

ICS 03.200

T/YNMS 008—2026

CCS A 12

团体标准

T/YNMS 008—2026

小菌主金牌民宿运营管理评价标准

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、大理榴住信息咨询工作室。

本文件主要起草人：贺双全、尹启昌。

小菌主金牌民宿运营管理评价标准

1 范围本文件规定了"小菌主"金牌民宿运营管理评价的术语和定义、等级和标志、基本条件、评价指标体系、评价方法与程序以及动态管理的要求。

本文件适用于云南省旅游民宿行业协会"小菌主"品牌体系下参与金牌民宿等级评定的民宿运营管理评价活动。

本文件也可其他民宿品牌的运营管理评价提供参考。

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 14308 旅游饭店钻级的划分与评定

GB 50016 建筑设计防火规范

LB/T 065 旅游民宿基本要求与评价

LB/T 066 旅游民宿等级划分

LB/T 067 旅游民宿服务规范

GB/T 16766 旅游业基础术语

GB 5749 生活饮用水卫生标准

GB 9663 住宿业卫生标准

GB 14881 食品安全国家标准 食品生产通用卫生规范

GB/T 19001 质量管理体系 要求

GB/T 24001 环境管理体系 要求及使用指南

GB/T 28001 职业健康安全管理体系 要求 WS/T 367 医疗机构消毒技术规范（相关条款参照执行）

3 术语和定义 下列术语和定义适用于本文件。

3.1 民宿运营管理 homestay operation and management 民宿经营主体为实现经营目标，对民宿的日常经营、服务质量、人力资源、财务管理、

品牌推广、安全保障等方面进行计划、组织、协调和控制的活动总称。

3.2 运营评价 operation evaluation

依据既定标准和程序，对民宿的经营管理水平、服务质量和综合效益进行系统评估并确定等级的活动。

3.3 "小菌主"品牌 "Xiaojunzhu" brand 由云南省旅游民宿行业协会创立，以云南野生菌文化为特色主题，面向高品质民宿打造的区域特色民宿品牌体系，旨在推广云南民宿文化与特色旅游体验。

3.4 金牌民宿 gold-medal homestay 经云南省旅游民宿行业协会依据本文件进行评价，达到相应等级要求，并被授予"小菌主"金牌民宿等级标志的民宿。

3.5 入住率 occupancy rate 评价期内实际售出客房数与可售客房总数之比，以百分比表示。

3.6 平均房价 average daily rate (ADR) 评价期内客房总收入与实际售出客房数之比。

3.7 每间可售房收入 revenue per available room (RevPAR) 评价期内客房总收入与可售客房总数之比，综合反映客房销售效率与定价能力。

3.8 人房比 staff-to-room ratio 民宿在岗员工总数与客房总数之比，反映人力资源配置效率。

3.9 宾客满意度 guest satisfaction index (GSI) 通过问卷调查、在线评价等方式收集的宾客对民宿各项服务的综合满意程度，以百分制评分表示。

3.10 投诉率 complaint rate 评价期内有效投诉件数与接待宾客总人次之比，以千分比表示。

4 等级和标志 4.1 等级划分"小菌主"金牌民宿运营管理评价等级从高到低依次划分为五个等级：

- a) DL5 (五钻级) (五钻级金牌民宿)；
- b) DL4 (四钻级) (四钻级金牌民宿)；
- c) DL3 (三钻级) (三钻级金牌民宿)；
- d) DL2 (二钻级) (二钻级金牌民宿)；
- e) DL1 (一钻级) (一钻级金牌民宿)。

4.2 评分与等级对应关系采用百分制评分，各等级对应的分数要求如下：

- a) DL5 (五钻级)：综合评分 90 分及以上；

- b) DL4（四钻级）：综合评分 80 分及以上，不足 90 分；
- c) DL3（三钻级）：综合评分 70 分及以上，不足 80 分；
- d) DL2（二钻级）：综合评分 60 分及以上，不足 70 分；
- e) DL1（一钻级）：综合评分不足 60 分，不予认定等级。

4.3 标志 4.3.1 获得等级认定的民宿，由云南省旅游民宿行业协会统一颁发相应等级的"小菌主"金牌民宿标志牌匾和证书。

4.3.2 标志牌匾应包含以下内容：

- a) "小菌主"品牌标识；
- b) 等级标志（DL5/五钻级、DL4/四钻级、DL3/三钻级、DL2/二钻级、DL1/一钻级）；
- c) 标准编号 T/YNMS-008-2026；
- d) 颁发机构名称；
- e) 颁发日期及有效期。

4.3.3 标志牌匾应悬挂于民宿主要出入口显著位置。

4.3.4 等级标志仅限获评民宿在有效期内使用，不得转让、出借或超范围使用。

5 基本条件 5.1 通用要求 申请"小菌主"金牌民宿等级评定的民宿应同时满足以下基本条件：

- a) 依法在市场监督管理部门注册登记，取得营业执照，且持续经营满 1 年以上；

b) 符合 LB/T 065 和 LB/T 066 中关于旅游民宿的基本要求；

c) 取得特种行业许可证、消防安全检查合格证明、卫生许可证等相关法定证照；

d) 房屋建筑符合 GB 50016 及相关建筑安全规范要求；

e) 生活饮用水符合 GB 5749 要求；

f) 住宿卫生条件符合 GB 9663 要求；

g) 如提供餐饮服务，应符合 GB 14881 及相关食品安全要求；

h) 已加入云南省旅游民宿行业协会，成为正式会员；

i) 承诺遵守"小菌主"品牌管理规范 and 协会相关章程。

5.2 经营条件

a) 民宿客房数量不少于 5 间（套），不超过 30 间（套）；

b) 具有明确的经营主题和文化特色，与"小菌主"品牌理念相契合；

c) 具有完善的经营管理制度和服务标准；

d) 具有独立的财务核算体系，能够提供完整的经营数据；

e) 近一年内无重大安全责任事故、无重大违法违规经营记录。

5.3 品牌条件

a) 认同"小菌主"品牌文化理念，愿意参与品牌共建；

b) 具有云南地域文化特色或野生菌文化主题元素；

c) 在经营中积极传播云南旅游民宿文化形象。

5.4 否决条件存在以下任一情形的，不得申请等级评定或取消已获等级：

a) 近一年内发生重大安全责任事故；

b) 近一年内存在严重违法违规经营行为，被相关行政部门处罚；

c) 近一年内发生重大服务质量事故，造成恶劣社会影响；

d) 弄虚作假、隐瞒真实情况以获取等级认定；

e) 超范围使用等级标志，造成不良影响；

f) 拒绝接受监督检查或拒不整改不合格项。

6 评价指标体系 6.1 经营绩效（20 分）

经营绩效评价指标包括入住率、平均房价、RevPAR、营业收入和利润率五个二级指标。

6.1.1 入住率（5 分）以评价期内（近 12 个月）的月均入住率为评价依据：

a) 月均入住率达到 65%及以上的，得 5 分；

b) 月均入住率达到 55%及以上，不足 65%的，得 4 分；

c) 月均入住率达到 45%及以上，不足 55%的，得 3 分；

d) 月均入住率达到 35%及以上，不足 45%的，得 2 分；

e) 月均入住率达到 25%及以上，不足 35%的，得 1 分；

f) 月均入住率不足 25%的，得 0 分。

注：淡旺季差异较大的民宿，可提供经审计的近 12 个月数据，按月均入住率计算。

6.1.2 平均房价（3 分）以评价期内月均平均房价（ADR）为评价依据：

a) ADR 达到当地同类民宿平均水平 120%及以上的，得 3 分；

b) ADR 达到当地同类民宿平均水平 100%及以上，不足 120%的，得 2 分；

c) ADR 达到当地同类民宿平均水平 80%及以上，不足 100%的，得 1 分；

d) ADR 不足当地同类民宿平均水平 80%的，得 0 分。

注：当地同类民宿平均水平以行业协会发布的年度参考数据为准。

6.1.3 RevPAR（4 分）以评价期内月均 RevPAR 为评价依据：

a) RevPAR 达到当地同类民宿平均水平 120%及以上的，得 4 分；

b) RevPAR 达到当地同类民宿平均水平 100%及以上，不足 120%的，得 3 分；

c) RevPAR 达到当地同类民宿平均水平 80%及以上，不足 100%的，得 2 分；

d) RevPAR 达到当地同类民宿平均水平 60%及以上，不足 80%的，得 1 分；

e) RevPAR 不足当地同类民宿平均水平 60%的，得 0 分。

6.1.4 营业收入（4 分）以评价期内年度营业收入为评价依据：

a) 年度营业收入较上一年度增长 10%及以上的，得 4 分；

b) 年度营业收入较上一年度增长 5%及以上，不足 10%的，得 3 分；

c) 年度营业收入与上一年度基本持平（ $\pm 5\%$ 以内）的，得 2 分；

d) 年度营业收入较上一年度下降 5%以上，不足 15%的，得 1 分；

e) 年度营业收入较上一年度下降 15%及以上的，得 0 分。

注：首次申请评定的民宿，以当地同类民宿平均营业收入为参照基准。

6.1.5 利润率（4 分）以评价期内年度净利润率为评价依据：

a) 年度净利润率达到 25%及以上的，得 4 分；

b) 年度净利润率达到 20%及以上，不足 25%的，得 3 分；

c) 年度净利润率达到 15%及以上，不足 20%的，得 2 分；

d) 年度净利润率达到 10%及以上，不足 15%的，得 1 分；

e) 年度净利润率不足 10%的，得 0 分。

6.2 服务质量（20 分）服务质量评价指标包括宾客满意度、在线评分、投诉率和服务响应速度四个二级指标。

6.2.1 宾客满意度（6 分）以评价期内宾客满意度调查综合得分为评价依据：

- a) 宾客满意度达到 95 分及以上的，得 6 分；
- b) 宾客满意度达到 90 分及以上，不足 95 分的，得 5 分；
- c) 宾客满意度达到 85 分及以上，不足 90 分的，得 4 分；
- d) 宾客满意度达到 80 分及以上，不足 85 分的，得 3 分；
- e) 宾客满意度达到 75 分及以上，不足 80 分的，得 2 分；
- f) 宾客满意度达到 70 分及以上，不足 75 分的，得 1 分；
- g) 宾客满意度不足 70 分的，得 0 分。

注：宾客满意度调查应覆盖评价期内不少于接待总人次的 10%，且样本量不少于 100 份。

6.2.2 在线评分（5 分）以评价期内主要在线旅游平台（包括但不限于携程、美团、飞猪等）的综合评分为评价依据：

- a) 主要平台综合评分均达到 4.9 分及以上（满分 5 分制）的，得 5 分；
- b) 主要平台综合评分均达到 4.8 分及以上，不足 4.9 分的，得 4 分；
- c) 主要平台综合评分均达到 4.7 分及以上，不足 4.8 分的，得 3 分；

d) 主要平台综合评分均达到 4.5 分及以上，不足 4.7 分的，得 2 分；

e) 主要平台综合评分均达到 4.3 分及以上，不足 4.5 分的，得 1 分；

f) 任一平台综合评分不足 4.3 分的，得 0 分。

注：取各平台评分的算术平均值作为综合评分。

6.2.3 投诉率（4 分）以评价期内有效投诉率为评价依据：

a) 有效投诉率为 0 的，得 4 分；

b) 有效投诉率不超过 1‰的，得 3 分；

c) 有效投诉率不超过 3‰的，得 2 分；

d) 有效投诉率不超过 5‰的，得 1 分；

e) 有效投诉率超过 5‰的，得 0 分。

注：有效投诉指经核实确认的宾客投诉，不包括恶意投诉或无理诉求。

6.2.4 服务响应速度（5 分）以评价期内服务响应的及时性和有效性为评价依据，包括以下方面：

a) 预订响应时间：收到预订请求后 30 分钟内回复率达 95% 及以上的，得 2 分；达 90% 及以上不足 95% 的，得 1.5 分；达 80% 及以上不足 90% 的，得 1 分；不足 80% 的，得 0 分；

b) 宾客需求响应时间：宾客提出服务需求后 10 分钟内响应率达 90% 及以上的，得 2 分；达 80% 及以上不足 90% 的，得 1.5

分；达 70%及以上不足 80%的，得 1 分；不足 70%的，得 0 分；

c) 投诉处理时效：有效投诉 24 小时内首次回复率达 100% 的，得 1 分；达 90%及以上不足 100%的，得 0.5 分；不足 90% 的，得 0 分。

6.3 运营效率（15 分）运营效率评价指标包括人房比、成本控制率、周转效率和数字化程度四个二级指标。

6.3.1 人房比（4 分）以评价期内月均在岗员工总数与客房总数之比为评价依据：

a) 人房比达到 0.8 及以上（即每间客房配备 0.8 名及以上员工）的，得 4 分；

b) 人房比达到 0.6 及以上，不足 0.8 的，得 3 分；

c) 人房比达到 0.4 及以上，不足 0.6 的，得 2 分；

d) 人房比达到 0.3 及以上，不足 0.4 的，得 1 分；

e) 人房比不足 0.3 的，得 0 分。

注：人房比应根据民宿规模、服务定位合理配置，非单纯追求高人房比。

6.3.2 成本控制率（4 分）以评价期内实际运营成本与预算成本之比为评价依据：

a) 实际运营成本控制在预算成本 95%及以内的，得 4 分；

b) 实际运营成本控制在预算成本 100%及以内的，得 3 分；

c) 实际运营成本控制在预算成本 105%及以内的，得 2 分；

d) 实际运营成本控制在预算成本 110%及以内的，得 1 分；

e) 实际运营成本超过预算成本 110%的，得 0 分。

注：应提供经审核的年度预算方案 and 实际成本核算数据。

6.3.3 周转效率（3 分）以评价期内客房周转效率为评价依据：

a) 平均退房至新客人入住间隔时间不超过 2 小时的，得 3 分；

b) 平均间隔时间不超过 3 小时的，得 2 分；

c) 平均间隔时间不超过 4 小时的，得 1 分；

d) 平均间隔时间超过 4 小时的，得 0 分。

6.3.4 数字化程度（4 分）以评价期内民宿运营管理数字化建设水平为评价依据，包括以下方面：

a) 预订管理系统：使用专业 PMS（物业管理系统）或在线预订管理平台，实现多渠道统一管理的，得 1 分；仅使用单一平台管理的，得 0.5 分；未使用信息化管理的，得 0 分；

b) 财务管理系统：使用专业财务软件进行收支管理的，得 1 分；使用电子表格管理的，得 0.5 分；无电子化管理的，得 0 分；

c) 客户关系管理：建立客户档案管理系统，实现会员管理、消费记录、偏好分析等功能的，得 1 分；建立基础客户档案的，得 0.5 分；未建立客户档案的，得 0 分；

d) 智能化设施：配备智能门锁、智能客控系统智能化设施的，得 1 分；配备部分智能化设施的，得 0.5 分；未配备智能化设施的，得 0 分。

6.4 团队建设（15 分）团队建设评价指标包括员工稳定性、培训覆盖率、员工满意度和人才梯队四个二级指标。

6.4.1 员工稳定性（4 分）以评价期内员工流失率为评价依据：

- a) 年度员工流失率不超过 10%的，得 4 分；
- b) 年度员工流失率不超过 15%的，得 3 分；
- c) 年度员工流失率不超过 20%的，得 2 分；
- d) 年度员工流失率不超过 30%的，得 1 分；
- e) 年度员工流失率超过 30%的，得 0 分。

注：员工流失率 = 评价期内离职员工人数 ÷（期初员工人数 + 期末员工人数） ÷ 2 × 100%。

6.4.2 培训覆盖率（4 分）以评价期内员工培训覆盖率为评价依据：

- a) 年度培训覆盖率达到 100%，且人均培训时长不少于 40 小时的，得 4 分；
- b) 年度培训覆盖率达到 100%，且人均培训时长不少于 24 小时的，得 3 分；
- c) 年度培训覆盖率达到 90%及以上，且人均培训时长不少于 16 小时的，得 2 分；

d) 年度培训覆盖率达到 80%及以上，且人均培训时长不少于 8 小时的，得 1 分；

e) 年度培训覆盖率不足 80%或人均培训时长不足 8 小时的，得 0 分。

注：培训内容包括但不限于服务礼仪、安全知识、应急处理、品牌文化、专业技能等。

6.4.3 员工满意度（4 分）以评价期内员工满意度调查综合得分为评价依据：

a) 员工满意度达到 90 分及以上的，得 4 分；

b) 员工满意度达到 80 分及以上，不足 90 分的，得 3 分；

c) 员工满意度达到 70 分及以上，不足 80 分的，得 2 分；

d) 员工满意度达到 60 分及以上，不足 70 分的，得 1 分；

e) 员工满意度不足 60 分的，得 0 分。

注：员工满意度调查应覆盖全体在岗员工，调查内容应包括工作环境、薪酬福利、职业发展、管理沟通等方面。

6.4.4 人才梯队（3 分）以评价期内人才梯队建设情况为评价依据：

a) 建立完善的人才梯队培养体系，设有明确的岗位晋升通道、储备干部培养计划，且至少有 1 名以上储备管理人员的，得 3 分；

b) 建立基本的岗位晋升通道，有初步的储备人才培养意识的，得 2 分；

c) 有基本的岗位职责说明，但未建立系统化人才梯队机制的，得 1 分；

d) 未建立任何人才梯队机制的，得 0 分。

6.5 品牌建设（15 分）品牌建设评价指标包括品牌知名度、媒体曝光、社交影响力和行业认可四个二级指标。

6.5.1 品牌知名度（4 分）以评价期内民宿品牌知名度为评价依据：

a) 获得省级及以上旅游或民宿行业荣誉称号的，得 4 分；

b) 获得州（市）级旅游或民宿行业荣誉称号的，得 3 分；

c) 获得县（区）级旅游或民宿行业荣誉称号的，得 2 分；

d) 在当地具有较高知名度，但未获得官方荣誉称号的，得 1 分；

e) 品牌知名度较低的，得 0 分。

注：荣誉称号应在有效期内，同一级别多个荣誉不累加计分。

6.5.2 媒体曝光（4 分）以评价期内主流媒体和旅游专业媒体的报道曝光情况为评价依据：

a) 获得国家级主流媒体（如中央电视台、人民日报等）正面报道 3 次及以上的，得 4 分；

b) 获得省级主流媒体正面报道 3 次及以上的，得 3 分；

c) 获得州（市）级主流媒体正面报道 3 次及以上的，得 2 分；

d) 获得旅游专业媒体或网络自媒体正面报道 5 次及以上的，得 1 分；

e) 媒体曝光较少的，得 0 分。

注：不同级别媒体可累计计分，但同一报道不重复计算。

6.5.3 社交影响力（4 分）以评价期内社交媒体运营数据为评价依据：

a) 在至少 2 个主流社交平台（如抖音、小红书、微信公众号、微博等）开设官方账号，且各平台粉丝总数达到 5 万人以上，年发布内容不少于 100 条，互动率（点赞+评论+转发÷粉丝数）

不低于 5% 的，得 4 分；

b) 在至少 1 个主流社交平台开设官方账号，粉丝总数达到 3 万人以上，年发布内容不少于 60 条，互动率不低于 3% 的，得 3 分；

c) 在至少 1 个主流社交平台开设官方账号，粉丝总数达到 1 万人以上，年发布内容不少于 30 条的，得 2 分；

d) 在至少 1 个社交平台开设官方账号，粉丝总数达到 3000 人以上的，得 1 分；

e) 未开设官方社交账号或运营效果较差的，得 0 分。

6.5.4 行业认可（3 分）以评价期内参与行业协会活动及行业交流情况为评价依据：

a) 担任行业协会理事及以上职务，且积极参与行业交流、标准制定、经验分享等活动的，得 3 分；

b) 积极参与行业协会组织的各类活动（培训、论坛、展会等）每年不少于 3 次的，得 2 分；

c) 参与行业协会组织的活动每年 1~2 次的，得 1 分；

d) 未参与行业协会活动的，得 0 分。

6.6 安全与合规（15 分）安全与合规评价指标包括安全记录、合规经营、应急预案和环保措施四个二级指标。

6.6.1 安全记录（4 分）以评价期内安全管理记录为评价依据：

a) 评价期内无任何安全事故，且安全管理台账完整规范，定期开展安全检查和隐患排查的，得 4 分；

b) 评价期内无安全事故，安全管理台账基本完整的，得 3 分；

c) 评价期内发生轻微安全事故（未造成人员伤亡和重大财产损失）1 起，且已妥善处理的，得 1 分；

d) 评价期内发生一般安全事故 1 起及以上的，得 0 分。

注：重大安全事故属于否决条件，按第 5.4 条规定执行。

6.6.2 合规经营（4 分）以评价期内合规经营情况为评价依据：

a) 各项证照齐全有效，按时年检年报，无任何行政处罚记录，且主动配合行业监管的，得 4 分；

- b) 各项证照齐全有效，无行政处罚记录的，得 3 分；
- c) 各项证照基本齐全，存在轻微违规行为但已及时整改的，得 2 分；
- d) 存在一般性违规行为，被行政部门警告或责令整改的，得 1 分；
- e) 存在严重违规行为，被行政部门处罚的，得 0 分。

6.6.3 应急预案（4 分）以评价期内应急预案建设与演练情况为评价依据：

- a) 建立完善的应急预案体系（包括火灾、自然灾害、公共卫生事件、治安事件、食品安全事件等），每半年至少组织 1 次应急演练，且有完整演练记录和总结的，得 4 分；
- b) 建立基本的应急预案，每年至少组织 1 次应急演练，有演练记录的，得 3 分；
- c) 建立部分应急预案，但未组织演练或演练不规范的，得 2 分；
- d) 有基本的应急处理意识，但未形成书面应急预案的，得 1 分；
- e) 未建立任何应急预案的，得 0 分。

6.6.4 环保措施（3 分）以评价期内环境保护措施落实情况为评价依据：

- a) 建立完善的环保管理制度，实施垃圾分类、节能减排、污水处理等措施，且取得明显成效的，得 3 分；

- b) 实施垃圾分类、节能减排等基本环保措施的，得 2 分；
- c) 有基本的环保意识，部分落实环保措施的，得 1 分；
- d) 未采取任何环保措施的，得 0 分。

7 评价方法与程序 7.1 评价原则 7.1.1 公开公平原则：评价标准、程序和结果应公开透明，对所有申请民宿一视同仁。

7.1.2 客观公正原则：评价应以事实和数据为依据，避免主观臆断。

7.1.3 科学规范原则：评价方法和程序应科学合理，符合标准化工作要求。

7.1.4 动态管理原则：评价结果实行有效期管理，定期复评。

7.2 评价组织 7.2.1 云南省旅游民宿行业协会设立"小菌主"金牌民宿评价委员会（以下简称"评价委员会"），负责等级评定的组织实施工作。

7.2.2 评价委员会由行业协会代表、行业专家、民宿经营者代表、旅游管理部门代表等组成，成员人数不少于 5 人，且为单数。

7.2.3 评价委员会应制定年度评价工作计划，并组织实施。

7.2.4 评价委员会成员与申请评定的民宿存在利益关系的，应主动回避。

7.3 评价程序 7.3.1 申请

a) 申请评定的民宿应向云南省旅游民宿行业协会提交等级评定申请表；

b) 申请材料应包括：营业执照复印件、相关证照复印件、经营数据报告、自评报告及相关证明材料；

c) 申请材料应真实、完整、有效。

7.3.2 初审

a) 评价委员会收到申请材料后，应在 15 个工作日内完成材料初审；

b) 初审内容包括：申请材料的完整性、基本条件的符合性；

c) 初审合格的，进入现场评价环节；初审不合格的，书面通知申请人并说明理由。

7.3.3 现场评价

a) 评价委员会组织评价组（不少于 3 人）进行现场评价；

b) 现场评价内容包括：实地检查、资料核查、员工访谈、宾客调查等；

c) 现场评价时间一般不少于 1 天；

d) 评价组应根据附录 A 和附录 B 的要求逐项评分，并填写评价记录。

7.3.4 综合评定

a) 评价委员会根据现场评价结果进行综合评定；

b) 必备条件（附录 A）全部满足的，方可进入评分环节；

c) 综合评定采用评价委员会成员独立评分、去掉最高分和最低分后取算术平均值的方式确定最终得分；

d) 根据最终得分确定等级，并形成评定意见。

7.3.5 公示

a) 评定结果应在云南省旅游民宿行业协会官方网站和指定媒体上公示，公示期不少于 15 个工作日；

b) 公示期间接受社会监督和异议反馈；

c) 对公示结果有异议的，应在公示期内以书面形式提出，评价委员会应在 15 个工作日内完成复核并书面答复。

7.3.6 公告与授牌

a) 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公告；

b) 向获评民宿颁发等级标志牌匾和证书。

7.4 评价周期 7.4.1 等级评定有效期为 3 年。

7.4.2 有效期满前 6 个月，获评民宿应申请复评。

7.4.3 复评程序与初次评定程序相同。

8 动态管理 8.1 日常监督 8.1.1 云南省旅游民宿行业协会对获评民宿实行日常监督管理。

8.1.2 日常监督方式包括：定期检查、不定期抽查、宾客反馈跟踪、社会监督等。

8.1.3 获评民宿应积极配合监督检查，如实提供相关资料和数据。

8.2 等级变更 8.2.1 获评民宿在有效期内经营条件发生重大变化的，应及时向协会报告。

8.2.2 经复评或专项检查，发现获评民宿不再符合原等级要求的，协会可作出以下处理：

a) 限期整改：对存在一般性问题的，责令限期整改，整改期限不超过3个月；

b) 降级处理：对整改后仍不符合原等级要求，但符合低一级等级要求的，予以降级处理；

c) 撤销等级：对存在第5.4条所列否决情形的，或整改后仍不符合最低等级要求的，撤销其等级认定。

8.3 退出机制 8.3.1 获评民宿有下列情形之一的，退出"小菌主"金牌民宿体系：

a) 有效期满未申请复评的；

b) 自愿申请退出的；

c) 等级被撤销的；

d) 不再具备经营资格的。

8.3.2 退出后，应交回等级标志牌匾和证书，并停止使用相关标识。

8.4 信息管理 8.4.1 云南省旅游民宿行业协会应建立"小菌主"金牌民宿管理信息系统，记录获评民宿的基本信息、评价结果、监督检查记录、等级变更情况等。

8.4.2 获评民宿的等级信息应向社会公开，接受社会监督。

8.4.3 涉及商业秘密和个人隐私的信息，应按照相关法律法规予以保护。

附录 A

(规范性)

必备条件检查表表 A.1 规定了"小菌主"金牌民宿等级评定

必备条件检查的项目、内容和要求。

表 A.1 必备条件检查表

序号	检查项目	检查内容	要求	检查结果（符合/不符合）	备注
1	营业执照	在市场监督管理部门注册登记	持续经营满1年以上		
2	特种行业许可证	取得公安机关核发的特种行业许可证	在有效期内		
3	消防安全	取得消防安全检查合格证明	在有效期内		
4	卫生许可	取得卫生许可证	在有效期内		

5	食品 安全	提供 餐饮服务的应取得 食品经营许可证	在有 效期内		
6	建筑 安全	房屋 建筑符合 安全规范	经专 业机构鉴 定合格		
7	环保 要求	污水 排放、垃 圾处理符 合环保要 求	取得 环保合规 证明或符 合当地环 保要求		
8	客房 规模	客房 数量	5 间 (套) 至 30 间 (套)		
9	经营 主题	具有 明确的经 营主题和 文化特色	与" 小菌主" 品牌理念 相契合		
10	管理 制度	具有 完善的经 营管理制 度和服务 标准	形成 书面文件 并有效执 行		

11	财务 体系	具有 独立的财 务核算体 系	能够 提供完整 的经营数 据		
12	安全 记录	近一 年内无重 大安全责 任事故	提供 相关证明 或承诺书		
13	合法 合规	近一 年内无重 大违法违 规经营记 录	提供 相关证明 或承诺书		
14	协会 会员	已加 入云南省 旅游民宿 行业协会	为正 式会员		
15	品牌 认同	认同 "小菌主" 品牌文化 理念	签署 品牌使用 承诺书		

检查结论：

- ☐ 全部符合，可进入评分环节。
- ☐ 存在不符合项，不予进入评分环节。

检查人员签字：_____ 日期：_____ 复核人

员签字：_____ 日期：_____

附 录 B

(规范性)

运营管理评分细则表表 B.1

一级指标	二级指标	三级评分项	分值	评分标准	评分方法	得分
一、经营绩效 (20分)	1. 入住率 (5分)	1. 1.1 月均入住率	5	(1) 月均入住率 $\geq 65\%$, 得 5 分; (2) $55\% \leq$ 月均入住率 $< 65\%$, 得 4 分; (3) $45\% \leq$ 月均入住率 $< 55\%$, 得 3 分; (4) $35\% \leq$ 月均入住率 $< 45\%$, 得 2 分; (5) $25\% \leq$ 月均入住率 $< 35\%$, 得 1 分;	查阅 PMS 系统数据或经营台账, 核实近 12 个月入住记录	

				(6) 月均 入住率 < 25%，得 0 分			
	1. 2 平均 房价 (3 分)	1. 2.1 月 均 ADR	3	(1) ADR≥当地 平均水平 120%，得 3 分； (2) 100%≤ADR < 当地平均 水平 120%，得 2 分； (3) 80%≤ADR < 当地平均 水平 100%，得 1 分； (4) ADR < 当 地平均水平 80%，得 0 分	查 阅财务 数据， 计算月 均 ADR， 与行业 协会发 布的参 考数据 对比		
	1. 3 RevP	1. 3.1 月 均	4	(1) RevPAR≥ 当地平均水	查 阅经营 数据，		

	AR (4分)	RevPAR		平 120%， 得 4 分； (2) $100\% \leq \text{RevPAR} < \text{当地平均水平} \times 120\%$ ，得 3 分； (3) $80\% \leq \text{RevPAR} < \text{当地平均水平} \times 100\%$ ，得 2 分； (4) $60\% \leq \text{RevPAR} < \text{当地平均水平} \times 80\%$ ，得 1 分； (5) $\text{RevPAR} < \text{当地平均水平} \times 60\%$ ，得 0 分	计算月均 RevPAR，与行业协会发布的参考数据对比		
	1. 4 营业收入 (4	1. 4.1 年度营业收入增	4	(1) 较上年度增长 $\geq 10\%$ ， 得 4 分；	查阅经审计或审核的财		

	分)	长率		(2) 增长 ≥5%且< 10%，得 3 分； (3) 与上年度基 本持平 (±5%以 内)，得 2 分； (4) 下降 > 5% 且 < 15%， 得 1 分； (5) 下降 ≥15%，得 0 分	务报 表，对 比上年 度数据		
	1. 5 利润 率 (4 分)	1. 5.1 年 度净利 润率	4	(1) 净利润率 ≥25%，得 4 分； (2) 20%≤ 净利润率< 25%，得 3 分； (3) 15%≤净利 润率< 20%，得 2	查 阅经审 计或审 核的财 务报 表，核 实净利 润率		

				分；（4） 10%≤净利润率<15%，得1分；（5） 净利润率<10%，得0分			
二、服务质量（20分）	2.1 宾客满意度（6分）	2.1.1 宾客满意度综合得分	3	（1） 满意度≥95分，得3分；（2） 90≤满意度<95分，得2.5分；（3） 85≤满意度<90分，得2分；（4） 80≤满意度<85分，得1.5分；（5） 75≤满意度<80分，得1分；（6）	查阅满意度调查问卷，核实调查样本量和调查方法		

				70≤满意度 < 75 分， 得 0.5 分； (7) 满意 度 < 70 分，得 0 分			
		2. 1.2 调 查样本 覆盖率	.5 1	(1) 调查覆盖率 ≥20%且样 本量≥200 份，得 1.5 分； (2) 覆盖率 ≥15%且样 本量≥150 份，得 1 分； (3) 覆盖率 ≥10%且样 本量≥100 份，得 0.5 分； (4) 覆盖率 < 10%或样本 量 < 100 份，得 0 分	核 实调查 样本量 占接待 总人次 的比例		

		2. 1.3 调查维度完整性	1 .5	(1) 调查涵盖客房、餐饮、服务、环境、设施、卫生等 6 个及以上维度，得 1.5 分； (2) 涵盖 4~5 个维度，得 1 分； (3) 涵盖 2~3 个维度，得 0.5 分； (4) 涵盖不足 2 个维度，得 0 分	审 查调查 问卷设计内容		
	2. 2 在线评分 (5 分)	2. 2.1 携程平台评分	1 .5	(1) 评分 ≥ 4.9 分，得 1.5 分； (2) $4.8 \leq \text{评分} < 4.9$ 分，得 1 分；	查 阅携程平台公开评分数据		

				(3) $4.7 \leq$ 评分 < 4.8 分, 得 0.5 分; (4) 评分 < 4.7 分, 得 0 分			
		2. 2.2 美 团平台 评分	.5 1	(1) 评分 ≥ 4.9 分, 得 1.5 分; (2) $4.8 \leq$ 评分 $<$ 4.9 分, 得 1 分; (3) $4.7 \leq$ 评分 < 4.8 分, 得 0.5 分; (4) 评分 < 4.7 分, 得 0 分	查 阅美团 平台公 开评分 数据		
		2. 2.3 其 他平台 评分	1	(1) 飞猪、途家 等其他平台 综合评分 ≥ 4.8 分, 得 1 分; (2) $4.6 \leq$	查 阅其他 平台公 开评分 数据, 取算术 平均值		

				评分 < 4.8 分，得 0.5 分； (3) 评分 < 4.6 分，得 0 分			
		2. 2.4 评价数量	1	(1) 各平台累计评价数量 ≥ 500 条，得 1 分； (2) 累计评价数量 ≥ 200 条，得 0.5 分； (3) 累计评价数量 < 200 条，得 0 分	统计各平台公开评价数量		
	2. 3 投诉率 (4 分)	2. 3.1 有效投诉率	2	(1) 有效投诉率为 0，得 2 分； (2) 投诉率 $\leq 1\%$ ，得 1.5 分； (3) $1\% < $	查阅投诉记录台账，核实有效投诉数量		

				投诉率 $\leq 3\text{‰}$ ，得 1 分；（4） $3\text{‰} < \text{投诉}$ $\text{率} \leq 5\text{‰}$ ，得 0.5 分； （5）投诉 $\text{率} > 5\text{‰}$ ， 得 0 分			
		2. 3.2 投 诉处理 满意度	2	（1） 投诉处理满 意度 $\geq 95\%$ ，得 2 分； （2） $90\% \leq$ 满意度 $<$ 95% ，得 1.5 分； （3） $85\% \leq$ 满意度 $<$ 90% ，得 1 分；（4） $80\% \leq \text{满意}$ $\text{度} < 85\%$ ， 得 0.5 分； （5）满意	查 阅投诉 处理记 录和回 访记录		

				度 < 80%， 得 0 分			
	2. 4 服务 响应 速度 (5 分)	2. 4.1 预 订响应 时间	2	(1) 30 分钟内 回复率 ≥95%，得 2 分； (2) 90%≤ 回复率 < 95%，得 1.5 分； (3) 80%≤ 回复率 < 90%，得 1 分； (4) 回复率 < 80%，得 0 分	抽 查近 3 个月预 订记 录，统 计响应 时间		
		2. 4.2 宾 客需求 响应时 间	2	(1) 10 分钟内 响应率 ≥90%，得 2 分； (2) 80%≤ 响应率 < 90%，得	抽 查服务 记录， 统计响 应时间		

				1.5 分； (3) 70%≤ 响应率 < 80%，得 1 分； (4) 响应率 < 70%，得 0 分			
		2. 4.3 投 诉处理 时效	1	(1) 24 小时内 首次回复率 100%，得 1 分； (2) 90%≤回复 率 < 100%，得 0.5 分； (3) 回复 率 < 90%， 得 0 分	查 阅投诉 处理记 录，核 实首次 回复时 间		
三 、运营 效率 (15 分)	3. 1 人房 比 (4 分)	3. 1.1 月 均人房 比	2	(1) 人房比 ≥0.8，得 2 分； (2) 0.6≤人房比 < 0.8，得	查 阅员工 花名册 和考勤 记录， 计算月		

				1.5 分； (3) $0.4 \leq$ 人房比 $<$ 0.6，得 1 分； (4) $0.3 \leq$ 人房比 < 0.4 ，得 0.5 分； (5) 人房 比 < 0.3 ， 得 0 分	均在岗 员工数		
		3. 1.2 人 员配置 合理性	2	(1) 设有前台、 客房、后勤 等明确岗位 分工，岗位 职责清晰， 人员配置与 民宿规模匹 配，得 2 分； (2) 有基本岗位 分工，但职 责不够清晰 的，得 1 分； (3)	查 阅组织 架构 图、岗 位职责 说明 书，现 场核实		

				岗位分工不明确，人员配置混乱的，得 0 分			
	3. 2 成本控制率（4 分）	3. 2.1 实际成本与预算偏差	2	(1) 实际成本≤预算 95%，得 2 分； (2) 95% < 实际成本≤预算 100%，得 1.5 分； (3) 100% < 实际成本≤预算 105%，得 1 分； (4) 105% < 实际成本≤预算 110%，得 0.5 分； (5) 实际成本 > 预算 110%，得 0 分	查阅年度预算方案和实际成本核算报告		

		3. 2.2 成本结构合理性	2	(1) 人力成本占比 30%~40%、物料成本占比 15%~25%、能源成本占比 8%~15%，各项占比处于合理区间，得 2 分； (2) 大部分成本占比处于合理区间，得 1 分； (3) 成本结构不合理，存在明显浪费，得 0 分	查阅成本明细表，分析各项成本占比		
	3. 3 周转效率 (3	3. 3.1 客房周转时间	2	(1) 退房至新客入住平均间隔≤2 小	查阅近 3 个月客房周转		

	分)			时，得 2 分；（2）2 小时 < 间隔 ≤ 3 小时，得 1.5 分；（3）3 小时 < 间隔 ≤ 4 小时，得 1 分；（4）间隔 > 4 小时，得 0 分	记录		
		3. 3.2 清 洁效率	1	（1）标准客房清洁时间 ≤ 40 分钟/间，得 1 分；（2）40 分钟 < 清洁时间 ≤ 60 分钟，得 0.5 分；（3）清洁时间 > 60 分钟，得 0 分	现 场观察 或查阅 清洁工 作记录		
	3. 4 数字	3. 4.1 预	1	（1）使用专业	现 场查看		

	化程 度（4 分）	订管理 系统		PMS 系 统，实现多 渠道统一管 理，得 1 分；（2） 使用单一平 台管理，得 0.5 分； （3）未使 用信息化管 理，得 0 分	系统演 示		
		3. 4.2 财 务管理 系统	1	（1） 使用专业财 务软件，得 1 分； （2）使用 电子表格管 理，得 0.5 分；（3） 无电子化管 理，得 0 分	现 场查看 系统演 示		
		3. 4.3 客 户关系 管理	1	（1） 建立客户档 案管理系 统，实现会 员管理、消	现 场查看 系统演 示		

				费记录、偏好分析，得1分； (2) 建立基础客户档案，得0.5分； (3) 未建立客户档案，得0分			
		3. 4.4 智能化设施	1	(1) 配备智能门锁、智能客控系统等，得1分； (2) 配备部分智能化设施，得0.5分； (3) 未配备智能化设施，得0分	现场查看设施设备		
四、团队建设 (15)	4.1 员工稳定性 (4)	4.1 年度员工流失率	2	(1) 流失率 ≤10%，得2分；	查阅员工花名册、入		

分)	分)			(2) 10% < 流失率 ≤15%，得 1.5 分； (3) 15% < 流失率 ≤20%，得 1 分； (4) 20% < 流失率 ≤30%，得 0.5 分； (5) 流失 率 > 30%， 得 0 分	职离职 记录		
		4. 1.2 核 心岗位 稳定性	2	(1) 店长/经理 任职满 2 年 以上，核心 岗位（前台 主管、客房 主管等）人 员年度变动 不超过 1 人，得 2 分； (2)	查 阅人员 任职记 录		

				店长/经理任职满1年以上，核心岗位人员年度变动不超过2人，得1分； (3) 店长/经理或核心岗位人员变动频繁的，得0分			
	4.2 培训覆盖率 (4分)	4.2.1 年度培训覆盖率	2	(1) 培训覆盖率100%，得2分； (2) 90%≤覆盖率<100%，得1.5分； (3) 80%≤覆盖率<90%，得1分； (4) 覆盖率<80%，得0	查阅培训记录、签到表		

				分			
		4. 2.2 人 均培训 时长	1	(1) 人均培训时 长 ≥ 40 小 时, 得 1 分; (2) $24 \leq$ 人均时 长 < 40 小 时, 得 0.5 分; (3) 人均时长 $<$ 24 小时, 得 0 分	查 阅培训 计划和 记录, 统计人 均时长		
		4. 2.3 培 训内容 多样性	1	(1) 培训涵盖服 务礼仪、安 全知识、应 急处理、品 牌文化、专 业技能等 5 个及以上方 面, 得 1 分; (2) 涵盖 3~4 个方面, 得 0.5 分;	查 阅培训 课程内 容记录		

				(3) 涵盖不足3个方面，得0分			
	4. 3 员工满意度（4分）	4. 3.1 员工满意度综合得分	2	(1) 满意度 ≥ 90 分，得2分；(2) $80 \leq$ 满意度 < 90 分，得1.5分；(3) $70 \leq$ 满意度 < 80 分，得1分；(4) $60 \leq$ 满意度 < 70 分，得0.5分；(5) 满意度 < 60 分，得0分	查阅员工满意度调查问卷		
		4. 3.2 调查覆盖率和维度	1	(1) 调查覆盖全体员工，涵盖工作环境、薪酬福利、职业发	核实调查实施情况		

				展、管理沟通等维度，得 1 分； (2) 覆盖率 $\geq 80\%$ ，涵盖 3 个及以上维度，得 0.5 分； (3) 覆盖率 $< 80\%$ 或维度不足 3 个，得 0 分			
		4. 3.3 薪酬福利水平	1	(1) 员工薪酬不低于当地同行业平均水平，且提供社保、住宿、餐饮等福利的，得 1 分； (2) 薪酬达到平均水平，提供部分福利的，得 0.5 分；	查阅薪酬记录、社保缴纳证明		

				(3) 薪酬 低于平均水平或福利保障不足的， 得 0 分			
	4. 4 人才 梯队 (3 分)	4. 4.1 岗 位晋升 通道	1	(1) 建立完善的 岗位晋升通 道和职级体 系，得 1 分； (2) 有基本的晋 升机制，得 0.5 分； (3) 未建 立晋升通 道，得 0 分	查 阅人力 资源管 理制度 文件		
		4. 4.2 储 备人才 培养	1	(1) 制定储备干 部培养计 划，至少有 1 名以上储 备管理人 员，得 1 分； (2) 有初步的储	查 阅培养 计划、 储备人 员名单		

				备培养意识，得 0.5 分；（3）未开展储备培养，得 0 分			
		4. 4.3 绩效考核体系	1	（1）建立完善的绩效考核体系，定期考核并与薪酬挂钩，得 1 分；（2）有基本的考核机制，得 0.5 分；（3）未建立考核体系，得 0 分	查阅绩效考核制度和记录		
五、品牌建设（15 分）	5. 1 品牌知名度（4 分）	5. 1.1 行业荣誉称号	2	（1）获得省级及以上荣誉称号，得 2 分；（2）获得州（市）级荣	查阅荣誉证书或文件，核实有效期		

				誉称号，得1.5分； (3) 获得县（区）级荣誉称号，得1分； (4) 未获得荣誉称号，得0分		
		5. 1.2 品牌特色 辨识度	2	(1) 具有鲜明的"小菌主"品牌特色，在建筑风格、室内装饰、服务体验等方面充分融入云南野生菌文化元素，辨识度高，得2分； (2) 具有一定的品牌特色，部分融入相关文化元	现 场查 看，评 估品牌 元素融 入程度	

				素，得 1 分；（3）品牌特色不明显，得 0 分			
	5.2 媒体曝光（4 分）	5.2.1 主流媒体报道	2	（1）获得国家级媒体正面报道≥3 次，得 2 分； （2）获得省级媒体正面报道≥3 次，得 1.5 分；（3）获得州（市）级媒体正面报道≥3 次，得 1 分；（4）获得专业媒体或自媒体报道≥5 次，得 0.5 分；（5）媒体报道较	查阅媒体报道截图或链接		

				少，得 0 分			
		5. 2.2 旅 游推荐 收录	2	(1) 被列入省级 及以上旅游 推荐名录或 攻略推荐， 得 2 分； (2) 被列 入州（市） 级旅游推荐 名录，得 1 分；（3） 被列入县 （区）级旅 游推荐名 录，得 0.5 分；（4） 未被列入推 荐名录，得 0 分	查 阅相关 推荐名 录或攻 略		
	5. 3 社交 影响 力（4 分）	5. 3.1 社 交平台 粉丝数 量	1 .5	(1) 各平台粉丝 总数≥5 万，得 1.5 分；（2）3 万≤粉丝总	查 阅各社 交平台 数据		

				数 < 5 万， 得 1 分； (3) 1 万 ≤ 粉丝总数 < 3 万，得 0.5 分； (4) 粉丝 总数 < 1 万，得 0 分			
		5. 3.2 内 容发布 频率	1	(1) 年发布内容 ≥ 100 条， 得 1 分； (2) 60 ≤ 年 发布量 < 100 条，得 0.5 分； (3) 年发 布量 < 60 条，得 0 分	统 计各平 台发布 数量		
		5. 3.3 用 户互动 率	1	(1) 互动率 ≥ 5%，得 1 分； (2) 3% ≤ 互动率 < 5%，得	计 算互动 率 (点 赞+评论 +转发 ÷ 粉丝		

				0.5 分； (3) 互动 率 < 3%， 得 0 分	数)		
		5. 3.4 KOL/ 达人合 作	0 .5	(1) 与旅游达人 或 KOL 合 作推广 ≥ 3 次，得 0.5 分； (2) 合作 1 ~ 2 次，得 0.3 分； (3) 未开展合 作，得 0 分	查 阅合作 记录		
	5. 4 行业 认可 (3 分)	5. 4.1 协 会职务 参与	1	(1) 担任行业协 会理事及以 上职务，得 1 分； (2) 担任 一般会员职 务，得 0.5 分； (3) 仅作为普通 会员，得 0	查 阅协会 任职证 明		

				分			
		5. 4.2 行业活动参与	1	(1) 每年参与行业活动≥3次，得1分；(2) 参与1~2次，得0.5分；(3) 未参与行业活动，得0分	查阅活动参与记录		
		5. 4.3 经验分享与输出	1	(1) 在行业论坛、培训等场合进行经验分享≥2次，或参与标准制定、教材编写等，得1分；(2) 进行经验分享1次，得0.5分；(3) 未进	查阅相关证明材料		

				行经验分享，得 0 分			
六、安全与合规 (15 分)	6.1 安全记录 (4 分)	6.1.1 安全事故记录	2	(1) 评价期内无任何安全事故，得 2 分；(2) 发生轻微安全事故 1 起且已妥善处理，得 0.5 分；(3) 发生一般安全事故 1 起及以上，得 0 分	查阅安全事故记录		
		6.1.2 安全管理台账	1	(1) 安全管理台账完整规范，包括日常检查记录、隐患排查记录、设备维护记录等，得 1 分；(2)	查阅安全管理台账		

				台账基本完整，得 0.5 分；（3）台账不完整或缺失，得 0 分			
		6. 1.3 安全设施设备	1	（1）消防设施、监控设备、应急照明、安全标识等齐全有效，定期检测维护，得 1 分；（2）设施设备基本齐全，得 0.5 分；（3）存在设施设备缺失或失效，得 0 分	现场检查安全设施设备		
	6. 2 合规经营 （4	6. 2.1 证照齐全有效性	2	（1）各项证照齐全有效，按时年检年	查验各项证照原件		

	分)			报，得 2 分；（2）证照齐全但存在个别逾期未检情况，得 1 分；（3）存在证照缺失，得 0 分			
		6. 2.2 行 政处罚 记录	2	（1） 无任何行政 处罚记录， 得 2 分； （2）存在 轻微违规行 为但已及时 整改，得 1 分；（3） 存在一般性 违规行为被 警告或责令 整改，得 0.5 分； （4）存在 严重违规行 为被处罚，	查 询国家 企业信 用信息 公示系 统等		

				得 0 分			
	6. 3 应急预案 (4 分)	6. 3.1 应急预案 完备性	2	(1) 建立完善的 应急预案体 系, 涵盖火 灾、自然灾 害、公共卫 生、治安、 食品安全等 5 类及以 上, 得 2 分; (2) 涵盖 3~4 类, 得 1 分; (3) 涵盖 1~2 类, 得 0.5 分; (4) 未建立应急 预案, 得 0 分	查 阅应急 预案文 件		
		6. 3.2 应急 演练 执行	2	(1) 每半年至少 组织 1 次应 急演练, 有 完整记录和	查 阅演练 记录、 照片、 总结		

				总结，得 2 分；（2）每年至少组织 1 次应急演练，有记录，得 1 分；（3）组织演练但不规范或无记录，得 0.5 分；（4）未组织演练，得 0 分			
	6.4 环保措施（3 分）	6.4.1 垃圾分类处理	1	（1）实施严格的垃圾分类，与专业机构签订垃圾清运协议，得 1 分；（2）实施基本垃圾分类，得 0.5 分；（3）未实施垃圾	现场查看，查阅清运协议		

				分类，得 0 分			
		6. 4.2 节 能减排 措施	1	(1) 采用节能灯 具、节水器 具、新能源 设备等，有 明确的节能 目标和措 施，得 1 分； (2) 采用部分节 能设备，得 0.5 分； (3) 未采 取节能措 施，得 0 分	现 场查看 设施设 备		
		6. 4.3 污 水处理	1	(1) 污水处理达 标排放，有 检测报告， 得 1 分； (2) 接入 市政污水管 网，得 0.5 分； (3)	查 阅检测 报告或 管网接 入证明		

				污水处理不 达标或无处 理措施，得 0 分			
			合 计	100			

附录 C

(资料性)

运营数据采集表

C.1 经营绩效数据采集表

表 C.1 经营绩效数据采集表

数据项目	采集内容	统计周期	数据来源
可售客房总数	每日可售客房数量	月度	PMS 系统
实际售出客房数	每日实际售出客房数量	月度	PMS 系统
入住率	$\text{实际售出客房数} \div \text{可售客房总数} \times 100\%$	月度	计算得出
客房总收入	评价期内客房销售总收入	月度	财务系统
平均房价 (ADR)	$\text{客房总收入} \div \text{实际售出客房数}$	月度	计算得出
RevPAR	$\text{客房总收入} \div \text{可售客房总数}$	月度	计算得出
营业总收入	评价期内全部营业收入	年度	财务报表
营业总成本	评价期内全部运营成本	年度	财务报表
净利润	$\text{营业总收入} - \text{营业总成本}$	年度	财务报表

	税费		
净利润率	净利润÷营业总收入×100%	年度	计算得出
预算成本	年度预算运营成本	年度	预算方案
实际成本	年度实际运营成本	年度	财务报表

C.2 服务质量数据采集表

表 C.2 服务质量数据采集表

数据项目	采集内容	统计周期	数据来源
接待宾客总人次	评价期内接待宾客总人数	年度	PMS 系统
满意度调查样本量	发放并回收的有效问卷数量	年度	调查记录
宾客满意度得分	调查问卷综合得分（百分制）	年度	调查统计
携程平台评分	携程平台公开评分（5 分制）	评价期末	平台数据
美团平台评分	美团平台公开评分（5 分制）	评价期末	平台数据
其他平台评分	其他平台公开评分（5 分制）	评价期末	平台数据
各平台累计评	各平台公开评	评价期末	平台数据

价数	价数量合计		
有效投诉件数	经核实确认的有效投诉数量	年度	投诉台账
投诉处理满意度	投诉处理回访满意率	年度	回访记录
预订请求总数	评价期内收到的预订请求总数	月度	预订系统
30 分钟内回复数	30 分钟内回复的预订请求数	月度	预订系统
宾客服务需求数	评价期内宾客提出的服务需求总数	月度	服务记录
10 分钟内响应数	10 分钟内响应的宾客服务需求数	月度	服务记录
投诉 24h 首次回复数	24 小时内首次回复的投诉数量	年度	投诉记录

C.3 运营效率数据采集表

表 C.3 运营效率数据采集表

数据项目	采集内容	统计周期	数据来源
月均在岗员工数	评价期内各月在岗员工数的算术平均值	月度	考勤记录
客房总数	民宿可售客房总数	—	基础数据

人房比	月均在岗员工数÷客房总数	月度	计算得出
退房至入住间隔时间	各次退房至新客入住的时间间隔	月度	PMS 系统
标准客房清洁时间	单间标准客房的平均清洁时间	月度	工作记录
数字化系统清单	使用的 PMS、财务软件、CRM 等系统清单	—	系统清单
智能化设施清单	智能门锁、智能客控等设施清单	—	设备清单

C.4 团队建设数据采集表

表 C.4 团队建设数据采集表

数据项目	采集内容	统计周期	数据来源
期初员工人数	评价期初在岗员工人数	—	花名册
期末员工人数	评价期末在岗员工人数	—	花名册
离职员工人数	评价期内离职员工人数	年度	离职记录
员工流失率	离职人数÷（期初人数+期末人数） ÷2×100%	年度	计算得出

店长/经理任职时长	现任店长或经理的任职时间	—	任职记录
核心岗位变动人数	核心岗位年度变动人数	年度	人事记录
培训次数	评价期内组织的培训总次数	年度	培训记录
培训总时长	评价期内培训总时长（小时）	年度	培训记录
参训员工人数	参加培训的员工人数	年度	签到表
培训覆盖率	$\text{参训员工人数} \div \text{在岗员工总数} \times 100\%$	年度	计算得出
人均培训时长	$\text{培训总时长} \div \text{在岗员工总数}$	年度	计算得出
员工满意度得分	员工满意度调查综合得分（百分制）	年度	调查统计
储备管理人员数	纳入储备培养的管理人员数量	—	培养计划

C.5 品牌建设数据采集表

表 C.5 品牌建设数据采集表

数据项目	采集内容	统计周期	数据来源
获得荣誉称号	荣誉称号名称、颁发机构、时间	—	证书文件

媒体报道记录	媒体名称、报道标题、时间、链接	年度	报道截图
旅游推荐收录	推荐名录名称、发布机构、时间	—	推荐名录
社交平台账号	各平台账号名称及链接	—	账号信息
各平台粉丝数	各平台粉丝数量	评价期末	平台数据
年发布内容数	各平台年度发布内容数量	年度	平台统计
用户互动数据	点赞、评论、转发数量	年度	平台统计
KOL 合作记录	合作达人、合作内容、时间	年度	合作记录
协会任职情况	协会职务名称	—	任职证明
行业活动参与	活动名称、时间、参与方式	年度	活动记录
经验分享记录	分享主题、场合、时间	年度	分享记录

C.6 安全与合规数据采集表

表 C.6 安全与合规数据采集表

数据项目	采集内容	统计周期	数据来源
安全事故记录	事故类型、时间、处理结果	年度	安全台账
日常安全检查	评价期内安全	年度	检查记录

次数	检查次数		
隐患排查整改数	发现并整改的隐患数量	年度	排查记录
安全设施检测记录	消防设施、监控设备等检测记录	年度	检测报告
证照清单	各项证照名称、编号、有效期	—	证照原件
行政处罚记录	处罚机关、事由、时间、结果	年度	处罚文书
应急预案清单	预案类型、编制日期、修订日期	—	预案文件
应急演练记录	演练类型、时间、参与人数、总结	年度	演练记录
垃圾分类情况	分类标准、清运方式、清运频次	—	管理记录
节能措施清单	采用的节能设备和技术措施	—	设备清单
污水处理方式	处理方式、排放标准、检测报告	—	检测报告