标注册、获得专利、参与各类标准制定、取得品牌示范试点证书等）
		创新举措	新能源或清洁能源车辆占比不低于 60%

## 参 考 文 献

- [1] 道路旅客运输及客运站管理规定（交通运输部（2023）18号令）
  - [2] 交通运输部办公厅关于印发《班车客运定制服务操作指南》的通知（交办运函〔2022〕1205号）
  - [3] GB/T 31046 品牌价值评价 交通运输业
-