

标准化体系构建与国企品牌影响力培育研究——以深铁物业为例

黄鸿云

深圳地铁物业管理发展有限公司，广东 深圳 518000

[摘要]在新形势下，建立标准化体系已经成为国企提升品牌效应与核心竞争力的重要途径。城市地铁运营作为公共服务产品，其运行管理的规范化程度，对城市公共服务的质量以及国企的品牌形象有着重要的影响。文中以深圳物业为例，探索标准化体系与国企品牌影响力培育之间的内在关联机制，对其标准化体系的构建逻辑运行效果进行了系统的分析。研究发现，深铁物业通过聚焦行业痛点构建全维度标准体系、依托政企协同保障标准落地、以标准迭代驱动服务升级的实践路径，不仅提升城市通行效率与空间布局品质，更有效降低企业运营成本，提高客户满意，助力民生保障，从而助推城市高质量发展。

[关键词]标准化体系；国企品牌；运营成本；深铁物业；客户满意度

DOI: 10.33142/mem.v6i6.18483 中图分类号: D267 文献标识码: A

Research on the Construction of Standardization System and the Cultivation of State-owned Enterprise Brand Influence — A Case Study on Shenzhen Railway Property

HUANG Hongyun

Shenzhen Metro Property Management Development Co., Ltd., Shenzhen, Guangdong, 518000, China

Abstract: Under the new situation, establishing a standardized system has become an important way for state-owned enterprises to enhance their brand effect and core competitiveness. As a public service product, the standardization of urban subway operation and management has a significant impact on the quality of urban public services and the brand image of state-owned enterprises. Taking Shenzhen Property as an example, this article explores the inherent correlation mechanism between the standardization system and the cultivation of state-owned enterprise brand influence, and systematically analyzes the logical operation effect of its standardization system construction. Research has found that by focusing on industry pain points, building a comprehensive standard system, relying on government-enterprise collaboration to ensure the implementation of standards, and driving service upgrades through standard iteration, Shenzhen Railway Property not only improves urban traffic efficiency and spatial layout quality, but also effectively reduces enterprise operating costs, improves customer satisfaction, and helps ensure people's livelihoods, thereby promoting high-quality urban development.

Keywords: standardization system; state-owned enterprise brand; operating costs; Shenzhen Railway Property; customer satisfaction

引言

近年来，我国不断加速的城市化进程使得城市交通和环境污染等问题逐渐成为城市发展进程中的难题，大力发展战略轨道交通成为解决这些难题的关键^[1]。其中地铁在众多交通工具中所占有的独特优势，如容载量大、时效高、污染小、舒适便利等，使其在改善城市交通、提高出行效率、减少城市污染、推动城市建设等方面起到了不可估量的作用^[2]。深圳作为重点发展城市，其地铁交通规划策略为引领城市发展起到了不可估量的贡献^[3]。但目前我国城市综合交通枢纽运营中普遍存在着经营发展与公益服务失衡、跨部门服务协同不畅、超负荷运营等难点问题，已严重影响服务质量与行业规范化发展的瓶颈。国企是城市公共服务的主要力量，担负着保障民生和引导行业发展的重任，其品牌影响力既关系到企业的服务质量、管理效率以及市场核心竞争力，同时还影响国家形象与城市公信力。深铁物业作为深圳地铁集团核心子公司，负责“广东深圳城市综合交通枢纽运营服务标准化试点”项目，以广东省

同批次第一通过国家级终期验收。标准化通过制定统一的流程规范、技术标准与服务准则，能够有效减少运营过程中的冗余环节、降低资源浪费，实现降本增效的目标；同时，标准化的服务供给能够保障服务质量的稳定性与一致性，提升客户满意度，进而为品牌影响力的培育奠定基础，为国企标准化建设树典范。因此，本文以深铁物业为例，对标准化体系构建和国企品牌影响力培育的内在逻辑进行了阐述，并进一步深入探究具体的实践路径，助力我国公共服务行业的规范化、高质量发展。

1 理论基础与核心概念界定

1.1 核心概念界定

1.1.1 标准化体系

结合相关理论，本文的标准化体系是以服务对象需求为导向，全面贯穿服务产品从前期规划布局，到后续筹备建设、实际运营实施，直到迭代优化的全周期，包含服务流程等多场景的多维度、分层级标准集合。其核心是全链条覆盖、全要素的精准管控、持续的动态优化，提升企业

运营的规范性与高效性，以统一标准促进服务质量的持续提高，降低运营成本。

1.1.2 国企品牌影响力

国企品牌影响力，是国有企业在经营中以优质的服务质量与品牌价值，在包括社会公众、行业伙伴、政府部门等在内的各利益相关方群体中所收获的认知程度、认可程度以及美誉程度。具体呈现为在市场领域具备强大竞争力、于行业层面发挥引领示范效能、在社会层面获得广泛的公信认可以及在政策制定方面具有一定影响力。尤为突出的是，相较于民营企业，国有企业在品牌影响力的构建上，更加注重的是社会责任的切实履行、充分彰显公共价值，凸显出其独具特色的发展特质与使命担当。

1.1.3 服务质量

服务质量是多维度综合概念，含服务结果与过程体验，评价维度包括有形性、可靠性、响应性、保证性、移情性。该理论强调服务质量稳定一致是提升客户满意度的关键。因服务具无形性、生产消费同步性。标准化服务流程通过统一规范、明确标准及应对方案，控制服务质量各维度，准对接客户差异需求，提升客户对品牌认可信赖。

1.2 标准化体系与国企降本增效与客户满意度提升的关联机制

其一，标准化体系有助于保障服务质量，标准化体系通过实施规范的操作以及规范的服务流程，可以提高服务质量与安全性，进一步提高公众对品牌的认可；其二，标准化体系有助于提高服务效率，通过制定统一的资源配置标准，明确各环节的资源使用规范，通过简化冗余流程，优化资源配置。标准化体系可规范、专业化运营流程，减少重复操作与错误。如物业服务企业，设备维保上，标准化流程和技术标准可以提高效率、延长设备的使用周期、降维修成本；在客户服务方面，标准化流程的应用可加快响应、提高问题解决效率。其三，构建标准化体系是提高客户满意度的重要途径。通过明确服务的内容、流程、时限与质量要求，能够确保不同岗位、不同时间的服务供给保持一致，进一步提高服务响应速度与运营效率，同时也为客户带来更好的体验感，实现标准化与个性化的有机结合，共同促进了国企的品牌影响力不断增强。其三，降本增效可为国企品牌影响力培育提供物质与资金支持，企业借此能将更多资源投入品牌宣传、客户维护、公益活动等，提升品牌认知与美誉度；且盈利能力提升可增强竞争力、扩大份额，强化品牌影响力。客户满意度提升是培育品牌影响力的核心，口碑传播扩大，还能提供反馈助力优化，形成“标准化-满意度-忠诚度-影响力”的良性循环。

2 深铁物业标准化体系的构建路径与核心内容

2.1 构建原则：聚焦痛点，精准施策

深铁物业以“全流程覆盖、全场景适配、全周期优化”

的构建原则，解决行业的痛点为中心。于全流程覆盖层面，全面涵盖枢纽运营从前期介入、承接查验，到运营筹备、日常运营的整个链条环节；在全场景适配方面，针对设施的维护、旅客的出行以及商业的运营等不同的场景，制定分别建立了不同的标准；在全周期优化方面，基于技术发展、需求变化以及实际情况持续优化标准体系。除此之外，遵循“高标准、高效率、高质量”的原则^[4]，充分考虑到企业的实际情况以及行业特征，建立一套具有可操作性、前瞻性的标准体系。

2.2 构建路径：政企协同，系统推进

深铁物业构建的“政府引导+企业主责+专家支撑”的联动机制，为有效地建立和落实标准化体系提供了保障。取得广东省和深圳市的市场监督管理部门的支持与指导，保证标准化体系与国家的战略方向以及行业标准相适应；在企业主责层面，由行业专业技术人才以及资深专家组建专业标准化小组，对各部门的职责进行明确划分；在专家支撑层面，通过深圳市标准技术研究院等其他专业组织机构的合作，进一步提高标准体系的科学性与专业性。通过这一协同机制，深铁物业成功实现了标准化建设资源的全方位整合与高效推进，成功塑造了粤港澳大湾区交通枢纽标准化建设的典范项目。

2.3 核心内容：全维度覆盖的标准化体系架构

自 2022 年获批国家级服务业标准化试点以来，深铁物业紧密围绕《服务业组织标准化工作指南》要求，聚焦城市综合交通枢纽运营管理中的超负荷运营、服务协同、经营发展等痛点问题，创新构建“全流程、全场景、全周期”的标准化服务体系，形成了覆盖六大核心板块、40 项运营服务清单、348 项标准规范的全维度架构，实现从硬件设施到软性服务的全链条管控。其核心内容分为以下四大模块：

2.3.1 全流程运营管理标准模块

该模块覆盖枢纽运营全生命周期，含前期介入、承接查验、运营筹备、日常运营、应急处置、迭代优化六大板块。前期介入制定规划设计标准保障服务适配；承接查验建立验收标准确保设施合规；运营筹备制定人员、培训、物资等标准保障启动；日常运营针对关键环节定操作规范；应急处置建全流程标准提升保障能力；迭代优化制定评估调整规范促体系动态优化。

2.3.2 全场景服务质量标准模块

该模块聚焦旅客出行全场景，制定涵盖基础、增值、特色服务三类差异化的服务质量标准。基础服务明确票务、导引、咨询等流程、时限与质量要求，如“15min 响应、40min 到场”；增值服务规范商业运营、便民服务等场景内容与收费；特色服务结合深圳特色定人性化标准，如母婴室、无障碍设施标准。实施后，深铁物业服务质量全面提升，2023—2024 年旅客满意度均超 95 分。

2.3.3 全要素设施管理标准模块

该模块针对枢纽硬件设施设备制定全要素管理标准，覆盖设施维护、设备运行、安全管控三大领域。设施维护明确车站建筑等日常维护与定期检修标准保完好；设备运行针对电梯等关键设备定运行参数、巡检及故障处置标准保稳定；安全管控制定消防等标准，构建全链条体系确保运营安全。

2.3.4 全员能力提升标准模块

该模块聚焦人员队伍建设，制定招聘配置、培训考核、激励约束全流程标准，需要采取“走出去、引进来”的人才战略。一方面，加大相关人员的外派力度，提供培训学习的机会，让相关人员深入学习成功实施的城市、企业的先进经验，提高专业能力。招聘配置明确岗位资格与能力要求保适配；培训考核建全员标准化体系，开展千余次演练培训，将标准掌握纳入考核；激励约束制定与执行成效挂钩机制，进一步促进标准践行。同时，借技能比武等“以赛验技、以比提质”，强化员工标准化操作与服务意识，逐步构建一整套专业化人才管理体系，提升建设开发队伍的专业水平。

2.4 实施保障：机制创新，动态优化

深铁物业成立高层牵头的标准化工作领导小组，统筹体系实施优化；明确部门责任，建立跨部门协作机制；组建专业团队负责标准日常管理、培训宣贯与效果评估；借助数字化、智能化技术，构建智慧系统实现智能监控调度；建立“随手拍”平台缩短问题处理周期；通过数字化平台整合资源，提升实施效率效果；制定相关管理办法与考核细则，明确标准全流程，建立闭环管理机制；将标准执行纳入绩效考核，奖惩结合确保刚性执行。建立动态优化机制，定期收集信息评估调整标准；试点建设中创新优化70余项企业标准，吸纳专家建议，推进标准体系迭代升级，适应企业发展与市场需求。

3 标准化体系对深铁物业品牌影响力培育的功效与作用机制

3.1 标准化体系培育品牌影响力的功效

深铁物业实施标准化体系，解决行业痛点，服务质量飞跃。2023—2024年旅客满意度超95分，获多项国家级荣誉，品牌公众认可度与公信力提升。标准化体系规范流程、优化资源，提升运营效率，实现全链条管控，成本降低，标准化体系的实施有助于增强市场竞争力，助力拓展外部市场；深铁物业主导及参与制定18项各级标准，推动行业规范化。其标准化体系提供服务范式，试点形成的“深圳经验”已成功复制推广至雄安等9个城市，为全国城市公共服务标准化建设贡献了“深圳智慧”，提升品牌行业引领力与话语权。此外，作为国企，深铁物业构建标准化体系进一步提升了公共服务质量，践行使命，彰显责任担当，提升品牌社会美誉度。

3.2 标准化体系培育品牌影响力的作用机制

3.2.1 质量固化机制

标准化体系通过对操作规范、服务流程以及质量需求进行明确，将优质服务实践形成可推广、可复制的标准，进一步增强服务的可靠性和稳定性。通过标准化体系的建立，既能不断地满足旅客的需求，又能够提高消费者对品牌的满意度，从而为国企树立品牌信誉打下坚实的基础，比如深铁通过推行全场景服务质量规范，从而使服务过程更加标准化，服务更加及时，取得旅客的信任，有效提升了品牌公信力^[5]。

3.2.2 体验增值机制

标准化体系是通过以旅客需求为中心，对服务过程与服务内容进行优化，从而提高服务体验。深铁物业通过全流程运营管理标准的实施，对客流组织以及校务服务过程进行了持续优化，使服务体验感得到增值，提高服务效率，降低了旅客的时间成本；不推行全场景服务质量标准，为旅客提供多元化的便利以及特色服务，进一步提高旅客的舒适性以及满意度。

3.2.3 标杆示范机制

深铁物业通过构建高水平的标准化体系，打造了粤港澳大湾区交通枢纽标准化建设的标杆项目。其在标准化建设过程中形成的实践经验、标准规范与管理模式，为行业内其他企业提供了可借鉴的范例。同时，通过主导或参与行业标准制定，深铁物业将自身实践经验上升为行业共识，引领行业发展方向，进一步强化了品牌的行业标杆地位与话语权。

3.2.4 价值传递机制

建立和执行标准化制度的过程，同时也一个品牌价值的转移过程。深铁地产以规范化的管理制度为基础，将“安全、便捷、优质、高效”这一品牌的核心理念贯穿于每个服务阶段，并以规范化的服务为载体，将“安全、便捷、优质、高效”的品牌理念传达给乘客。与此同时，通过对标准化经验进行推广和实践，将国有企业的责任感和品牌温度传达给社会，使品牌的价值内涵得到进一步的提高。

4 结论

本文以深铁物业为案例，探究标准化体系构建与国企品牌影响力培育的逻辑及路径，得出结论：一是标准化体系构建是国企实现降本增效、提升客户满意度的有效抓手，其通过优化资源配置、规范运营流程驱动降本增效，通过保障服务质量稳定性、满足客户需求提升客户满意度，进而为品牌影响力培育提供物质基础与核心支撑；二是深铁物业构建的协同推进、标准体系架构及闭环管理机制具有行业引领力与社会美誉度，为其他国企提供可复制经验。国企需重视标准化建设对培育品牌影响力的意义，将其纳入品牌战略，结合自身定位与行业特点明确建设目标、路

径和重点，以标准化推动品牌提升。随着数字化发展，今后，可进一步探究数字化技术在标准化体系构建中的应用，以及新背景下国企标准化建设与品牌培育的新路径方法，为客户提供更好的体验感，同时为国企品牌建设提供更具时代性的理论与实践支撑。

[参考文献]

- [1]凌斌忠.城市轨道交通“地铁+物业”模式研究[J].中国总会计师,2018(4):148-149.
- [2]杨波.地铁物业一体化开发及其合作模式研究[J].企业改革与管理,2019(14):213-214.
- [3]董营营,王殿钧,宗清华,等.高速公路企业运营管理标准化成本管控体系[J].国企管理,2024(1):439-448.
- [4]刘钟文.城市轨道交通物业开发模式研究[J].居舍,2018(36):174-180.
- [5]杨波.地铁物业一体化开发及其合作模式研究[J].企业改革与管理,2019(14):213-214.

作者简介：黄鸿云（1979.8—），男，深圳地铁物业管理发展有限公司，党委副书记、总经理。