

ICS 点击此处添加 ICS 号

CCS 点击此处添加 CCS 号

T/HNAFQ

河南省质量协会团体标准

T/XXX XXXX—XXXX

“美豫名品”公共品牌认证规范 旅游景区

点击此处添加标准名称的英文译名

（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

河南省质量协会 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 评价认证范围 1

5 认证要求及内容 1

6 品牌认证指标 1

 6.1 概述 1

 6.2 品牌 1

 6.3 质量 1

 6.4 创新 2

 6.5 效益 2

 6.6 服务 2

 6.7 社会责任 2

附录 A（规范性） 旅游景区认证指标 3

参考文献 1

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。

本文件由河南省质量协会提出并归口。

本文件起草单位：河南省标准化和质量研究院、河南省质量协会

本文件主要起草人：

"美豫名品"公共品牌认证规范 旅游景区

1 范围

本文件规定了“美豫名品”旅游景区的术语和定义、评价认证范围、认证要求及内容、认证程序、品牌认证指标。

本文件适用于河南省旅游景区对“美豫名品”的认证。

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。

DB41/T XXXX “美豫名品”公共品牌认证通则

3 术语和定义

下列术语和定义适用于本文件。

3.1 旅游景区

以满足旅游者出游目的为主要功能(包括参观游览,审美体验,休闲度假、康乐健身等),并具备相应旅游服务设施,提供相应旅游服务的独立管理区。该管理区应有统一的经营管理机构和明确的地域范围。

4 评价认证范围

河南省内AAAAA级、AAAA级旅游景区。

5 认证要求及内容

5.1 开展“美豫名品”公共品牌认证时，需按照《“美豫名品”公共品牌认证通则》中规定的认证原则进行。

5.2 申请组织需满足《“美豫名品”公共品牌认证通则》中要求的申请条件。

5.3 认证内容包括但不限于《“美豫名品”公共品牌认证通则》中要求的核心要素。

6 品牌认证指标

6.1 概述

旅游景区品牌认证要素包括质量、创新、品牌、效益、服务和社会责任。各级要素评价内容及参考权重按附录A的要求。

6.2 品牌

品牌要素可包括：

- 品牌规划；
- 品牌荣誉；
- 品牌推广。

6.3 质量

质量要素可包括：

- 质量荣誉；
- 观赏游憩价值；
- 基础设施建设；
- 体系建设；
- 信息化建设。

6.4 创新

创新要素可包括：

- 研发能力；
- 知识产权；
- 产品创新；
- 服务创新；
- 文化创新；
- 管理创新。

6.5 效益

效益要素可包括：

- 经济效益；
- 社会效益；
- 生态效益。

6.6 服务

服务要素可包括：

- 餐饮服务；
- 住宿服务；
- 交通服务；
- 游览服务；
- 购物服务；
- 娱乐服务；
- 旅游安全。

6.7 社会责任

社会责任要素可包括：

- 实践碳中和理念；
- 服务社会。

附 录 A
(规范性)
旅游景区认证指标

一级指标	二级指标	三级指标及评价内容	评分	分值	得分
质量 250 分	质量荣誉 (50 分)	景区等级，获得国家级、省级政府质量奖或服务标准化示范单位	AAAAA 级景区加 5 分。 每获得一个国家证书加 10 分，省级加 5 分。	50	
	观赏 游憩 价值 (60 分)	独特性 (10 分)	自然景观在地域内具有独特性和代表性。 人文景观在地域内具有独特性，能够反映当地的文化特色。	10	
		完整性 (10 分)	自然景观保持原始状态或恢复良好未受严重破坏。	10	
		美观度 (10 分)	视觉效果和审美价值高 能够吸引游客。	10	
		历史文化价值 (10 分)	景区内拥有重要的历史遗迹、文物古迹等，具有深厚的历史文化底蕴。	10	
		艺术价值 (10 分)	在建筑设计、雕塑艺术、民俗风情等方面具有较高的艺术价值。	10	
		生态价值 (10 分)	空气质量、水体质量、森林覆盖率等	10	
	基础 设施 建设 (40 分)	基础设施建设完备、便捷 (20 分)	问询处、标识、休息站、公厕、道路、补给站等建设情况	20	
		基础设施卫生状况 (20 分)	环境卫生：景区内外环境整洁，无垃圾、污水等污染物。 公共卫生设施：公共卫生设施完善，如厕所、洗手池等布局合理，数量充足。 食品卫生：餐饮服务质量高，食品来源可靠，加工过程卫生。	20	
	体系建设 (20 分)	体系建设情况 (20 分)	旅游服务标准化体系建设 质量管理体系	20	

一级指标	二级指标	三级指标及评价内容	评分	分值	得分
	信息化建设 (80分)	有独立的旅游网络服务平台(30分)	具有网上宣传、查询、预定等功能,能满足游客需求,方便游客实时查询景区相关信息、反馈游览体验、留言投诉等,且动态更新及时	30	
		信息化购票服务(30分)	手机微信购票、景区官网购票、第三方OTA旅游电子商务平台购票、自助机购票等多渠道的购票方式,并支持微信、支付宝等多种移动支付方式	30	
		网络信号覆盖情况(20分)	旅游点内覆盖手机网络信号	20	
品牌 70分	品牌规划 (20分)	品牌建设(10分)	在战略层面上重视品牌建设问题,将其作为企业整体经营发展战略的一部分。	10	
		品牌管理(10分)	建立品牌发展规划及品牌管理制度,品牌发展规划能有效实施,并能根据实际情况更新。	10	
	品牌荣誉 (30分)	企业行为认可度(10分)	公众对企业通过品牌推广、文化活动、经营活动等行为传递出的信息产生认同,有良好心理感知。	10	
		企业品牌认可度(10分)	企业品牌赢得了认可和赞誉,公众愿意优先选择其产品和服务。	10	
		企业文化认可度(10分)	企业领导者具有企业家风范,建立良好的企业文化,获得社会认可。	10	
	品牌推广 (20分)	品牌推广、宣传(10分)	通过报纸刊物、电视、广播、网络平台等各种方式,宣传和推广企业品牌。	10	
		文化传播(10分)	对社会公众进行必要的文化传播,使公众了解企业文化和品牌形象。	10	
创新 130分	研发能力 30分	创新机制(10分)	企业是否建立完善的创新机制,具备持续创新的能力。	10	
		研发设备及人员(10分)	设有文创产品研发部门,具有一定数量的专职研发人员及配套的研发设备。	10	

一级指标	二级指标	三级指标及评价内容	评分	分值	得分
		研发水平（10 分）	研发设计水平在同行业中处于领先水平。	10	
	知识产权 40 分	自主研发的创新产品（10 分）	产品(参观、游乐)具有独特性	10	
		自主知识产权（10 分）	是否拥有自主知识产权，包括但不限于外观专利、实用新型专利、发明专利等。	10	
		标准制修订情况（20 分）	积极参与国家、行业、地方等各级标准制修订工作	20	
	产品创新（10 分）	产品的独特性（10 分）	参观、游乐的自主创新情况	10	
	服务创新（10 分）	个性化旅游服务创新（10 分）	如网络预定的服务渠道创新等智慧服务创新	10	
	文化创新（10 分）	近 3 年省级以上文化创新数（10 分）	节庆活动数、赛事活动数、主题会展/论坛数、主题实景演出活动数	10	
	管理创新 （30 分）	企业管理的创新性（10 分）	运营管理模式创新情况 每项创新加三分，总分不超过 10 分	10	
		营销方式的创新性（10 分）	如定价模式、优惠方式的创新性等 每项创新加三分，总分不超过 10 分	10	
		营销政策的创新性（10 分）	每项创新加三分，总分不超过 10 分	10	
效益 150 分	经济收益 （50 分）	经营状况（25 分）	企业生成经营状况良好，产品质量和生成能力突出，销售规模较大。	25	
		市场占有率（25 分）	企业产品的市场占有率在行业内处于领先水平。	25	
	社会效益 （50 分）	公益、环保（25 分）	在保护环境、支持公益等方面做出较大贡献，发挥榜样的作用。	25	
		对社会及公众的影响（25 分）	企业文化积极向上，有正能量，传播良好社会风气，带给公众正确价值观念。	25	
	生态效益 （50 分）	资源利用（25 分）	是否合理规划和优化资源利用，减少生产过程中的资源浪费，提高资源的利用效率，从而降低对环境的压力。	25	

一级指标	二级指标	三级指标及评价内容	评分	分值	得分
		可持续发展（25 分）	通过优化产业结构，加快新能源项目开发建设，实现绿色、可持续发展。	25	
服务 300 分	餐饮服务 （30 分）	餐饮服务便捷多样，品牌突出，管理规范。	有特色餐饮街区和特色小吃等业态	30	
	住宿服务 （30 分）	星级饭店、文化主题旅游饭店、民宿等	各类住宿设施齐全，管理规范。	30	
	交通服务 （30 分）	交通工具形式多样，运力充足，弹性供给能力强。（10 分）	城市观光交通、旅游专线公交、旅游客运班车等交通工具	10	
		有与景区规模相匹配的停车场（10 分）	管理规范，布局合理。	10	
		景区内部交通设施完善（10 分）	如观光车、索道等，运行安全有序。	10	
	游览服务 （40 分）	游客中心（10 分）	功能完善，设施齐全，提供咨询、投诉、休息等服务。	10	
		宣教资料（10 分）	内容丰富，制作精美，及时更新。	10	
		导游服务（10 分）	导游员持证上岗，服务态度好，专业能力强。	10	
		引导标识（10 分）	设置合理，造型有特色，信息准确清晰。	10	
	购物服务 （30 分）	旅游购物场所（10 分）	地方旅游商品特色鲜明、知名度高，旅游购物场所经营规范	10	
		物品质量合格率（10 分）	顾客投诉率不高于 5%	10	
		游客购买的自主性（10 分）	对游客没有强制性、诱导性行为	10	
	娱乐服务 （60 分）	富有地方文化特色的娱乐体验（20 分）	旅游演艺、休闲娱乐和节事节庆活动。种类丰富。	20	
		娱乐项目的趣味性或观赏性（20 分）	游客评价满意度不低于 90%	20	

一级指标	二级指标	三级指标及评价内容	评分	分值	得分
		娱乐项目的安全性 (20 分)	近三年无安全事故发生	20	
	旅游安全 110 分	应急处理能力强，事故处理及时 (30 分)	有切实可行的旅游安全应急预案 定期进行应急演练 档案记录准确	30	
		安全制度 (30 分)	建立完善的安全保卫制度 有专人负责安全管理工作。	30	
		安全设施 (50 分)	配备齐全的安全设施，如消防设施、监控设备等。 管理人员配备应急通讯设备	30	
社会责任 100 分		实践碳中和理念 (50 分)	在旅游景区实践碳中和的理念。	50	
		服务社会 (50 分)	在质量安全、职业健康安全、公共卫生、资源利用等方面承担社会责任，积极参与社会公益活动。	50	

参 考 文 献

- [1] GB/T 26355-2010 旅游景区 术语
 - [2] 河南省市场监督管理局 河南省文化和旅游厅 《关于在旅游景区开展2023年度河南省“美豫名品”评价认定工作的通知》
 - [3] GB/T 26355-2010 旅游景区服务指南
-