《美豫名品公共品牌认证规范 旅游民宿》

团体标准编制说明

# 一、编制的目的和意义

“美豫名品”公共品牌建设是河南省全面提升品牌发展总体水平，推动经济社会高质量发展的重要措施。2023年2月，河南省政府印发《关于实施品牌发展战略推进“美豫名品”公共品牌建设的实施意见》（以下简称《实施意见》），提出3年内培育一批管理科学规范、竞争力不断提升的“美豫名品”，打造一批国内、国际知名的河南品牌。到2035年，河南品牌综合实力要进入全国前列。这一目的的确定，与国家相关政策文件如《质量强国建设纲要》《关于强化知识产权保护的意见》等的要求相一致，同时也是河南省落实国家战略的具体举措。

在全球旅游市场日益多元化和个性化需求增长的趋势下，旅游民宿作为连接自然、人文与游客情感的重要载体，其品质与品牌形象直接关系到游客的满意度、忠诚度及区域旅游经济的繁荣。河南省政府深刻洞察这一趋势，积极响应国家乡村振兴战略和文化旅游融合发展政策，推出了一系列旨在提升旅游民宿软硬件设施、强化文化内涵、优化服务体验的政策措施。

《美豫名品旅游民宿公共品牌认证规范》的制定，旨在构建一套从选址规划、建筑设计、环境融合、服务标准、文化特色挖掘到游客体验反馈的全链条管理标准体系。该规范不仅关注民宿的物理空间美学，更强调文化传承与创新、绿色生态理念以及个性化服务能力的提升，确保每一间“美豫名品”旅游民宿都能成为传递河南文化、展现地方风情、满足多元需求的精品之作。该规范旨在：

（一）**推动旅游民宿标准化与特色化并重发展**：鼓励民宿主依托当地自然与人文资源，打造既符合国际住宿标准又富含地域特色的住宿体验，促进民宿业可持续发展。

（二）**增强品牌公信力与市场竞争力**：通过严格的品牌认证流程，树立“美豫名品”旅游民宿的高品质形象，提升市场认知度和美誉度，吸引国内外游客纷至沓来。

（三）**促进民宿产业转型升级与增收**：激励民宿经营者加大投入，引入现代管理理念和科技手段，提升服务品质与运营效率，实现经济效益与社会效益的双赢。

（四）**保障游客权益与提升旅游体验**：建立健全的服务质量监控与游客反馈机制，确保游客享受到安全、舒适、便捷的住宿体验，增强游客的获得感和幸福感。

（五）**助力乡村振兴与文化旅游深度融合**：通过“美豫名品”旅游民宿品牌的打造，促进乡村资源有效整合与利用，带动乡村经济发展，同时加深游客对河南文化的理解与认同，为乡村振兴和文化旅游融合发展注入强大动力。

# 二、任务来源及编制原则和依据

（一）任务来源

（二）编制原则

规范性原则。本文件作为河南省地方标准，应当符合标准起草的相关制度规范和国家标准。在标准起草中，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，符合标准化文件的结构、起草原则和表述规则、编排格式。

（三）编制依据

本文件力求结构严谨，文字简洁易懂，逻辑清晰，引用文件规范、准确。主要参考了一下标准及政策文件。

GB 5749 生活饮用水卫生标准

GB 8978 综合污水排放标准

GB 15603 危险化学品仓库储存通则

GB 15630 消防安全标志设置要求

GB/T 17217 公共厕所卫生规范

GB 31654 食品安全国家标准 餐饮服务通用卫生规范

GB 37487 公共场所卫生管理规范

GB 37488 公共场所卫生指标及限级要求。

GB 50016 建筑设计防火规范（2018版）

GB 55037 建筑防火通用规范

《"美豫名品"公共品牌认证通则》

# 三、编制过程

1. 研究立项阶段

2. 编制起草阶段

2024年7月16日，河南省标准化与质量研究院组建编写组，正式开启标准的编写工作。

2024年7月21日，编写组基于资料收集、调研以及研讨的成果，完成了标准初稿的编制。

2024年7月26日，编写组召开编写工作会议，广泛征集意见，深入交流探讨，对标准初稿的结构和内容进行了全新的调整。

2024年7月31日，编写组再次召开工作会议，依据与会专家的意见和建议，提议将标准的名称变更为《“美豫名品”公共品牌认证通则》，并对章结构做出相应调整，同时对条款内容和格式进行了细化。

# 四、主要内容的确定

本文件结合河南省旅游民宿的特点，根据国家和河南省对品牌认证和旅游民俗的法律法国和政策规定，参考国家、行业和地方相关标准，规定了美豫名品品牌认证 旅游民宿的内容及要求，包括范围、规范性引用文件、术语和定义、质量水平、创新、效益、品牌建设、社会责任等章节以及规范性附录和参考文献。

（一）范围

本文件规定了"美豫名品"旅游民宿认证的质量水平、创新、效益、品牌建设、社会责任。适用于河南省旅游民宿“美豫名品“的品牌认证。

（二）规范性引用文件

GB 5749 生活饮用水卫生标准

GB 8978 综合污水排放标准

GB 15603 危险化学品仓库储存通则

GB 15630 消防安全标志设置要求

GB/T 17217 公共厕所卫生规范

GB 31654 食品安全国家标准 餐饮服务通用卫生规范

GB 37487 公共场所卫生管理规范

GB 37488 公共场所卫生指标及限级要求。

GB 50016 建筑设计防火规范（2018版）

GB 55037 建筑防火通用规范

《"美豫名品"公共品牌认证通则》

（三）术语和定义

查阅相关资料，给出了本文件涉及的术语和定义。

旅游民宿：利用当地民居等相关闲置资源，经营用客房不超过4层、建筑面积不超过800 ㎡,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。。

（四）质量水平

**（1）用房建筑和设施质量：**民宿在经营过程中，应严格遵守房屋质量安全、消防安全、卫生防疫、环保节能及服务质量等多方面的标准与要求。这不仅包括确保房屋结构安全、证照齐全、装修合规、文化特色展现、安全防护到位，还涵盖了生活用水安全、食品健康、垃圾分类与污水处理、节能减排等环保措施，以及客房设施完善、卫生清洁、舒适便捷等具体服务细节。通过这些措施，旨在提升民宿的整体品质，为宾客提供安全、健康、舒适、富有文化特色的住宿环境，同时促进民宿业的可持续发展。

（2）**服务要求**：旨在通过挖掘地域文化、优化资源配置、关注特殊需求、强化安全卫生、提供高效管理与优质服务、增强风险防控、推动数字化转型及持续改进服务细节，全方位提升民宿的服务质量与宾客体验，确保民宿成为宾客心中兼具文化特色、便捷舒适、安全健康及高效服务的理想住宿选择。

（五）创新

**（1）管理制度：**将创新融入企业文化并作为持续进步的动力，通过设立专门部门负责创新工作以确保其有效执行和持续改进。明确的创新管理制度不仅覆盖了产品、文化、服务和管理等多个维度，还注重以顾客和相关方需求为导向，制定创新战略和实施计划，并确保资源充足以保障创新活动的顺利进行。此外，专业服务资质认证和许可的获取也是保障创新质量和合法性的重要基础。这些措施共同构成了管理制度创新的核心框架，有助于提升企业的竞争力和市场适应性。

**（2）人才资源：**通过制定人才发展规划和招聘、培养计划，为企业的长远发展奠定坚实的人才基础。同时，对管理人员设定学历或职称要求，以及建立健全规章制度和员工培训机制，旨在提升团队的整体素质和工作技能，确保每位员工都具备胜任岗位的能力，并通过持续培训促进个人成长和团队发展。特别是强调团队负责人的培训时间，更是为了培养领导者的战略眼光和管理能力，以引领团队不断前进。

**（3）基础设施：**拥有满足研发需求的研发设备或场地。保证设备可正常使用，研发场地需符合200平方米（含）以上。与省内外星级或知名民宿企业或民宿个体定期考察交流或签署合作协议。

**（4）创新成果：**拥有发明专利权、地理标志权、商标权、设计权、专有技术（或工艺）。五年内主导或参与制定行业规章制度或标准，包括国家标准、行业标准、地方标准或团体标准等。

（六）效益

**（1）经济效益：**盈利能力、资产质量、债务风险及经营增长四方面共同构成了评价民宿经营状况和未来发展潜力的全面框架。盈利能力通过财务指标直接反映民宿的销售总额、净利润、投资回报率及毛利率与净利率，是判断其赚钱能力的核心。资产质量则关注运营效率、员工效率及非客房设施使用效率，评估民宿的资源配置和管理效能。债务风险分析则揭示了民宿在经营过程中可能面临的各种成本、市场波动、管理不善及外部环境等不确定性因素，强调风险管理和财务稳健的重要性。最后，经营增长通过入住率、游客数量及市场份额等指标，衡量民宿的市场拓展能力和持续增长潜力，为投资者和经营者提供决策依据。这四个方面相互关联、互为补充，共同构成了评价民宿经济效益的完整体系。

**（2）社会效益：**行业内的排名和市场份额反映了民宿的经济贡献力和市场竞争力，是评估其社会效益的重要基础。个性化和文化底蕴的体验感，以及服务人员提供的自然、温馨服务，不仅提升了宾客的满意度和忠诚度，还增强了民宿的品牌影响力和文化传播力。顾客的高满意度和好评率进一步巩固了民宿的市场地位，促进了口碑传播。同时，品牌文化、形象及知名度的提升，不仅彰显了地域特色人居文化，还带动了相关产品和服务的消费，促进了区域经济的增长。民宿通过提供记载当地历史文化、激发进取精神、传播良好社会风气的阅读物，以及融入历史文化主题元素的标识标牌，不仅丰富了宾客的文化体验，还促进了地方文化的传承与发展，为公众传递了正确的价值观。

**（3）生态效益：**结合当地自然资源和文化特色设计与开发服务产品，不仅突出了民宿的独特性，还促进了资源的合理利用与保护，实现了与环境的和谐共生。挖掘和传承地域文化内涵，打造特色文化主题民居，不仅丰富了民宿的文化内涵，还促进了地方文化的传播与弘扬，增强了游客的文化体验和认同感。倡导绿色消费和保护生态环境的措施，体现了民宿对环境保护的责任感，有助于推动绿色旅游的发展。具有独特的人文艺术气息，以艺术品位创造美学空间，不仅提升了民宿的品位和吸引力，还促进了人文与自然的融合，为游客提供了更高层次的审美体验。最后，提供特色体验服务，如农事体验、乡村民俗体验及展示展销农副土特产等，不仅丰富了游客的旅游体验，还促进了农村经济的多元化发展，实现了经济效益与生态效益的双赢。

（七）品牌建设

**（1）核心品质：**核心品质是品牌建设的基石，它要求民宿主人参与接待、服务人员具备良好的职业素养和服务能力，确保民宿在服务质量上达到高标准，为品牌建设打下坚实基础。其次，品牌规划明确了品牌发展的方向和目标，通过融入企业整体经营发展、建立品牌创新管理机制、纳入标准化管理等措施，确保品牌发展规划的科学性和可行性。品牌管理则强调建立经营档案、制定服务承诺、合理定价、有效处理投诉等，以提升顾客满意度和忠诚度，进一步巩固品牌形象。

（2）**品牌美誉度：**品牌美誉度是品牌建设的重要成果，通过民宿文化设计、主人亲和力、建筑风格、客房设施、员工服饰等方面的努力，营造出具有独特魅力和文化内涵的品牌形象，提高品牌在同行业中的认可度和美誉度。保障机制则通过提供多样化的服务和设施，满足宾客的多元化需求，提升宾客的住宿体验，进一步增强品牌的市场竞争力。

（3）**品牌推广：**品牌推广是扩大品牌知名度和影响力的关键手段，通过线上线下多渠道宣传、开展人文体验活动、设计文创产品等措施，提升品牌的曝光度和吸引力，促进品牌价值的传播和延伸。品牌忠诚度则要求民宿通过提供优质的服务和独特的体验，使宾客对品牌产生强烈的认同感和归属感，形成稳定的客源群体，为品牌的长期发展提供有力支撑。

（4）**客户满意度：**客户满意度是品牌建设的终极目标，通过关注顾客满意度和忠诚度、收集顾客反馈、提升服务质量和效率等措施，不断提升顾客对品牌的认可度和满意度，推动品牌不断向前发展。综上所述，这些方面相互关联、相互促进，共同构成了品牌建设的完整体系，为民宿的长期发展提供了有力保障。

（八）社会责任

**（1）核心价值观**：核心价值观是企业文化的灵魂，塑造守正创新、公平竞争、承担社会责任的企业精神，弘扬积极向上的价值观念，有助于企业树立正面形象，赢得社会认同和尊重。这不仅是对企业自身的规范，更是对社会风气的积极引领。

（2）**诚信：**诚信是商业活动的基石，将诚信作为企业经营的核心价值观，并融入发展战略，是确保企业长期稳健发展的关键。通过设定诚信规章制度、制定员工行为准则、培养诚信意识、实施诚信承诺和诚信评价管理，可以构建一个诚信为本的企业环境，增强顾客和社会的信任感。

**（3）绿色发展：**绿色发展是当前社会普遍关注的话题，民宿作为旅游住宿业的一部分，其经营行为对自然环境有着直接影响。因此，民宿应严格遵守环保法规，确保无破坏资源环境、无污染环境、无乱建乱堆乱放现象。同时，通过采用绿色建筑材料、实施粪污无害化处理、废弃物处置和回收利用等措施，推动绿色可持续发展，为保护环境贡献自己的力量。

（4）**公共责任**：公共责任则体现了民宿作为社会成员的责任担当。民宿应为所在乡村（社区）人员提供就业或发展机会，参与地方或社区公益事业活动，促进地方经济发展和社会和谐。同时，民宿还应利用地方资源开发旅游商品和文创产品，与当地居民或村民互动合作，实现共赢发展。此外，民宿还应参与地方优秀文化的传承、保护和推广活动，为游客提供展示地方文化的特色服务，传播地方优秀文化，增强文化认同感和文化自信。

（九）规范性附录：旅游民宿认证指标

从质量水平、创新、效益、品牌建设、社会责任五个方面对旅游民宿认证进行打分。

# 五、采标情况

本文件未采用国际标准和国外先进标准。

# 六、重大意见分歧的处理

本文件编制过程中未发现重大意见分歧。

# 七、与国家法律法规和强制性标准的关系

本文件不违反相关法律法规及强制性标准，不存在与国家标准、行业标准、相关标准的内容异同，本文件与参考和引用的标准、国家法律法规和强制性标准没有冲突，是相互协调的。

# 八、标准实施的建议

本文件适用于河南省养殖业“美豫名品”的认证工作，作为系列团体标准之一，建议建立完善标准实施信息反馈机制，畅通标准实施信息反馈渠道，收集实施过程中反馈的问题。进一步就旅游民宿“美豫名品”的认证情况进行实地调研，收集标准实施过程中的问题，及时做好答惑释疑工作，必要时对标准进行修订。

# 九、其他应予说明的事项

本文件没有其他应说明的事项。