

SB

中华人民共和国国内贸易行业标准

SB/T 10833—2025
代替 SB/T 10833—2012

百货店客户关系管理系统基本功能要求

Basic functional requirements of relationship management system for
department store

2025 - 04 - 02 发布

2025 - 10 - 01 实施

中华人民共和国商务部 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 系统定义	1
5 会员账户管理	2
6 会员积分管理	4
7 会员营销管理	4
8 优惠券管理	5
9 会员礼品管理	5
10 会员消费分析	6
11 系统接口管理	7
参考文献	8

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。

本文件与SB/T 10833—2012相比，除结构调整和编辑性改动外，主要技术变化如下：

- 更改了“客户关系管理”的定义（见3.2，2012年版的2.2）；
- 删除了术语“客户关系管理系统基本功能”、“会员卡”、“系统定义”、“库存卡”（见2012年版的2.3、2.4、2.5、2.6）；
- 增加了“会员”的定义（见3.3）；
- 删除了“系统定义”中会员卡卡种、类型的定义（见第5章，2012年版的3.4、3.5）；
- 更改了“会员账户管理”的会员级别设定、会员信息管理及会员标签（见第5章，2012年版的第4章）；
- 更改了“会员积分管理”的会员积分规则及兑换要求（见第6章，2012年版的第5章）；
- 增加了“会员营销管理”的营销活动设定、创建、参与及数据查询统计（见第7章）；
- 增加了“会员礼品管理”的礼品分类、发放、库存管理及进销存查询（见第9章）；
- 修改了“会员消费分析”的会员消费排名、促销分析（见第10章，2012年版的第7章）；
- 增加了“系统接口管理”的基础服务接口、积分服务接口、优惠券服务接口、会员交易服务接口（见第11章）；

本文件由中华人民共和国商务部流通业发展司归口。

本文件由中国百货商业协会负责具体技术内容的解释。

本文件起草单位：中国百货商业协会、北京石基大商信息技术有限公司、王府井集团股份有限公司、长沙通程实业集团有限公司、利群集团股份有限公司、北京尚博信科技有限公司、武商集团股份有限公司、北京亿高索尔科技有限公司。

本文件主要起草人：范君、杨青松、高明德、吴再强、赵丽、唐振华、庄亮、姜卫、段艳芳、贾新斌。

本文件及其所代替文件的历次版本发布情况为：

- 2012年首次发布为SB/T 10833—2012。
- 本次为第一次修订。

百货店客户关系管理系统基本功能要求

1 范围

本文件规定了百货店客户关系管理系统的系统定义、会员账户管理、会员积分管理、会员营销管理、优惠券管理、会员礼品管理、会员消费分析、系统接口管理的功能要求。

本文件适用于百货店的客户关系管理系统的开发和利用，也适用于其他零售业态客户关系管理系统的开发和利用。

2 规范性引用文件

本文件没有规范性引用文件。

3 术语和定义

下列术语和定义适用于本文件。

3.1

百货店 department store

以经营品牌服装服饰、化妆品、家具用品、箱包、鞋品、珠宝、钟表等为主，统一经营，满足顾客对品质商品多样化需求的零售业态。

[来源：GB/T 18106—2021，4.1.5]

3.2

客户关系管理 customer relationship management:CRM

企业利用信息技术、互联网技术、AI算法等，协调企业与客户在销售、营销和服务上形成交互，并基于相应数据进行特征分析，按不同特征对客户进行详细分类，并向客户提供有针对性的服务。目标是吸引新客户、保留和激活老客户以及将已有客户转为忠实客户，提高客户忠诚度。

3.3

会员 member

通过自愿方式加入，享受特定的权益和服务的消费群体。

[来源：SB/T 10832—2024，3.2]

4 系统定义

4.1 会员字典

会员档案资料中的各项信息内容。

4.2 销售渠道

产生销售的渠道。

4.3 优惠券

系统允许使用的优惠券信息，包括定义优惠券名称、优惠券类型、使用规则等。

4.4 会员卡保管地点

在系统中使会员卡保存和销售的地点分开。

5 会员账户管理

5.1 会员级别管理

5.1.1 级别设定

企业根据自身会员管理目标，设置会员成长条件，划分会员等级、成长值区间及有效期。

5.1.2 权益体系

设定与不同等级相对应的会员权益等完整的会员服务体系。

5.1.3 自动升级规则

按企业会员级别定义的规则，满足相应等级条件后，会员级别自动升级。

5.1.4 自动降级规则

按企业会员级别定义的规则，不满足相应等级条件时，会员级别自动降级。

5.2 会员信息管理

5.2.1 会员注册

在客户同意会员协议及相关隐私条款下，进行自助或辅助登记和建档。

5.2.2 会员注销

客户关系管理系统应具备会员自主注销功能。会员主动注销当前主体会员资格后，企业应当告知会员注销后权益的变化。

5.2.3 管理操作台

集成会员管理各项功能操作界面。

5.2.4 档案录入

记录会员基本档案信息。

5.2.5 有效期变更

变更会员级别及对应权益的有效期。

5.2.6 信息查询

查询会员的消费记录、积分数量、个人权益等相关信息。

5.2.7 信息安全合规

企业在客户关系管理系统的功能设计与运营过程中，应采取必要措施保障个人信息安全。

5.3 会员标签管理

5.3.1 客观标签

会员数据中体现客观存在的信息类别，如会员基础信息中的会员级别、性别、年龄等，会员消费信息中的消费金额、消费次数、客单价等，经过系统计算，反映会员客观事实的标签，如基于年龄定义超过60岁的人员标注老年标签。会员数据发生动态变化，系统计算的标签也会随之动态变化。

5.3.2 主观标签

基于会员数据，通过数据分析和挖掘方法计算并预测事情发生概率的标签。如利用算法预测哪些客户即将流失、哪些客户喜欢购买等，带有一定概率和主观判断。

5.4 群组管理

5.4.1 群组类型

定义客户群分组信息，客户关系管理系统可根据企业经营需要定义客户群组分类，以实现业务管理要求。

5.4.2 静态群组

根据会员数据定义静态客户群组，静态群组根据条件设定生成后不再发生变化。一般指手动添加或从外部导入的用户数据所形成的群组，一经创建，客户关系管理系统不会自动刷新群组成员和状态。

5.4.3 动态群组

指通过一个或多个标签的条件组合筛选出的客户群组。标签是动态变化的，因此符合条件的该群组人员也是动态变化的。

5.5 付费会员管理

5.5.1 付费会员续费

付费会员会费服务有效期满时，为维持相应权益，继续支付相应费用的行为。

5.5.2 付费会员退会

付费会员不再继续享受相应权益，按照双方约定的条件而停用付费会员的行为。

5.6 实体卡管理

5.6.1 会员卡建卡

有实体卡发放需求的，应按会员账户管理统一要求，根据账户信息生成磁卡，即库存卡。

5.6.2 会员卡发放

根据输入的会员信息，激活库存卡，生成可以发放的会员卡。

5.6.3 会员卡换卡

当客户所持会员卡损坏时，应为会员进行换卡操作。

5.6.4 会员卡挂失

当会员卡遗失时，应为会员进行挂失操作。

5.6.5 会员卡挂失恢复

当会员卡挂失后需要恢复时，应为客户进行恢复操作。

5.6.6 会员卡作废

当会员卡因损坏、过期等原因不能使用时，应进行作废处理。

5.6.7 会员卡有效期变更

根据会员卡的使用需求，更改已发放的会员卡有效期。

5.6.8 会员卡状态变更

对会员卡状态以单据的形式进行变动。

本文本为下载打印版本，标准内容以商务部“商务领域行业标准制修订信息管理”系统发布为准。

5.6.9 会员卡验卡

检验会员卡磁道内容、卡号是否与数据库中的记录内容相符。

5.6.10 会员卡补磁

会员卡在使用过程中会发生消磁而影响使用时，对会员卡进行的补磁操作。

6 会员积分管理

应具备会员积分管理功能，方便会员查询、兑换。

6.1 积分规则

设定积分的获取、兑换及使用条件、有效期和清零等规则。

6.2 积分有效期

会员积分可以使用的有效期，系统设定提前一定时间通知会员。

6.3 积分兑换

会员获得的积分，按企业制定的规则，换取商品、服务或抵现。

6.4 清积分处理

会员累计的积分未兑换部分超过有效期后的清除处理。

6.5 消费积分明细查询

查询会员消费后所累计的积分明细数据。

6.6 积分变动明细查询

查询会员积分变动的明细数据。

6.7 会员积分报表

会员积分一定时间周期内的数据报表。

7 会员营销管理

应具备针对会员的营销活动管理功能。

7.1 营销活动设定

设定营销活动规则，包括适用对象、适用范围、参与方式、参与时间以及获得的活动权益等。

7.2 营销活动创建

按照营销活动的设定规则，在系统中创建和配置相应的营销活动。

7.3 营销活动启用

创建好的营销活动，经启用后即可生效、对外发布。

7.4 营销活动参与

根据会员参与注册、推荐、消费等行为，系统与设定的营销活动规则进行匹配，如符合营销活动规则，则发放相应的权益。

7.5 会员参与营销活动查询

查询会员参与营销活动的记录，包括活动时间、活动名称、活动结果、发放权益等详细信息。

7.6 营销活动数据统计

统计营销活动期间参与活动的人数、所发放的权益等。

8 优惠券管理

应具备优惠券的生成、使用、查询、核销等功能。

8.1 优惠券使用规则

定义优惠券使用规则、范围、名称、消费金额及与优惠券金额的配比关系。

8.2 优惠券核销

定义允许使用优惠券的部门、优惠券核销部门及核销规则。

8.3 查询优惠券报表

根据日期、卡类型、优惠券类型，查询商户所派发的优惠券统计数据、及核销的优惠券统计数据。

8.4 按区间段查询优惠券报表

根据指定的日期区间段查询商户所派发的优惠券统计数据、所核销的优惠券统计数据。

8.5 按商品查询优惠券使用信息

根据商户代码、商品代码、优惠券类型及销售部门等查询条件，查出该商品当前符合用券条件的单据编号、规则号等相关信息。

8.6 查询优惠券当前余额

查询会员帐户中当前各类优惠券的余额。

8.7 优惠券消费统计

根据会员账户类型、统计日期、优惠券类型等条件，查询指定类型下所有会员在区间内的消费情况。

9 会员礼品管理

应具备会员活动礼品的登记、分类、发放、查询、报废等功能。

9.1 礼品分类

定义礼品的分类，便于分类管理。

9.2 礼品信息

定义礼品名称、规格、价格等基础信息。

9.3 礼品库存管理

9.3.1 礼品进货单

为清楚地记录礼品进货情况，通过系统记录礼品名称、进货时间、进货数量、供货商等信息而生成的单据。

9.3.2 礼品领取单

本文本为下载打印版本，标准内容以商务部“商务领域行业标准制修订信息管理”系统发布为准。

为清楚地记录礼品领取情况，通过系统记录礼品型号、礼品名称、领取时间、领取数量、领取人、领取地点等信息而生成的单据。

9.3.3 礼品退货单

为清楚地记录礼品退货情况，通过系统记录礼品型号、礼品名称、退货时间、退货数量、退货人、退货地点等信息而生成的单据。

9.3.4 礼品盘点处理

按照时间周期，系统通过礼品进货单、礼品领取单、礼品退货单进行汇总计算，反映当前礼品库存情况的过程。

9.3.5 礼品报废处理

为清楚地记录礼品报废情况，通过系统记录礼品型号、礼品名称、报废时间、报废数量、报废地点、报废处理人等信息的过程。

9.3.6 礼品进销存查询

按照日期、礼品型号、礼品名称等条件查询礼品进货、领取、退货及报废的明细。

9.4 礼品发放规则

根据日期、次数、消费金额等条件设定礼品发放规则，进行礼品促销活动。

10 会员消费分析

应具备对会员消费情况进行多维度分析的功能。

10.1 会员消费报表

根据区域、年龄段、性别、消费频次、消费金额等条件进行查询分析。

10.2 会员商品分类消费报表

根据商品分类对会员消费数据进行查询分析。

10.3 会员商品品牌消费报表

根据商品品牌对会员消费数据进行查询分析。

10.4 会员价格带消费报表

根据商品的价格带对会员消费数据进行查询分析。

10.5 会员消费排名报表

根据会员消费金额、消费次数、消费积分进行会员消费排名查询分析。

10.6 会员综合分析报表

不同时间周期下的会员消费、会员积分、会员返券、礼品等总量数据分析。

10.7 会员促销分析报表

会员促销活动数据分析报表。

10.8 会员生命周期分析

指客户成为会员后在不同的阶段所呈现不同的特征表现，分析不同阶段的会员数量、会员消费能力等特征，帮助商家采取最合适的会员运营策略，以更好地维护客户关系。

10.9 会员品牌关联度分析

根据客户的销售订单数据，利用算法计算每个品牌出现时其他品牌出现的概率，以此来代表两者之间的关联程度，帮助经营者掌握品牌之间关联关系，以便更好进行品牌组合和销售。

11 系统接口管理

应具备会员信息查询服务、积分服务、优惠券服务、会员交易服务等标准接口。

11.1 基础服务接口

会员注册、绑定，会员信息、账户查询等基础类标准接口。

11.2 积分服务接口

会员积分增减、积分返利、积分换礼等积分类标准接口。

11.3 优惠券服务接口

会员优惠券变更、交易支付等优惠券类标准接口。

11.4 会员交易服务接口

与会员交易相关的接口，包括会员订单创建、订单查询、订单支付、订单状态变更等接口。

参 考 文 献

- [1] GB/T 18106—2021 零售业态分类
 - [2] SB/T 10832—2024 百货店会员服务体系要求
-