

ICS 03.200

T/YNMS 003—2026

CCS A 12

团体标准

T/YNMS 003—2026

民宿百强品牌评价标准与认定规范

2026-08-28 发布

2026-09-28 实施

云南省旅游民宿行业协会 发布

合 规 边 界 声 明

本文件属于团体标准和行业自律文件，评价、认定、分级、标识及结果证明均不构成行政许可、法定认证、政府授牌或国家职业资格。涉及医疗、诊疗、处方、治疗或中医诊疗活动的，应由依法取得许可的医疗机构和依法注册的专业人员实施；民宿及服务人员仅可提供非医疗健康服务、生活照料、健康科普和就医转介，不得替代医疗。

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。

本文件由云南省旅游民宿行业协会提出并归口。

本文件起草单位：云南省旅游民宿行业协会、甘肃望春山民宿有限公司、甘肃晚照居文旅产业发展有限公司、大理探索文化传播有限公司、云南丹青里企业管理有限公司、上海锦天城（昆明）律师事务所、西安花栖玥民宿管理有限公司、大理市苍穹酒店（个人独资）、大理泊心云舍民宿文化管理有限公司。

本文件主要起草人：金曦、郭媛媛、熊黎、吴程南、冯国亮、贺双全。

民宿百强品牌评价标准与认定规范

1 范围本文件规定了民宿百强品牌评价的术语和定义、等级和标志、申报基本条件、评价指标体系、评价方法与程序、百强品牌认定规则、动态管理与退出机制。

本文件适用于云南省行政区域内民宿品牌的等级评价与百强品牌认定工作。其他地区可参照执行。

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 1.1 标准化工作导则 第1部分：标准化文件的结构和起草规则

GB 3096 声环境质量标准

GB 5749 生活饮用水卫生标准

GB 8978 污水综合排放标准

GB/T 10001.1 公共信息图形符号 第1部分：通用符号

GB/T 10001.2 标志用公共信息图形符号 第2部分：旅游休闲符号

GB/T 14308 旅游饭店钻级的划分与评定

GB 16153 饭馆（餐厅）卫生标准

GB/T 16766 旅游业基础术语

GB/T 18973 旅游民宿基本要求与评价

LB/T 065 旅游民宿基本要求与评价

LB/T 066 文化主题旅游民宿基本要求与评价

3 术语和定义 下列术语和定义适用于本文件。

3.1 民宿 homestay 利用当地民居等相关资源，主人参与接待，为游客提供体验当地自然、文化与生产生活方式的小型住宿设施。

[来源：GB/T 18973—2016，3.1，有修改] 3.2 民宿品牌 homestay brand 以民宿经营为核心，具有独特的品牌名称、品牌标识、品牌理念和品牌文化，在市场上

具有一定知名度和美誉度的民宿经营主体或连锁经营体系。

3.3 百强品牌 top 100 brand 在民宿行业中，经本文件规定的评价体系综合评定，在品牌规模与实力、品牌质量与口碑、品牌特色与创新、品牌管理与运营、品牌影响力与传播、社会责任与可持续等方面表现

突出，排名位列前 100 位的民宿品牌。

3.4 品牌影响力 brand influence 民宿品牌在消费者、行业及社会公众中所产生的认知度、美誉度和忠诚度的综合体现，反映品牌对目标受众行为和态度的影响程度。

3.5 品牌价值 brand value 民宿品牌基于其经营业绩、市场地位、发展潜力、文化内涵等因素所形成的综合经济价值和社会价值。

3.6 品牌认定 brand certification 由云南省旅游民宿行业协会依据本文件规定的评价标准、方法和程序，对民宿品牌进行综合评价并确认其等级和百强品牌资格的活动。

3.7 申报主体 applicant 申请参加民宿百强品牌评价认定的民宿品牌经营企业或个体工商户。

4 等级和标志 4.1 等级划分 民宿品牌评价采用五级等级评定体系，由高到低依次为：

- a) DL5（五钻级）（五 DL1（一钻级））；
- b) DL4（四钻级）（四 DL1（一钻级））；
- c) DL3（三钻级）（三 DL1（一钻级））；
- d) DL2（二钻级）（二 DL1（一钻级））；
- e) DL1（一钻级）（一 DL1（一钻级））。

4.2 等级评定分值各等级对应的评价总分要求如下：

- a) DL5（五钻级）：90 分及以上；
- b) DL4（四钻级）：80 分～89 分；
- c) DL3（三钻级）：70 分～79 分；
- d) DL2（二钻级）：60 分～69 分；
- e) DL1（一钻级）：60 分以下不予认定。

4.3 百强品牌资格 百强品牌应从获得 DL1（一钻级）及以上等级认定的民宿品牌中，按照综合评分由高到低排序，取前 100 名。

4.4 标志 4.4.1 获得等级认定的民宿品牌，由云南省旅游民宿行业协会颁发相应等级证书和标志牌。

4.4.2 等级标志应包含标准编号、等级名称、认定年份等信息。

4.4.3 标志的使用应符合云南省旅游民宿行业协会的相关管理规定，不得转让、出租或出借。

4.4.4 标志的有效期与认定有效期一致，过期应重新申请认定。

5 申报基本条件 5.1 经营资质 5.1.1 申报主体应依法在市场监督管理部门登记注册，取得营业执照。

5.1.2 申报主体应依法取得相关经营许可，包括但不限于特种行业许可证、消防安全检查合格证明、卫生许可证、食品经营许可证（如提供餐饮服务）等。

5.1.3 申报主体应依法办理税务登记，并按规定纳税。

5.2 经营年限

5.2.1 单体民宿品牌应连续经营满 2 年及以上。

5.2.2 连锁民宿品牌应连续经营满 3 年及以上。

5.2.3 经营年限的计算以营业执照注册日期或实际开业日期中较晚者为准。

5.3 规模要求 5.3.1 单体民宿品牌客房数量应不少于 5 间（套），不超过 50 间（套）。

5.3.2 连锁民宿品牌应拥有不少于 3 家直营或加盟门店，总客房数不少于 30 间（套）。

5.3.3 申报主体上一年度营业收入应不低于 50 万元。

5.4 合规经营 5.4.1 申报主体近 3 年内应无重大违法违规经营记录。

5.4.2 申报主体近 3 年内应未发生重大安全生产事故。

5.4.3 申报主体近 3 年内应未发生重大食品安全事故。

5.4.4 申报主体近 3 年内应未发生重大环境污染事件。

5.4.5 申报主体近 3 年内应无严重失信行为记录。

5.4.6 申报主体应未被列入经营异常名录或严重违法失信企业名单。

5.5 基本设施 5.5.1 民宿建筑应符合国家和地方相关建筑安全标准。

5.5.2 消防设施设备应齐全有效，符合消防安全相关法规要求。

5.5.3 供水系统应符合 GB 5749 的规定。

5.5.4 污水排放应符合 GB 8978 的规定。

5.5.5 声环境质量应符合 GB 3096 的规定。

5.5.6 公共信息图形符号应符合 GB/T 10001.1 和 GB/T 10001.2 的规定。

5.6 信用要求 5.6.1 申报主体应具有良好的商业信誉和社会信用。

5.6.2 申报主体在主要在线旅游平台（OTA）上的评分应不低于 4.0 分（满分 5.0 分）。

5.6.3 申报主体应无重大消费者投诉未解决的情况。

6 评价指标体系 6.1 总则民宿百强品牌评价指标体系采用百分制评分，共设 6 个一级指标、若干二级指标和三级指标，总分 100 分。评价指标体系框架见表 1。

表 1 民宿百强品牌评价指标体系框架

一级指标分值二级指标品牌规模与实力 15 分客房数量、营业收入、员工规模品牌质量与口碑 20 分宾客满意度、在线评分、复购率、投诉率品牌特色与创新 20 分文化特色、设计创新、服务创新、产品创新

品牌管理与运营 15 分管理制度、标准化程度、人才培养、数字化水平品牌影响力与传播 15 分媒体曝光、社交影响力、行业认可、获奖情况社会责任与可持续 15 分社区贡献、环保措施、就业带动、文化传承

6.2 品牌规模与实力（15 分） 6.2.1 客房数量（5 分）根据品牌拥有的客房总数量进行评分：

a) 单体民宿：5 间～10 间得 1 分；11 间～20 间得 2 分；21 间～30 间得 3 分；31 间～40 间得 4 分；41 间及以上得 5 分；

b) 连锁民宿：30 间～50 间得 1 分；51 间～100 间得 2 分；101 间～200 间得 3 分；201 间～300 间得 4 分；301 间及以上得 5 分。

6.2.2 营业收入（5 分）根据品牌上一年度营业收入进行评分：

- a) 50 万元～100 万元得 1 分；
- b) 100 万元～300 万元得 2 分；
- c) 300 万元～500 万元得 3 分；
- d) 500 万元～1000 万元得 4 分；
- e) 1000 万元以上得 5 分。

6.2.3 员工规模（5 分）根据品牌全职员工总数进行评分：

- a) 5 人～10 人得 1 分；
- b) 11 人～20 人得 2 分；
- c) 21 人～50 人得 3 分；
- d) 51 人～100 人得 4 分；
- e) 101 人及以上得 5 分。

6.3 品牌质量与口碑（20 分）6.3.1 宾客满意度（6 分）根据近一年内宾客满意度调查结果进行评分：

- a) 满意度 90%及以上得 6 分；
- b) 满意度 85%～89%得 5 分；
- c) 满意度 80%～84%得 4 分；
- d) 满意度 75%～79%得 3 分；

e) 满意度 70%~74%得 2 分;

f) 满意度 65%~69%得 1 分;

g) 满意度低于 65%不得分。

6.3.2 在线评分（5 分）根据品牌在主要 OTA 平台（携程、美团、飞猪等）的综合评分进行评分：

a) 综合评分 4.8 分及以上得 5 分;

b) 综合评分 4.6 分~4.7 分得 4 分;

c) 综合评分 4.4 分~4.5 分得 3 分;

d) 综合评分 4.2 分~4.3 分得 2 分;

e) 综合评分 4.0 分~4.1 分得 1 分;

f) 综合评分低于 4.0 分不得分。

6.3.3 复购率（5 分）根据近一年内回头客（二次及以上入住）占比进行评分：

a) 复购率 30%及以上得 5 分;

b) 复购率 25%~29%得 4 分;

c) 复购率 20%~24%得 3 分;

d) 复购率 15%~19%得 2 分;

e) 复购率 10%~14%得 1 分;

f) 复购率低于 10%不得分。

6.3.4 投诉率（4 分）根据近一年内有效投诉数量与总接待人次之比进行评分：

a) 投诉率 0.1%以下得 4 分;

- b) 投诉率 0.1% ~ 0.3% 得 3 分；
- c) 投诉率 0.3% ~ 0.5% 得 2 分；
- d) 投诉率 0.5% ~ 1.0% 得 1 分；
- e) 投诉率 1.0% 以上不得分。

注：有效投诉指经相关主管部门或平台确认属实的投诉。

6.4 品牌特色与创新（20 分）6.4.1 文化特色（5 分）根据品牌在文化主题打造方面的表现进行评分：

- a) 具有鲜明的地域文化主题，文化元素融入民宿经营各环节，形成独特的品牌文化体系得 5 分；
- b) 具有较明确的文化主题，文化元素在民宿经营中有较好体现得 4 分；
- c) 具有一定的文化特色，部分环节融入文化元素得 3 分；
- d) 文化特色不够突出，仅有少量文化元素体现得 1 分 ~ 2 分；
- e) 无明显文化特色不得分。

6.4.2 设计创新（5 分）根据品牌在建筑设计、室内设计、景观设计等方面的创新表现进行评分：

- a) 建筑设计获得省级及以上设计奖项，或设计具有显著创新性和示范性得 5 分；
- b) 建筑设计获得市级设计奖项，或设计具有较强的创新性得 4 分；
- c) 设计具有一定创新性，整体风格协调统一得 3 分；

d) 设计有部分创新元素，但整体效果一般得 1 分~2 分；

e) 设计缺乏创新不得分。

6.4.3 服务创新（5 分）根据品牌在服务模式、服务内容、服务流程等方面的创新表现进行评分：

a) 形成独特的服务品牌体系，服务创新在行业内具有示范引领作用得 5 分；

b) 服务模式具有较强创新性，形成差异化竞争优势得 4 分；

c) 在部分服务环节有创新举措，效果良好得 3 分；

d) 有少量服务创新尝试，效果一般得 1 分~2 分；

e) 服务模式传统，无创新举措不得分。

6.4.4 产品创新（5 分）根据品牌在住宿产品、体验产品、文创产品等方面的创新表现进行评分：

a) 形成多元化的产品体系，产品创新获得行业认可得 5 分；

b) 产品线较为丰富，具有明显的创新特色得 4 分；

c) 在住宿产品之外开发了体验类或文创类产品得 3 分；

d) 有少量产品创新尝试得 1 分~2 分；

e) 产品单一，无创新不得分。

6.5 品牌管理与运营（15 分）6.5.1 管理制度（4 分）根据品牌管理制度体系的完善程度进行评分：

a) 建立完善的管理制度体系，涵盖前台接待、客房服务、餐饮服务、安全管理、财务管理、人力资源管理等方面，制度执行良好得 4 分；

b) 管理制度较为完善，基本涵盖主要管理环节，执行较好得 3 分；

c) 建立了基本的管理制度，但不够完善得 2 分；

d) 管理制度不健全得 1 分；

e) 无成文管理制度不得分。

6.5.2 标准化程度（4 分）根据品牌运营标准化建设水平进行评分：

a) 建立完整的品牌标准化体系（含服务标准、操作规范、质量标准等），并通过相关认证得 4 分；

b) 建立较为完整的标准化体系，执行效果良好得 3 分；

c) 建立了部分标准或操作规范得 2 分；

d) 有初步的标准化意识，但尚未形成体系得 1 分；

e) 无标准化建设不得分。

6.5.3 人才培养（4 分）根据品牌在员工培训、职业发展等方面的表现进行评分：

a) 建立完善的人才培养体系，定期开展系统培训，员工持证上岗率达 80%以上得 4 分；

b) 建立较为完善的人才培养机制，定期开展培训得 3 分；

c) 不定期开展员工培训得 2 分；

- d) 偶尔组织培训得 1 分；
- e) 无人才培养措施不得分。

6.5.4 数字化水平（3 分）根据品牌在信息化、数字化建设方面的水平进行评分：

- a) 建立完善的管理信息系统（含 PMS、CRM 等），实现线上线下一体化运营得 3 分；
- b) 使用专业的民宿管理软件，基本实现信息化管理得 2 分；
- c) 部分环节实现信息化管理得 1 分；
- d) 未开展信息化建设不得分。

6.6 品牌影响力与传播（15 分）6.6.1 媒体曝光（4 分）根据品牌近两年内在主流媒体（电视、报纸、杂志等）的曝光情况进行评分：

- a) 在国家级媒体上有专题报道 3 次及以上得 4 分；
- b) 在国家级媒体上有报道 1 次~2 次，或在省级媒体上有专题报道 3 次及以上得 3 分；
- c) 在省级媒体上有报道 1 次~2 次，或在市级媒体上有专题报道 3 次及以上得 2 分；
- d) 在市级媒体上有报道 1 次~2 次得 1 分；
- e) 无主流媒体曝光不得分。

6.6.2 社交影响力（4 分）根据品牌在社交媒体平台（微信公众号、微博、抖音、小红书等）上的影响力进行评分：

a) 品牌官方账号粉丝总量 10 万以上，且近半年内容互动量（点赞、评论、转发）月均 1 万以上得 4 分；

b) 品牌官方账号粉丝总量 5 万～10 万，且近半年内容互动量月均 5000 以上得 3 分；

c) 品牌官方账号粉丝总量 1 万～5 万，且近半年内容互动量月均 1000 以上得 2 分；

d) 品牌官方账号粉丝总量 1 万以下，有一定互动量得 1 分；

e) 无官方社交媒体账号或无有效运营不得分。

6.6.3 行业认可（4 分）根据品牌在行业内的认可程度进行评分：

a) 担任省级及以上行业协会副会长及以上职务，或在行业内具有较高的示范引领作用得 4 分；

b) 为省级及以上行业协会会员单位，或在区域内具有一定影响力得 3 分；

c) 为市级行业协会会员单位得 2 分；

d) 参与行业协会活动得 1 分；

e) 未参与任何行业组织不得分。

6.6.4 获奖情况（3 分）根据品牌近三年内获得的奖项进行评分：

a) 获得国家级奖项得 3 分；

b) 获得省部级奖项得 2 分；

- c) 获得市级奖项得 1 分；
- d) 未获得过相关奖项不得分。

注：多个奖项不累计计分，取最高分值。

6.7 社会责任与可持续（15 分）6.7.1 社区贡献（4 分）根据品牌对所在社区的贡献程度进行评分：

a) 积极参与社区建设，与当地居民建立良好合作关系，带动社区经济发展效果显著得 4 分；

b) 较好地融入社区，与当地居民关系融洽，对社区经济有一定带动作用得 3 分；

c) 基本融入社区，与当地居民关系良好得 2 分；

d) 与社区有一定互动得 1 分；

e) 与社区无互动不得分。

6.7.2 环保措施（4 分）根据品牌在环境保护方面的措施和成效进行评分：

a) 建立完善的环保管理体系，采用节能环保设施设备，获得绿色建筑或绿色旅游相关认证得 4 分；

b) 采取多项环保措施，使用节能环保设备，效果良好得 3 分；

c) 采取基本的环保措施得 2 分；

d) 有少量环保举措得 1 分；

e) 无环保措施不得分。

6.7.3 就业带动（4分）根据品牌在带动就业方面的表现进行评分：

a) 员工总数中本地员工占比 80%以上，且带动周边农户就业 20 人以上得 4 分；

b) 本地员工占比 60%~79%，且带动周边农户就业 10 人~19 人得 3 分；

c) 本地员工占比 40%~59%，且带动周边农户就业 5 人~9 人得 2 分；

d) 本地员工占比 20%~39%得 1 分；

e) 本地员工占比低于 20%不得分。

6.7.4 文化传承（3分）根据品牌在地方文化传承方面的贡献进行评分：

a) 积极参与地方非物质文化遗产保护与传承，设有专门的文化展示空间或体验项目，效果显著得 3 分；

b) 在经营中融入地方文化元素，设有文化展示区域，对文化传承有一定贡献得 2 分；

c) 在经营中体现地方文化特色得 1 分；

d) 未体现文化传承不得分。

7 评价方法与程序 7.1 评价方法 7.1.1 材料审查评价机构应对申报主体提交的申报材料进行完整性、真实性和合规性审查。

7.1.2 数据核实评价机构应对申报材料中的关键数据进行核实，核实方式包括但不限于：

- a) 现场核查；
- b) 第三方数据验证；
- c) 相关部门出具证明；
- d) 在线平台数据比对。

7.1.3 现场评审评价机构应组织评审专家组对通过材料审查的申报主体进行现场评审，现场评审应包括：

- a) 实地查看民宿设施环境；
- b) 查阅管理制度及相关档案；
- c) 访谈管理人员和员工；
- d) 访谈周边社区居民（必要时）；
- e) 抽查宾客评价记录。

7.1.4 综合评分评审专家组应根据材料审查、数据核实和现场评审的结果，按照附录 B 规定的评分细则进行综合评分。

7.2 评价程序 7.2.1 发布通知云南省旅游民宿行业协会应提前发布年度评价认定工作通知，明确申报时间、申报条件、申报材料等要求。

7.2.2 申报受理 7.2.2.1 申报主体应按照通知要求，如实填写附录 C 规定的申请表，并提交相关证明材料。

7.2.2.2 评价机构应在收到申报材料后 10 个工作日内完成受理审查，并告知申报主体受理结果。

7.2.2.3 申报材料不齐全的，评价机构应一次性告知申报主体需要补正的材料。

7.2.3 材料审查评价机构应在受理后 15 个工作日内完成材料审查，出具材料审查报告。

7.2.4 现场评审 7.2.4.1 通过材料审查的申报主体，应接受现场评审。

7.2.4.2 现场评审应由不少于 3 名评审专家组成的专家组实施。

7.2.4.3 现场评审应在 5 个工作日内完成，并出具现场评审报告。

7.2.5 综合评定 7.2.5.1 评价机构应根据材料审查报告、现场评审报告等材料，计算综合评分。

7.2.5.2 评审专家组应根据综合评分结果，提出等级评定和百强品牌认定建议。

7.2.6 公示 7.2.6.1 评价机构应将拟认定名单向社会公示，公示期不少于 7 个工作日。

7.2.6.2 公示期间收到异议的，评价机构应进行调查核实，并将处理结果告知相关方。

7.2.7 认定发布 7.2.7.1 公示无异议或异议处理完毕后，由云南省旅游民宿行业协会正式发布认定结果。

7.2.7.2 对获得认定的品牌颁发等级证书和标志牌。

8 百强品牌认定规则 8.1 排名方法 8.1.1 百强品牌排名以综合评价得分为依据，由高到低排序。

8.1.2 综合得分相同的，按照以下优先顺序确定排名：

- a) 品牌质量与口碑得分高者优先；
- b) 品牌特色与创新得分高者优先；
- c) 品牌影响力与传播得分高者优先；
- d) 经营年限长者优先。

8.2 名额分配 8.2.1 百强品牌总名额为 100 个。

8.2.2 名额分配应兼顾区域平衡和品牌类型平衡：

a) 各州（市）入选名额应根据当地民宿品牌发展情况合理分配，具体比例由云南省旅游民宿行业协会每年确定；

b) 单体民宿品牌和连锁民宿品牌应分别排名，具体名额比例由云南省旅游民宿行业协会每年确定；

c) DL5（五钻级）品牌应不少于百强总数的 10%。

8.3 有效期 8.3.1 百强品牌认定有效期为 3 年。

8.3.2 有效期满后，品牌应重新申请认定。

8.3.3 在有效期内，品牌可申请升级评定。

8.4 认定证书 8.4.1 认定证书应载明以下内容：

- a) 品牌名称；
- b) 认定等级；
- c) 百强品牌排名；
- d) 认定编号；

e) 认定日期;

f) 有效期;

g) 发证机构。

8.4.2 认定证书由云南省旅游民宿行业协会统一印制。

9 动态管理与退出机制 9.1 日常监督 9.1.1 云南省旅游民宿行业协会应对已认定的百强品牌进行日常监督。

9.1.2 日常监督可采用以下方式:

a) 定期回访检查;

b) 不定期抽查;

c) 消费者反馈收集;

d) 在线平台数据监测。

9.1.3 已认定的百强品牌应积极配合日常监督工作, 如实提供相关资料。

9.2 年度复核 9.2.1 已认定的百强品牌应每年接受一次年度复核。

9.2.2 年度复核的主要内容应包括:

a) 申报基本条件是否持续满足;

b) 经营状况是否发生重大变化;

c) 是否存在违法违规行为;

d) 宾客满意度是否保持稳定;

e) 标志使用是否规范。

9.2.3 年度复核不合格的，应限期整改，整改期限不超过 3 个月。

9.3 降级与撤销 9.3.1 已认定的品牌出现以下情形之一的，应予以降级处理：

- a) 年度复核不合格，且整改后仍未达标的；
- b) 综合评价得分下降至下一等级区间的；
- c) 发生一般性消费者投诉且处理不当，造成不良影响的。

9.3.2 已认定的品牌出现以下情形之一的，应撤销其认定资格：

- a) 弄虚作假、伪造材料的；
- b) 发生重大安全生产事故的；
- c) 发生重大食品安全事故的；
- d) 发生严重违法违规行为的；
- e) 发生重大环境污染事件的；
- f) 被列入严重违法失信企业名单的；
- g) 转让、出租、出借认定标志的；
- h) 拒不接受监督检查的；
- i) 连续两年年度复核不合格的。

9.4 退出程序 9.4.1 需要降级或撤销的品牌，由云南省旅游民宿行业协会书面通知该品牌。

9.4.2 被通知的品牌应在收到通知后 15 个工作日内提交书面陈述和申辩材料。

9.4.3 云南省旅游民宿行业协会应在收到陈述和申辩材料后15个工作日内作出最终决定。

9.4.4 被撤销认定的品牌应交回认定证书和标志牌。

9.4.5 被撤销认定的品牌，自撤销之日起2年内不得重新申请认定。

9.5 信息变更 9.5.1 已认定的品牌名称、法定代表人、经营地址等基本信息发生变更的，应在变更后30日内向云南省旅游民宿行业协会备案。

9.5.2 品牌经营状况发生重大变化（如并购、重组、歇业等）的，应及时向云南省旅游民宿行业协会报告。

附 录 A

（规范性）必备条件检查表表 A.1 规定了民宿百强品牌申报必备条件检查表。

表 A.1 民宿百强品牌申报必备条件检查表

序号	检查项目	检查内容	检查标准	是否满足	备注
1	营业执照	是否依法取得营业执照	具有有效的营业执照	是/ 否	需提供营业执照副本复印件
2	特种行业许可证	是否依法取得特种行业许可证	具有有效的特种行业许可证	是/ 否	需提供许可证复印件
3	消防安全	是否通过消防安全检查	具有消防安全检查合格证明	是/ 否	需提供消防合格证明复印件
4	卫生许可	是否依法取得卫生许可证	具有有效的卫生许可证	是/ 否	需提供许可证复印件
5	食品经营许可	是否依法取得食品经营许可证	具有有效的食品经营许可证	是/ 否	不提供餐饮服务可免检

		(如提供餐饮服务)			
6	税务登记	是否依法办理税务登记	具有税务登记证明	是/ 否	需提供相关证明
7	经营年限 (单体)	连续经营是否满 2 年	经营年限 ≥ 2 年	是/ 否	以营业执照注册日期或实际开业日期中较晚者为准
8	经营年限 (连锁)	连续经营是否满 3 年	经营年限 ≥ 3 年	是/ 否	以营业执照注册日期或实际开业日期中较晚者为准
9	客房数量 (单体)	客房数量是否符合要求	5 间 ~ 50 间	是/ 否	需提供客房清单
10	客房数量 (连锁)	总客房数是否符合要求	总客房数 ≥ 30 间, 门店数 ≥ 3 家	是/ 否	需提供各门店客房清单
11	营业	上一	营业	是/	需提

	收入	年度营业收入是否达标	收入≥50万元	否	供财务报表或审计报告
12	违法违规记录	近3年是否有重大违法违规记录	无重大违法违规记录	是/否	需提供相关主管部门出具的无违法违规证明
13	安全生产	近3年是否发生重大安全生产事故	未发生重大安全生产事故	是/否	需提供相关证明
14	食品安全	近3年是否发生重大食品安全事故	未发生重大食品安全事故	是/否	需提供相关证明
15	环境保护	近3年是否发生重大环境污染事件	未发生重大环境污染事件	是/否	需提供相关证明
16	信用记录	是否被列入经	未被列入	是/否	需通过国家企

		营异常名录或严重违法失信企业名单			业信用信息公示系统查询
17	失信行为	近3年是否有严重违法失信行为	无严重违法失信行为	是/否	需提供相关证明
18	建筑安全	建筑是否符合安全标准	符合国家和地方建筑安全标准	是/否	需提供建筑安全鉴定报告
19	消防设施	消防设施设备是否齐全有效	符合消防安全法规要求	是/否	需提供消防设施检查报告
20	饮用水	供水系统是否符合标准	符合GB 5749规定	是/否	需提供水质检测报告
21	污水排放	污水排放是否符合标准	符合GB 8978规定	是/否	需提供污水排放检测报告
22	声环境	声环境质量是否符合标准	符合GB 3096规定	是/否	需提供声环境检测报告

		准			
23	公共标识	公共信息图形符号是否符合标准	符合 GB/T 10001.1 和 GB/T 10001.2 规定	是/否	现场核查
24	在线评分	主要 OTA 平台评分是否达标	综合评分 $\geq$ 4.0 分（满分 5.0 分）	是/否	需提供 OTA 平台评分截图
25	消费者投诉	是否有重大消费者投诉未解决	无重大消费者投诉未解决	是/否	需提供相关证明

检查结论：

- 所有必备条件均满足：通过必备条件检查，可进入评分环节。

- 存在不满足的必备条件：不通过必备条件检查，不予受理申报。

检查人员签字：_____ 日期：_____ 审核人员签字：_____ 日期：_____

附 录 B

(规范性)

评分细则表表 B.1 规定了民宿百强品牌评价的详细评分细则。

表 B.1 民宿百强品牌评价评分细则表一、品牌规模与实力（15 分）序号评分项分值评分标准得分评分依据 1.1 客房数量 5 分见下表 B.1.1 1.2 营业收入 5 分见下表 B.1.2

1.3 员工规模 5 分见下表 B.1.3 表 B.1.1 客房数量评分标准档次单体民宿（间/套）连锁民宿（总间/套）分值一档 41 及以上 301 及以上 5 分二档 31～40 201～300

4 分三档 21～30 101～200 3 分四档 11～20 51～100 2 分五档 5～10 30～50 1 分表 B.1.2 营业收入评分标准档次上一年度营业收入分值一档

1000 万元以上 5 分

档次上一年度营业收入分值二档 500 万元～1000 万元 4 分三档 300 万元～500 万元 3 分四档 100 万元～300 万元 2 分五档 50 万元～100 万元 1 分表 B.1

档次	全职员工总数	分值
一档	101 人及以上	5 分
二档	51 人～100 人	4 分
三档	21 人～50 人	3 分
四档	11 人～20 人	2 分
五档	5 人～10 人	1 分

二、品牌质量与口碑（20 分）序号

评分项分值评分标准得分评分依据 2.1 宾客满意度 6 分见下表 B.2.1 2.2 在线评分 5 分见下表 B.2.2 2.3 复购率 5 分见下表 B.2.3 2.4 投诉率 4 分见下表 B.2.4

表 B.2.1 宾客满意度评分标准

档次	近一年宾客满意度	分值
一档	90%及以上	6 分
二档	85%~89%	5 分
三档	80%~84%	4 分
四档	75%~79%	3 分
五档	70%~74%	2 分
六档	65%~69%	1 分
七档	低于 65%	0 分

注 1：宾客满意度应以近一年内有效宾客满意度调查数据为依据，调查样本量应不低于总接待人次的 10%或不少于 200 份。

注 2：满意度计算公式：满意度 = （满意人数 + 基本满意人数）/ 总调查人数 x 100%。

表 B.2.2 在线评分评分标准

档次	主要 OTA 平台 综合评分（满分 5.0 分）	分值
一档	4.8 分及以上	5 分

二档	4.6 分 ~ 4.7 分	4 分
三档	4.4 分 ~ 4.5 分	3 分
四档	4.2 分 ~ 4.3 分	2 分
五档	4.0 分 ~ 4.1 分	1 分
六档	低于 4.0 分	0 分

注 1：综合评分取携程、美团、飞猪三大平台评分的算术平均值。

注 2：如品牌仅在部分平台上线，按已有平台评分的算术平均值计算。

注 3：评分数据以评价工作启动前最近一次更新的平台数据为准。

表 B.2.3 复购率评分标准

档次	近一年复购率	分值
一档	30%及以上	5 分
二档	25% ~ 29%	4 分
三档	20% ~ 24%	3 分
四档	15% ~ 19%	2 分
五档	10% ~ 14%	1 分
六档	低于 10%	0 分

注 1：复购率指近一年内二次及以上入住的客人数量占总入住客人数量的百分比。

注 2：复购率应以 PMS 系统或预订系统数据为依据。

表 B.2.4 投诉率评分标准

档次	近一年有效投	分值
----	--------	----

	诉率	
一档	0.1%以下	4 分
二档	0.1% ~ 0.3%	3 分
三档	0.3% ~ 0.5%	2 分
四档	0.5% ~ 1.0%	1 分
五档	1.0%以上	0 分

注 1：投诉率 = 有效投诉数量 / 总接待人次 x 100%。

注 2：有效投诉指经相关主管部门、行业协会或 OTA 平台确认属实的投诉。

注 3：已妥善解决且获得消费者谅解的投诉，可酌情降低投诉率计算权重。

三、品牌特色与创新（20 分）序号评分项分值评分标准得分
 评分依据 3.1 文化特色 5 分见下表 B.3.1 3.2 设计创新 5 分见下表 B.3.2 3.3 服务创新 5 分见下表 B.3.3

3.4 产品创新 5 分见下表 B.3.4 表 B.3.1 文化特色评分标准

档次	评价标准	分值
一档	具有鲜明的地域文化主题，文化元素深度融入建筑外观、室内装饰、服务流程、餐饮体验、文化活动等各环节；设有专门的文化展示空间（面	5 分

	积不少于 30 平方米）；定期举办文化主题活动（每年不少于 12 次）；形成完整的品牌文化故事体系	
二档	具有较明确的文化主题，文化元素在建筑、装饰、服务等主要环节有较好体现；设有文化展示区域（面积不少于 15 平方米）；定期举办文化主题活动（每年不少于 6 次）	4 分
三档	具有一定的文化特色，部分环节（如装饰、餐饮等）融入文化元素；有文化展示内容；偶有文化活动	3 分
四档	文化特色不够突出，仅有少量文化元素体现（如装饰品、摆件等），	1 分 ~ 2 分

	无系统性文化展示	
五档	无明显文化特色，未融入任何文化元素	0 分

表 B.3.2 设计创新评分标准

档次评价标准分值一档建筑设计获得省级及以上设计奖项（如建筑设计奖、室内设计奖等），或在设计理念、空间利用、材料运用、节能环保等方面具有显著创新性和行业示范性；设计成果被行业

媒体或专业期刊报道 5 分二档建筑设计获得市级设计奖项，或在设计方面具有较强的创新性，形成独特的视觉识别体系；整体设计风格协调统一，具有较高的审美价值 4 分三档设计具有一定创新性，在空间布局、装饰风

格等方面有独特之处；整体风格协调统一，视觉效果良好 3 分四档设计有部分创新元素，但整体效果一般，缺乏系统性 1 分~2 分五档设计缺乏创新，与同类民宿无明显差异 0 分表

B.3.3 服务创新评分标准

档次评价标准分值一档形成独特的服务品牌体系（如"管家式服务""沉浸式体验服务"等），服务创新在行业内具有示范引领作用；服务模式被行业媒体报道或推广；宾客对服务创新评价极高

5 分二档服务模式具有较强创新性，形成差异化竞争优势；在接待、入住、体验、离店等环节有创新举措；宾客对服

务创新评价较高 4 分三档在部分服务环节有创新举措（如特色欢迎礼

、个性化行程推荐、主题体验活动等），效果良好，获得宾客好评 3 分四档有少量服务创新尝试，但尚未形成体系，效果一般 1 分~2 分五档服务模式传统，无创新举措 0 分表 B.3.4

产品创新评分标准

档次评价标准分值一档形成多元化的产品体系，包括特色住宿产品（如星空房、树屋、帐篷等）、体验产品（如手工艺体验、农耕体验、民俗体验等）、文创产品（如品牌衍生品、地方特产等）三

大类；产品创新获得行业认可或媒体报道 5 分

档次评价标准分值二档产品线较为丰富，除住宿产品外，开发了至少两类体验或文创产品，具有明显的创新特色，市场反响良好 4 分三档在住宿产品之外开发了体验类或文创类产品（至少一类），产品有一定特色

3 分四档有少量产品创新尝试，如季节性特色产品、节日主题活动等 1 分~2 分五档产品单一，仅提供基本住宿服务，无创新 0 分四、品牌管理与运营（15 分）序号评分项分值评分标准

得分评分依据 4.1 管理制度 4 分见下表 B.4.1 4.2 标准化程度 4 分见下表 B.4.2 4.3 人才培养 4 分见下表 B.4.3 4.4 数字化水平 3 分见下表 B.4.4 表 B.4.1 管理制度评分标准

档次评价标准分值一档建立完善的管理制度体系，涵盖前台接待、客房服务、餐饮服务、安全管理、财务管理、人力资源管理、采购管理、质量管理等 8 个以上方面；各项制度形成书面文件并汇编成

册；制度执行情况有记录、有检查、有考核；制度每年至少修订一次 4 分二档管理制度较为完善，涵盖前台接待、客房服务、餐饮服务、安全管理、财务管理、人力资源管理等 6 个以上方面；各项制度形成书面

文件；制度执行情况有记录 3 分三档建立了基本的管理制度，涵盖前台接待、客房服务、安全管理等主要管理环节（4 个~5 个方面）；有书面制度文件 2 分四档管理制度不健全，仅涵盖 2 个~3 个方面，或

制度内容不够完善 1 分五档无成文管理制度 0 分表 B.4.2 标准化程度评分标准档次评价标准分值一档建立完整的品牌标准化体系，包括服务标准、操作规范、质量标准、卫生标准等；通过 I

SO 9001 质量管理体系认证或同等效力的认证；连锁品牌各门店执行统一标准 4 分二档建立较为完整的标准化体系，包括主要服务标准和操作规范；标准化体系执行效果良好；有内部质量检查机制

3 分三档建立了部分标准或操作规范（如客房清洁标准、接待流程规范等），但尚未形成完整体系 2 分四档有初步的标

标准化意识，制定了少量工作流程或规范，但执行不够规范 1 分
五档

无标准化建设 0 分

表 B.4.3 人才培养评分标准档次评价标准分值一档建立完善的人才培养体系，包括新员工入职培训、在岗培训、管理培训、技能竞赛等；

每年人均培训时间不少于 40 学时；员工持证上岗率达 80% 以上（含消防证、健康证、服务技能证书等）；建立员工职业发展通道和晋升机制 4 分二档建立较为完善的人才培养机制，包括入职培

训和定期在岗培训；每年人均培训时间不少于 24 学时；员工持证上岗率达 60% 以上 3 分三档不定期开展员工培训，每年人均培训时间不少于 12 学时；主要岗位员工持有相关证书

2 分四档偶尔组织培训，无系统培训计划 1 分五档无人才培养措施 0 分表 B.4.4 数字化水平评分标准档次评价标准分值一档建立完善的管理信息系统，包括 PMS（物业管理系统）、CRM（客户关系管理系统）、

财务管理系统等；实现线上线下一体化运营；拥有品牌官网和微信小程序；数据分析应用于经营决策 3 分二档使用专业的民宿管理软件（PMS），实现客房管理、预订管理、财务管理等基本功能的

信息化；在主要 OTA 平台上线运营 2 分三档部分环节实现信息化管理（如使用电子表格进行财务管理，或仅在 OTA 平台上线等）1 分四档未开展信息化建设 0 分五、品牌影响力与传播（15 分）

序号评分项分值评分标准得分评分依据 5.1 媒体曝光 4 分见下表 B.5.1 5.2 社交影响力 4 分见下表 B.5.2 5.3 行业认可 4 分见下表 B.5.3 5.4 获奖情况 3 分

见下表 B.5.4 表 B.5.1 媒体曝光评分标准

档次	评价标准	分值
一档	近两年内在国家级主流媒体（如中央电视台、人民日报、新华社、中国旅游报等）上有专题报道 3 次及以上	4 分
二档	近两年内在国家级主流媒体上有报道 1 次~2 次，或在省级主流媒体上有专题报道 3 次及以上	3 分
三档	近两年内在省级主流媒体上有报道 1 次~2 次，或在	2 分

	市级主流媒体上有 专题报道3次及以上	
四档	近两年内在市 级主流媒体上有报 道1次~2次	1分
五档	近两年内无主 流媒体曝光	0分

注1：专题报道指以该品牌为主要内容的新闻报道或专题节目，篇幅不少于500字或节目时长不少于3分钟。

注2：仅提及品牌名称的综合性报道不计入专题报道。

表 B.5.2 社交影响力评分标准

档次	评价标准	分值
一档	品牌官方账号 (微信公众号、微 博、抖音、小红书 等) 粉丝总量10万 以上, 且近半年内 内容互动量(点赞、 评论、转发合计) 月均1万以上; 自 媒体内容质量高, 具有较强传播力	4分
二档	品牌官方账号 粉丝总量5万~10	3分

	万，且近半年内容互动量月均 5000 以上；自媒体运营较为活跃	
三档	品牌官方账号粉丝总量 1 万~5 万，且近半年内容互动量月均 1000 以上；自媒体有基本运营	2 分
四档	品牌官方账号粉丝总量 1 万以下，有一定互动量；自媒体运营不够活跃	1 分
五档	无官方社交媒体账号或无有效运营	0 分

注 1：粉丝总量取各平台粉丝数的合计值。

注 2：内容互动量取各平台月均互动量的合计值。

表 B.5.3 行业认可评分标准档次评价标准分值一档担任省级及以上旅游民宿行业协会（或同等效力行业组织）副会长及以上职务；或在行业内具有较高的示范引领作用，被行业协会

作为典型案例推广 4 分二档为省级及以上旅游民宿行业协会（或同等效力行业组织）理事及以上会员单位；或在区域内

具有一定影响力，被市级以上行业协会认可 3 分三档为市级旅游民宿行业协会（或同等效力行业

组织）会员单位 2 分四档参与行业协会活动，但未加入行业协会 1 分五档未参与任何行业组织 0 分表 B.5.4 获奖情况评分标准

档次	评价标准	分值
一档	近三年内获得国家级奖项（如文化和旅游部评选的奖项、全国性行业协会评选的奖项等）	3 分
二档	近三年内获得省部级奖项（如省级文化和旅游部门评选的奖项、省级行业协会评选的奖项等）	2 分
三档	近三年内获得市级奖项（如市级文化和旅游部门评选的奖项、市级行业协会评选的奖项等）	1 分
四档	近三年内未获	0 分

	得过相关奖项	
--	--------	--

注 1：多个同级别奖项不累计计分，取最高分值。

注 2：不同级别奖项可累计计分，但总分不超过 3 分。

六、社会责任与可持续（15 分）序号评分项分值评分标准
得分评分依据 6.1 社区贡献 4 分见下表 B.6.1 6.2 环保措施 4 分见
下表 B.6.2 6.3 就业带动 4 分见下表 B.6.3

6.4 文化传承 3 分见下表 B.6.4 表 B.6.1 社区贡献评分标准档
次评价标准分值一档积极参与社区建设，与当地居民建立良好
合作关系；优先采购当地农产品和手工艺品，

年采购额不低于 10 万元；定期组织社区公益活动（每年不
少于 4 次）；带动周边农户发展民宿或旅游相关产业效果显
著；社区居民对品牌评价高 4 分二档较好地融入社区，与当地
居民关系融洽；有

一定比例的当地采购；组织社区公益活动（每年不少于 2
次）；对社区经济有一定带动作用 3 分三档基本融入社区，与
当地居民关系良好；偶有社区互动活动 2 分四档与社区有一定
互动，但不够深入

1 分五档与社区无互动 0 分表 B.6.2 环保措施评分标准档次
评价标准分值一档建立完善的环保管理体系，设有专职或兼职
环保管理人员；采用太阳能、空气源热泵等节能设施设备；使
用环保建材和用品；实施

垃圾分类和资源回收利用；获得绿色建筑认证、绿色旅游饭店认证或同等效力的环保认证；近三年内无环保处罚记录 4 分二档采取多项环保措施，使用节能灯具、节水器具等设备；提供环保洗浴用品；实施垃圾分

类；有环保宣传和引导措施；近三年内无环保处罚记录 3 分三档采取基本的环保措施，如使用节能灯具、提供可重复使用的物品等 2 分四档有少量环保举措，如减少一次性用品使用等

，但不够系统 1 分五档无环保措施 0 分表 B.6.3 就业带动评分标准

档次	评价标准	分值
一档	员工总数中本地员工占比 80%以上，且带动周边农户就业 20 人以上（含季节性用工）；为当地居民提供技能培训（每年不少于 2 次）	4 分
二档	本地员工占比 60%~79%，且带动周边农户就业 10 人~19 人	3 分
三档	本地员工占比	2 分

	40%~59%，且带动周边农户就业5人~9人	
四档	本地员工占比20%~39%	1分
五档	本地员工占比低于20%	0分

注1：本地员工指户籍所在地或常住地与民宿经营所在地在同一县（市、区）的员工。

注2：带动周边农户就业指通过民宿经营直接或间接为周边农户创造的就业机会。

表 B.6.4 文化传承评分标准

档次	评价标准	分值
一档	积极参与地方非物质文化遗产保护与传承工作；设有专门的文化展示空间（面积不少于20平方米）或体验项目（不少于3个）；与非遗传承人或文化机构建立合作关系；定期开展文化传承活动（每年不少于6	3分

	次)；对地方文化的保护传承有显著贡献	
二档	在经营中融入地方文化元素，设有文化展示区域 (面积不少于10平方米)或体验项目(不少于1个)； 对地方文化传承有一定贡献	2分
三档	在经营中体现地方文化特色，如展示当地手工艺品、提供当地特色餐饮等	1分
四档	未体现文化传承	0分

附 录 C

(资料性)

百强品牌认定申请表

表 C.1 民宿百强品牌认定申请表

基本信息

项目	内容
品牌名称	
品牌类型	单体民宿 / 连锁民宿（勾选）
申报主体名称	
统一社会信用代码	
法定代表人	
联系人	
联系电话	
电子邮箱	
通讯地址	
成立时间	
经营年限	
门店数量（连锁品牌填写）	
总客房数	
上一年度营业收入（万元）	
全职员工数	
主要 OTA 平台及评分	

品牌简介（500 字以内）	
---------------	--

申报材料清单

序号	材料名称	是否提交	备注
1	营业执照副本复印件	是/否	加盖公章
2	特种行业许可证复印件	是/否	加盖公章
3	消防安全检查合格证明复印件	是/否	加盖公章
4	卫生许可证复印件	是/否	加盖公章
5	食品经营许可证复印件	是/否	如不提供餐饮服务可免交
6	上一年度财务报表或审计报告	是/否	加盖公章
7	客房清单	是/否	含房间编号、类型、面积
8	员工名册	是/否	含姓名、岗位、入职时间
9	无违法违规证明	是/否	相关主管部门出具
10	OTA 平台评分截图	是/否	携程、美团、飞猪等
11	宾客满意度调查报告	是/否	近一年内

12	管理制度汇编	是/否	
13	品牌宣传资料	是/否	含品牌手册、宣传册等
14	获奖证书复印件	是/否	近三年内
15	媒体报道材料	是/否	近两年内
16	环保措施说明及相关证明	是/否	
17	社区贡献说明及相关证明	是/否	
18	其他补充材料	是/否	

申报承诺

本单位郑重承诺：

1. 本申请表所填信息及所提交的全部申报材料均真实、准确、完整。
2. 本单位符合本标准规定的全部申报基本条件。
3. 本单位近三年内无重大违法违规经营记录，未发生重大安全生产事故、重大食品安全事故和重大环境污染事件。
4. 本单位自愿接受云南省旅游民宿行业协会依据本标准开展的评价认定工作，包括材料审查、现场评审、日常监督等。
5. 如因提供虚假信息或隐瞒重要事实导致认定结果不当，本单位自愿接受撤销认定资格的处理，并承担由此产生的一切后果。

法定代表人签字：

单位盖章：

日期：

审核意见

环节	意见	签字	日期
受理审查			
材料审查			
现场评审			
综合评定			

认定结果

项目	内容
综合评分	
认定等级	
百强品牌排名	
认定编号	
认定日期	
有效期至	