“山西精品”旅游景区服务认证规则

2026-11-01 发布　　2026-11-01 实施

“山西精品”认证联盟　发布

目　录

前　言 II
1 目的 1
2 范围 1
3 引用文件 1
4 术语和定义 1
5 认证依据 1
6 认证模式 2
7 认证实施 2
7.1 认证流程及认证周期 2
7.2 认证申请与受理 3
7.3 初次认证 3
7.4 获证后的监督 6
7.5 再认证 7
7.6 影响认证的变更 7
7.7 认证的暂停、恢复、注销和撤销 8
8 审查时间 11
9 认证证书和标志 11
10 认证收费 11

附录A（规范性资料）　旅游景区服务要求测评工具
附录B（规范性资料）　服务管理审核内容及评分要素
附录C（规范性质量）　认证证书和标志

前　言

本文件根据“山西精品”认证联盟文件《“山西精品”认证实施管理办法》、《“山西精品”认证技术文件管理要求》，《旅游景区质量等级划分》要求编制，联盟外的任何组织及个人未经“山西精品”认证联盟的许可，不得以任何形式全部或部分使用。

本文件由山西精品认证联盟提出并归口。

本文件主要起草单位：中国船级社质量认证有限公司山西分公司。

本文件主要起草人：郭志斌、裴书星、黄明燕、孙俊玲、翟志源、周萍、张耀虎、王姣。

本文件为首次发布，使用过程中由于法律法规或相关产品标准、技术、产业政策等因素发生变化所引起的适用范围调整，将进行及时修订。

1 目的

本文件规定了“山西精品”旅游景区服务认证的认证依据、认证模式、认证实施、审查时间、认证证书和标志及认证收费等内容。

2 范围

本文件适用于“山西精品”旅游景区服务认证（SC21）。

本文件与《旅游景区质量等级划分》、《“山西精品”服务管理评价规则》等标准配套使用。

3 引用文件

凡是注明日期的引用文件，其随后的所有修改单（不包括勘误的内容）或修订版均不适用于本文件；凡是不注明日期的引用文件，其最新版本适用于本文件。

GB/T 17775-2024　旅游景区质量等级划分

T/SXJP 035-2023　“山西精品”服务管理评价规则

4 术语和定义

GB/T 17775-2024 和 T/SXJP 035-2023 界定的术语和定义适用于本文件。

5 认证依据

GB/T 17775-2024 《旅游景区质量等级划分》

T/SXJP 035-2023 《“山西精品”服务管理评价规则》

6 认证模式

服务管理审核+服务特性测评+获证后监督。

6.1 认证模式选择

旅游景区服务认证包括初次认证和获证后监督；认证过程中使用认证模式包括：

a) 服务特性测评；

b) 服务管理审核。

6.2 认证模式应用

通过以下组合实施旅游景区服务的服务认证：

初次认证和获证后监督，采用“服务特性测评+服务管理审核”相结合的方式。

7 认证实施

7.1 认证流程及认证周期

7.1.1 认证流程

1）认证申请与受理。

2）初次认证。

3）认证结果评价与认证决定。

4）获证后监督。

7.1.2 认证周期

一个完整的服务认证周期为 3 年，包括初次认证/再认证和两次监督审查。

7.2 认证申请与受理

7.2.1 申请认证提交资料

申请组织向认证机构提交认证申请，同时随附以下文件并对其真实性负责：

1）书面申请书。

2）有效法律地位证明，如营业执照等。

3）适用的最新有效资质证明、许可证复印件。

4）申请组织建立并实施的相关，如服务手册等。

5）组织机构图、服务蓝图或流程图及服务过程职责说明。

6）其它所需的材料等。

7.2.2 认证受理

认证机构应在接收到申请组织的书面资料五个工作日内对进行评审。若受理，资料齐全且满足“山西精品”认证要求的，双方签订认证合同；资料不符合要求的，认证机构通知申请组织补充资料或修改信息，无法提供有效资料的，认证机构不受理其认证申请。

7.3 初次认证

7.3.1 审查准备

7.3.1.1 审查策划

在获取受审查方相关的认证信息和材料后进行服务认证审查策划安排。

审查策划包括选派有资质的人员组成审查组，并确定审查人天数。在确定审查组的规模和组成时，应基于拟认证组织的服务认证范围、涉及旅游景区服务的复杂程度及审查员具有的专业背景和实践经验等因素确定。

7.3.1.2 文件评审

认证机构审查组依据相关文件对受审查方进行审查，文件审查重点关注：

a)申请认证的服务范围在受审查方组织中特有的服务名称确认；

b)受审查方是否识别了相应的法律、法规、标准的要求及其顾客需求；

c)确认受审查方提交的文件符合服务相关法律、法规和标准的要求；

d)受审查方的组织结构、相关部门的职责和权限。

7.3.1.3 审查计划

通过文件评审并确定满足现场审查的要求后，机构审查组拟制审查计划，经受审查方确认后予以实施。

7.3.2 服务管理审核要求

认证机构应根据 T/SXJP 035-2023 《“山西精品”服务管理评价规则》的要求，通过现场审核前的文件评审和现场验证的方式，按照本文件细化后的评分表对申请组织服务管理进行评价，具体见附录 B。服务管理评价要求总分为 100 分。

7.3.3 服务特性测评要求

7.3.3.1 服务特性测评内容

服务特性测评应覆盖 GB/T 17775-2024《旅游景区质量等级划分》中 4 等级划分前提条件和 6.1 资源价值、旅游交通、游览设施、游览服务、旅游安全、文旅融合、智慧旅游、资源与环境保护、综合管理等 AAAAA 级旅游景区的全部内容和服务先进性指标/要求。服务先进性指标/要求见表一，服务特性测评内容具体详见附录 A《旅游景区服务要求测评工具》。服务特性测评要求总分为 1000 分。

表一、服务先进性指标/要求

序号	指标类型	指标要求
1	系统服务及时率	≥98%
2	游客满意度	≥90%
3	线上预约入园客流占比	≥65%
4	导览标识、休憩、环卫、无障碍设施完好率	≥98%
5	同类问题重复投诉发生率	0
6	高峰客流预警应急处置响应达标率	100%
7	北岳文化主题特色文旅活动年举办场次	≥8 场/年
8	智慧感知监测终端（客流、环境、温湿度、噪声）布设密度达标率	≥90%

7.3.3.2 服务特性测评方法

7.3.3.2.1 通过现场访谈、观察、服务体验等方式实施服务特性测评。

7.3.3.2.2 选择服务现场进行服务体验，服务现场应覆盖关键环节，至少应包括：资源价值、旅游交通、游览设施、游览服务、旅游安全、文旅融合、智慧旅游、资源与环境保护、综合管理等方面。

a) 针对服务特性测评服务内容，至少应跟踪 3 个完整的服务全过程，现场测评样本量不少于 3 个。

b) 测评过程中，可采用现场观察、与服务提供人员现场交流、向相关方咨询、以及资料审查等方式，并采访提供服务的人员，总体覆盖人数不应少于 3 人，其中至少应包括服务业务管理人员及操作人员。

7.3.4 认证结果评价

服务认证结果分为通过、不通过。其中：

1）通过是指服务管理评价达到80分（含本数）以上，且服务特性测评达到800分（含本数）以上。

2）不通过是指管理要求评价低于80分（不含），或服务特性测评低于800分（不含）。

7.3.5 认证决定

认证机构根据收集到的信息，包括从审查过程之外获取的任何可作为认证决定依据的信息（如来自行政监管部门、顾客、行业协会的信息等）进行复核，并做出认证决定。符合认证要求的，颁发认证证书。

7.4 获证后的监督

7.4.1 监督周期

为确保获证组织的服务持续满足认证要求，在证书有效期内，获证组织应接受二次监督审查。

初次认证后的第一次监督审查应在12个月内进行，两次监督审核间隔不超过15个月，监督审查应至少每个日历年（应进行再认证的年份除外）进行一次。

当发生下述情况时，应考虑增加监督频次：

—国家相关管理部门对其实施处罚；

—获证组织运作发生了重大变动或发生了其他可能影响认证资格的变更（包括法人、组织机构、相关职能、服务资源以及相关影响企业符合性的体系更改等）；

—获证组织受到消费者投诉并造成一定社会影响的；

—获证组织发生严重的质量、安全、卫生、环保等事故；

—认证依据等发生变化时；

—发生其他特殊情况时。

7.4.2 监督内容

监督审查应至少包括以下内容：

1）在监督期内组织发生的重大变化，包括组织结构、服务资源、服务规范等。

2）组织自我评价结果和改进的效果。

3）服务特性测评。

4）上一次认证不符合的整改情况。

5）认证证书和标志的使用情况。

7.4.3 监督审查结果评价

认证机构应对监督审查结果做出评定，给出继续保持或暂停、撤销认证证书的决定。认证机构应及时向联盟提交监督审查结果。

7.5 再认证

认证证书到期后获证组织需继续保持认证的，应在证书有效期届满三个月前提出再认证申请。再认证审查除包含初次认证审查的全部内容外，还应重点关注以下内容：

1）结合内外部变化情况判断组织服务提供过程的有效性。

2）上一认证周期内服务各项绩效指标的改进情况。

7.6 影响认证的变更

7.6.1 当认证要求发生变更时，认证机构应及时将认证要求的变更信息告知所有相关的获证组织，并依据变更后的认证要求实施现场审查、复核和做出认证决定，对符合变更后要求的，换发认证证书。

7.6.2 获证组织提出的变更时，应将变更信息和相关文件一并提交认证机构。认证机构采取文件审查和/或现场补充评价的方式实施评价。评价结果包括换发新证书、或缩小认证范围、暂停或撤销认证处理。

7.6.3 当组织需扩大认证范围时，扩大部分应向认证机构提出申请，按照初次认证要求开展认证活动。

7.7 认证的暂停、恢复、注销和撤销

认证的暂停、恢复、注销和撤销执行《“山西精品”认证证书管理要求》。

7.7.1. 认证证书的暂停、恢复

获证组织有以下情形之一的，认证机构应在调查核实后暂停其认证证书，并保留相应证据：

a）监督评价结果为不通过的，或服务管理和质量与服务规范、服务承诺严重脱离；

b）不满足适用的法律法规要求，且未采取有效纠正措施的；

c）受到与服务质量相关的行政处罚，且尚未完成整改的；

d）发生重大质量安全事故，反映获证组织服务管理和服务质量存在重大缺陷的；

e）拒绝配合行政主管部门的认证监督检查，或者提供虚假材料或信息的；

f）持有的与认证范围有关的行政许可文件、资质证书等过期失效的；

g）不能按照规定的时间间隔接受监督审核的；

h）未按相关规定正确引用和宣传获得的认证证书和有关信息，包括认证证书和认证标志的使用；

i）不承担、履行认证合同约定的责任和义务的；

j）被有关行政监管部门责令停业整顿的；

k）发生与服务质量相关重大舆情的；

l）主动请求暂停的；

m）其他应暂停认证证书的。

认证机构可根据暂停的原因和性质确定暂停期限，暂停期限最长不得超过6个月。

暂停期间，服务认证证书暂时无效。如获证组织采取有效的纠正措施，造成暂停的原因已消除的，认证机构应恢复其认证证书，并保留相应证据。

7.7.2 认证证书的注销

获证组织主动申请不再保持认证证书时，认证机构应确认在不存在暂停或撤销情形后，注销其认证证书，并保留相应证据。

7.7.3 认证证书的撤销

获证组织有以下情形之一的，认证机构应在获得相关信息并调查核实后撤销其认证证书，并保留相应证据：

a）被注销或撤销法律地位证明文件的；

b）被“国家企业信用信息公示系统”和“信用中国”列入严重违法失信名单的；

c）认证证书的暂停期限已满，但导致暂停的问题未得到解决或有效纠正的；

d）经行政监管部门确认因获证组织违规而造成重大质量安全事故的；

e）无法向顾客正常提供服务或者已不具备运行条件的；

f）其他应撤销认证证书的。

8 现场审查时间

现场审查时间包括服务管理审核时间、服务特性测评时间。服务特性测

评工作时间包括但不限于：测评条件和环境设定、被测特性指标数量、样本选取,以及测评数据采集、统计、分析和判断。适用时,考虑服务风险和/或复杂程度。服务管理审核时间包括但不限于：服务管理过程的策划、实施、检查和改进，样本选取，面谈、观察、文件（包括记录）评审等活动。

相同申请单位的同一认证对象，增加审查场所的，每增加一个场所，审查人日数不少于0.5。相同申请单位的同一场所，增加服务项目的，每增加一类服务，审查人日数不少于0.5。

“山西精品”认证现场审查人日数按照下表执行：

有效人数（单位：人）	人日数（单位：人·天）		
	认证类型	服务管理审核	服务特性测评
＜100	初次审查	4.5	4.5
	年度监督	2	2
100-500	初次审查	6	6
	年度监督	3	3
≥500	初次审查	7.5	7.5
	年度监督	4	4

说明:

a）根据认证对象类型合理确定服务认证范围覆盖的有效人数。

b）表中人日数为单场所基准值，包括:服务特性要求测评人日数+服务管理要求审核人日数，且服务特性要求测评的人日数不低于服务管理要求审核的人日数。

c）遵循“规模越大、流程越复杂、风险越高，人日数配置越充足”的基本原则，根据认证对象的服务规模、等级、不同服务项目的复杂程度、安全(风险)级别等因素确定服务认证现场审查人日数，实现人日数与审查

工作量精准匹配，并充分考虑服务活动正常运行和易发生质量安全风险的时段(如夜班、高峰时段等)，适用时单场所基准值考虑增加 0.5-1 人日。

d）每增加一个服务场所，现场审查人日得在基准值基础上增加不少于50%。

e）现场审查应当严格按照审查计划开展服务特性要求测评，原则上不得减少现场审查时间，尤其是服务特性要求测评时间，不得遗漏测评场所及项目。

f）服务认证等级升级时，应参考初次认证/再认证的人日数标准。

g）证书变更审查:新增场所按初次认证基准执行;对已获证场所的范围变更则按监督审查基准执行。

9 认证证书和标志

9.1 认证证书样本见附录 C 。

9.2“山西精品”认证证书有效期为三年。

9.3 认证机构对获证组织使用认证证书的情况实施有效跟踪调查，对不能符合认证要求的，应当暂停其使用直至撤销认证证书，并予以网上公布；对撤销或者注销的认证证书予以收回；无法收回的，予以网上公布。

9.4 认证证书有效期届满，需要延续使用的，获证组织应当在认证证书有效期届满前 90 天内申请办理。

9.5 获证组织应遵守《“山西精品”认证证书管理要求》的要求。

10 认证收费

按照《“山西精品”认证收费指导意见》的要求执行。

附录 A
（规范性附录）
旅游景区服务要求测评工具

1、本附录给出了旅游景区服务要求测评的内容与方法，是依据 GB/T17775-2024 《旅游景区质量等级划分》中 4 等级划分前提条件和 6.1 资源价值、旅游交通、游览设施、游览服务、旅游安全、文旅融合、智慧旅游、资源与环境保护、综合管理等 AAAAA 级旅游景区的相关要求，赋值量化构建，本附录由两部分组成：

1） 表 A1 等级划分前提条件否决性审查表（P0）：对应 GB/T17775—2024 第 4 章等级划分前提条件，作为否决性审查项，不赋分、不填体验系数、不计入总分；

2） 表 A1 旅游景区服务特性要求测评表（Q1—Q9）：对应 GB/T17775—2024 第 6.1 章 AAAAA 级旅游景区全部内容，满分值为 1000 分。

2、测评应按“先否决、后评分”的顺序实施：先完成表 A1 符合性审查，全部符合后方可进入表 A2 评分；表 A1 任一项不符合，直接判定服务特性测评不通过，不再进入表 A2 评分汇总。

3、表 A1 测评内容采用李克特 5 点式体验系数 α，取值如下：

1） 远低于预期：0≤α≤0.2。

2） 低于预期：0.2＜α≤0.4。

3） 符合预期：0.4＜α≤0.6。

4） 高于预期：0.6＜α≤0.8。

5） 远高于预期：0.8＜α≤1.0。

4、表 A1 中给出的每一项测评内容的分值乘以该项确定的体验系数 α 后求和，得出服务特性测评基础分，即：基础分=Σ（各项分值∗α）。

5、服务特性测评分=基础分∗E，其中体验否决系数 E={0,1}，当服务过程中发生下列任一情况时 E=0，否则 E=1。

1） 表 A1 等级划分前提条件否决项中任一项不符合；

2） 企业信用存在经营异常或严重违法失信情况；

3） 近三年有重大违法违规违纪行为；

4） 近三年发生重大顾客投诉、重大质量事故、重大环保事件或重大安全责任事故。

6、在表 A1 全部符合且 E=1 的前提下，评价总得分ΣQ＝Q1＋Q2＋Q3＋Q4＋Q5＋Q6+Q7＋Q8＋Q9，其中 Qi 为第 i 个一级指标的服务特性测评得分（Qi=该一级指标基础分*E）,九个一级指标各自的评分得分均不低于该项分值的 75%，且ΣQ 总得分不低于 800 分（含本数），判定为服务特性测评通过；否则为不通过。

表A1：等级划分前提条件否决性审查表

序号	否决项	审查内容	判定	备注
P0.1	可持续发展与绿色低碳	遵循可持续发展原则，建设和运营符合绿色低碳发展导向。	□符合 □不符合	
P0.2	满足文化和旅游需求	以满足人民群众的文化和旅游需求为目标，为游客提供高质量的游览设施与服务体验。	□符合 □不符合	
P0.3	诚信经营与文明旅游	诚信经营，引导游客文明旅游、厉行节约和绿色消费。	□符合 □不符合	
P0.4	开放条件与承载量管理	符合经过安全风险评估等景区开放条件且开放满 1 年，公布景区最大承载量并执行主管部门的承载量管理规定，制定旅游安全保护制度和应急预案并定期演练。	□符合 □不符合	
P0.5	近 3 年无重大事件	近 3 年未发生重大生态环境破坏事件、重大旅游安全责任事故、重大旅游市场失信行为与重大负面舆情。	□符合 □不符合	

表A2　旅游景区服务特性要求测评

序号	测评项目	一级指标	二级指标	三级指标	体验系数	评价得分	备注
1	资源价值（Q1）	110					
1.1	旅游资源吸引力		74				
1.1.1	应有很高的历史文化价值、自然生态价值、科学教育价值，其中至少一类资源具有世界级突出价值或意义。			18			
1.1.2	应有非常奇特的景观，或珍稀物种数量、规模巨大，观赏游憩价值很高。			13			
1.1.3	应有世界级品牌的旅游资源或中国特品级旅游资源。			13			
1.1.4	资源实体应规模、体量巨大，或基本类型多（按照 GB/T 18972 判定），或资源疏密度及组合性优良。			11			
1.1.5	资源实体完整，应完全保持原有的形态与结构。			10			
1.1.6	各资源实体所分布的空间应完整、相连，并有很强的自然或文化关联性。			9			
1.2	旅游市场影响力		36				
1.2.1	应在国内外有很高知名度和影响力。			13			
1.2.2	主题和特色应非常鲜明，市场形象非常突出。			11			
1.2.3	市场吸引力很强，年接待游客应在 60 万人次以上，其中海外游客 3 万人次以上。			12			
2	旅游交通（Q2）	80					
2.1	外部交通		44				
2.1.1	景区可进入性好，应有民航、高速铁路、高等级公路或高等级航道等快速交通方式到达景区所在地。			16			
2.1.2	通往景区道路应平坦、通畅，指路标志、临时停靠点等道路附属设施完备，能满足安全、舒适、绿色、便捷的车流与客流交通要求，沿线景观自然、优美，观赏效果良好，交通管理规范。			16			
2.1.3	应有完善的旅游集散与接驳系统，有便捷抵达景区的公共交通或旅游专线交通。			12			
2.2	交通标志与停车（船）服务		36				
2.2.1	应在游客到达的主要交通场站及通往景区的主要道路上设置旅游交通专用标志，道路交通标志应符合 GB 5768.2 要求。			11			
2.2.2	应有与景观环境相协调的停车场或船舶码头，布局合理，容量应充分满足游客接待需要；停车场地应平整坚实、标线清晰、生态环保，船舶码头水域应畅通、清洁；标志应规范、醒目、美观。			14			
2.2.3	停车（船）管理完善，应有停车场（船舶码头）安全监控系统，配备汽车充电设施，宜提供智慧停车（船）服务。			11			
3	游览设施（Q3）	165					

3.1	游客中心		46				
3.1.1	游客中心设置与服务应符合 GB/T 31383 要求，位置合理，方便游客直接进入主要游览点，规模适度，建筑美观，有文化气息，与景观环境协调。			11			
3.1.2	游客中心功能完备，应设置现场购票窗口；配备咨询服务台和宣传展示设施，有旅游咨询电话和自助服务设施并保持完好，提供线上线下咨询服务；服务人员配备齐全，业务熟练，服务热情。			11			
3.1.3	景区信息咨询与服务资料应种类多样，内容丰富，纸质版与电子版齐备，文字简明准确，制作精美，特色突出，更新及时并易获取；应免费提供纸质景区导览图。			9			
3.1.4	应在醒目位置公示景区主要服务项目、收费价格及其他重要信息，倡导文明旅游，宣传保护环境、厉行节约和反对浪费。			8			
3.1.5	应提供手机充电、饮用冷水热、物品寄存等服务，宜提供邮政及邮政纪念等服务。			7			
3.2	导览系统		36				
3.2.1	全景图、导览图、街区导向图、信息索引标志、位置标志、导向标志、安全标志、行为指示标志、说明类标志应设置合理，内容准确，译文精准，图文清晰，造型美观，有艺术感和文化气息，与景观环境相协调，维护完好；应设置电子化导览系统；旅游景区公共信息导向系统设置应符合 GB/T 31384 要求。			22			
3.2.2	公共信息图形符号应符合 GB/T 10001.1、GB/T 10001.2、GB/T 10001.4、GB/T 10001.8 和 GB/T 10001.9 的规定。			14			
3.3	游览线路与游览交通工具。		36				
3.3.1	游览线路应设计科学，安全顺畅，符合游客游览习惯，充分展示景区主题和特色。			13			
3.3.2	宜为游客提供步行、车行等多种选择，车行道、游步道、观景平台、交通换乘等游览设施应设置合理，符合生态环境保护要求。			12			
3.3.3	游览交通工具应数量充足，安全便捷，特色性强，宜使用清洁能源。			11			
3.4	卫生与休息设施		47				
3.4.1	应配备满足游客需求的旅游厕所，位置设置科学，数量充足，男女厕位比例合理，标志醒目，建筑美观，与景观环境协调，有文化气息；厕所应具备水冲、盥洗、通风设备，或使用符合环保要求的免水冲生态厕所，设施设备维护完好。			13			
3.4.2	旅游厕所应设专人管护，清理及时，洁具洁净，无污垢、无堵塞，内外环境整洁，干净卫生，无异味。			9			
3.4.3	区内所有旅游厕所应符合 GB/T 18973 规定的Ⅱ类质量要求，其中Ⅰ类旅游厕所的比例应不低于40%。			9			
3.4.4	垃圾箱应分类设置，布局合理，数量能满足需要，标志明显，造型美观，与环境相协调。			6			
3.4.5	游客公共休息设施应布局合理，数量充足，美观实用，维护良好。			5			

3.4.6	游客公共休息区域应提供防风、遮阳、避雨等设施。			5			
4	游览服务（Q4）	165					
4.1	解说系统		46				
4.1.1	应提供说明类标志、音像制品、印刷品、人员讲解、电子讲解等多种解说方式，明示解说方式获取途径；解说设施设计精美，材质优良；应提供自助电子导游服务、语音讲解器租用或无线设备讲解服务，解说信息化程度高。			15			
4.1.2	解说内容应科学、准确、有深度，景区特色鲜明，具有科普及宣传教育功能，无庸俗、低俗、媚俗内容。			13			
4.1.3	解说用语应生动、有文采，符合游客信息获取习惯及相应需求，解说效果优良。			9			
4.1.4	解说语言应中外文对照且规范、精准。			9			
4.2	讲解人员		36				
4.2.1	应持证上岗，80% 以上具备大专及以上文化程度，人数及语种、方言能满足游客需要，并对游客公示讲解人员相关信息。			13			
4.2.2	讲解语言应规范，普通话达标率 100%；讲解清晰、生动有趣，宜提供针对性和个性化讲解服务。			12			
4.2.3	讲解人员应纳入景区统一管理体系，有序承接任务，服务态度热情，行为有度，无胁迫或诱导消费行为，服务质量符合 GB/T 15971 要求。			11			
4.3	购物服务		28				
4.3.1	购物场所应布局合理，规模适度，场所设计有特色，与环境协调，设施与服务应符合 GB/T 26356 要求。			8			
4.3.2	应对购物场所及从业人员进行统一管理；购物场所环境整洁，秩序良好，价格标签标示规范，无围追兜售、拉客宰客、强迫购买等现象。			8			
4.3.3	旅游商品应符合游客需求，文化创意特色鲜明，具有突出的本景区或本地区特色，材质精美，工艺精巧，质量合格。			7			
4.3.4	应为游客提供便利的旅游商品预订、购买及配送服务，有统一的售后服务渠道。			5			
4.4	餐饮服务		28				
4.4.1	餐饮设施应布局合理，规模适度，场所设施与景观环境相协调，就餐环境整洁，宜体现文化或主题特色，设施与服务应满足 GB/T 26361 要求。			7			
4.4.2	餐饮供应能满足不同人群需要，宜提供地方风味和特色餐饮，菜品价格合理、味道纯正、加工精细。			6			
4.4.3	餐饮场所卫生应符合 GB 37487、GB 37488 规定，配备消毒设施，即食性食品应符合国家食品安全相应标准的要求，不应使用不可降解的一次性餐用具。			6			
4.4.4	餐饮服务应热情周到，就餐秩序良好。			5			

4.4.5	应提倡文明用餐，餐饮场所有反对餐饮浪费行为的宣传提示和措施，有效引导、提醒和督促游客节约饮食和绿色消费。			4			
4.5	便利服务		27				
4.5.1	应为老年人、未成年人、残疾人等特殊群体提供行动便利，设置无障碍标志，配备无障碍通道或电梯、无障碍机动车停车位、无障碍卫生间（或厕位）、家庭卫生间、母婴室等设施及轮椅、拐杖、童车等工具与用品；无障碍设施应符合 GB 50763 规定。			9			
4.5.2	宜为特殊群体提供个性化接待及购票、代邮等便利服务。			5			
4.5.3	可认证使用外籍来华人员等各类身份证件。			4			
4.5.4	应提供优质、高效、便捷的支付服务，支持移动支付、境内外银行卡、现金等多种支付方式。			5			
4.5.5	应设立志愿服务工作站点，提供旅游志愿者公益服务。			4			
5	旅游安全（Q5）	120					
5.1	安全制度		37				
5.1.1	应设立安全保卫机构，建立完善的安全保卫制度，安全保卫人员配备充足，持证上岗，日常安全巡查管理有效。			9			
5.1.2	实行预约管理和实名制购票的景区，应保障游客身份信息安全。			6			
5.1.3	应公布景区主管部门核定的承载量，建立景区承载量预报预警机制，制定高峰期游客流量控制方案，疏导、分流措施得力。			9			
5.1.4	景区交通、娱乐等设施及经营性项目运行应按规定取得许可，有关工作人员持证上岗，操作符合规范，定期检测，无安全隐患；游乐园应符合 GB/T 16767 规定的安全和服务要求。			7			
5.1.5	景区网络和信息安全制度健全，安全防范措施完善，符合 GB/T 22239 规定的安全技术和管理要求。			6			
5.2	安全设施与标志		33				
5.2.1	主要出入口处宜设置安全检查区；应设置隔离栏、隔离墩、减速带或升降柱等硬质防冲撞设施。			9			
5.2.2	消防、防盗等设施设备应齐全、完好；安全监控系统完善，日常运行正常，监控数据文件储存格式和保存时间应符合相关部门的要求。			9			
5.2.3	防地质灾害、防拥挤、防溺水、防坠落等防护设施应配备齐全，特殊地段有专人巡查。			8			
5.2.4	安全警示标志应齐全、醒目、规范，设置及使用应符合 GB 2894 要求；危险地段和未向游客开放的场所应设置恰当的隔离设施或醒目的警示标志。			7			
5.3	安全提示与教育		22				
5.3.1	应主动向游客提供安全宣传教育服务，接待老年人、未成年人、残疾人等游客应采取相应的安全保障措施。			11			

5.3.2	应提示游客根据个人健康情况量力而行，谨慎参与高空、高速、涉水、探险等高风险旅游项目，要求游客在专业人士指导下参与技能和安全防范要求较高的运动及游乐活动。			11			
5.4	安全救援与应急处置		28				
5.4.1	应建立突发事件应急预案体系和应急救援体系，配备必要的应急感知报警设备和应急救援器材与物资设备并维护良好，及时发布预警信息和风险提示，事故应急处置与救援能力很强。			9			
5.4.2	应设立急救室，公布应急救援电话，配备必要的医务人员和急救设施，提供常用药品和常规医护服务。			8			
5.4.3	应对直接为游客提供服务的从业人员定期开展应急救助技能培训并组织演练。			6			
5.4.4	应与公安、医疗、救援、应急等部门或单位建立景区应急救援联动、社会公共安全事件联处等机制，反应快速，运行有效。			5			
6	文旅融合（Q6）	90					
6.1	文化主题		32				
6.1.1	应拥有但不限于自然生态、历史人文、红色教育、科学技术、文学艺术、民族民俗等一种或多种文化类型，文化内涵非常丰富。			12			
6.1.2	文化挖掘充分，文化主题鲜明，文化特色或地域特点非常突出，或主题文化创意非常独特。			11			
6.1.3	文化主题应贯穿项目开发运营、活动组织、宣传推广及游览服务的全过程。			9			
6.2	文化利用		36				
6.2.1	应将文化元素充分融入景区建筑景观、游览设施、旅游产品和服务活动，文化氛围浓郁。			9			
6.2.2	应有文化展示场所或空间，运用场景、实物、图片、活动或现代技术等方式有效展示和活化文化。			9			
6.2.3	应有丰富、独特的文化旅游产品与体验活动，宜有高品质的旅游演艺产品或非物质文化遗产展示展演项目，项目参与互动性强，文化和旅游体验效果好。			11			
6.2.4	产品应有高水准的文化创意，文旅产品与文创产品新颖独特，有景区特色的文创品牌。			7			
6.3	文化传播		22				
6.3.1	应有显著的景区文化传播效果，市场形象鲜明，产品形象独特，质量形象优良。			9			
6.3.2	运营主体应建立独具特色的组织文化，具有科学的价值观念和经营理念。			7			
6.3.3	员工对景区（组织）文化应具有很高的认同度，传播景区文化意识很强。			6			
7	智慧旅游（Q7）	90					
7.1	智慧服务		36				
7.1.1	宽带网络应满足景区服务和运营需要，移动通信信号和无线局域网覆盖游客主要游览区域且网速流畅。			7			

7.1.2	应建有景区官方网站并利用新媒体平台，提供资讯发布、信息查询、预约预订、导游导览、投诉反馈等服务，内容丰富，功能完善；宜提供信息综合集成的一站式服务。			9			
7.1.3	景区出入口、游客中心和游客集聚区域应布设信息发布设施设备，及时准确发布景区开放、客流、天气、活动等相关信息。			7			
7.1.4	应提供自助导览服务，具备精准导航、导览、景点讲解等功能。			7			
7.1.5	应开发数字化旅游产品，提供虚拟现实、沉浸式体验等旅游新场景与新空间。			6			
7.2	智慧管理		32				
7.2.1	应具有智能化的电子门禁系统，支持多种验证方式。			7			
7.2.2	景区重要节点和游客活动的主要区域应安装监控设备，能有效支持客流、车流数据采集和环境、安全等相关监测，具备智慧化安全监管和自动感知警示（预警）能力。			9			
7.2.3	景区数据应规范采集、集中管理、有效维护，宜依托本地或云端数据中心，安全存储和利用景区数据。			6			
7.2.4	应建立景区智慧管理系统，对景区资源环境、设施设备、运营状态等进行有效管理。			5			
7.2.5	能及时将新一代信息技术应用到景区服务和运营管理中，应用创新能力强。			5			
7.3	智慧营销		22				
7.3.1	应建立数字化的市场营销运行和评估机制，利用网络和新媒体建立智慧营销渠道，开展市场营销活动。			11			
7.3.2	宜利用大数据、人工智能等手段开展精准营销；应运用智慧化手段监测营销效果，建立游客意见和建议实时收集与反馈系统。			11			
8	资源与环境保护（Q8）	90					
8.1	环境质量		25				
8.1.1	环境空气质量应符合 GB 3095 规定的一类区环境空气质量要求。			7			
8.1.2	环境噪声质量应符合 GB 3096 规定的 1 类声环境功能区噪声限值要求。			6			
8.1.3	地表水环境质量应符合 GB 3838 要求。			6			
8.1.4	污水排放应符合 GB 8978 规定的综合排放要求。			6			
8.2	环境卫生		22				
8.2.1	环境整洁，无污水、污物，无乱建、乱堆、乱放现象；建筑物及各种设施设备无剥落、无污垢。			8			
8.2.2	各类旅游公共场所卫生应符合 GB 37487、GB 37488、GB 37489.1 规定；人工游泳场所卫生应符合 GB 37489.3 规定的要求。			7			
8.2.3	垃圾应按 GB/T 19095 要求分类投放，做到清扫及时，日产日清；垃圾的收集、运输和处置应符合属地管理的相关规定。			7			
8.3	资源保护		22				

8.3.1	应有完善的旅游资源保护制度，保护范围、保护对象与保护职责明确，保护和维护资金投入充足。			8			
8.3.2	应有科学的保护方法和有效的保护措施，能保持自然资源、文物和文化遗产的真实性与完整性。			7			
8.3.3	应合理开发利用旅游资源，开发强度不应超过资源承载能力，无破坏性开发现象。			7			
8.4	环境保护		21				
8.4.1	应严守生态保护红线，生态环境保护制度与监测机制健全，生态安全性好。			6			
8.4.2	环境氛围优良，绿化覆盖率高，植物与景观应配置得当，景观与环境美化措施多样，整体效果好。			4			
8.4.3	建筑布局应合理，建筑物体量、高度、色彩、造型与景观环境相协调；景区周边建筑物与景观格调协调，或具有一定的缓冲区域。			4			
8.4.4	区内各项设施设备、能源利用与污染物排放应符合国家环境保护要求，不造成环境污染和其他公害，不破坏旅游资源和游览氛围；宜采用节能低碳的设施设备和环保型材料。			4			
8.4.5	应对游客和员工进行生态文明和环境保护宣传教育，倡导低碳出行和绿色消费。			3			
9	综合管理（Q9）	90					
9.1	管理机构与制度		25				
9.1.1	应有健全的管理机构，岗位职责分明，管理人员配备合理，中高级管理人员均应具备大专及以上文化程度，运营管理机制有效。			9			
9.1.2	应有健全的旅游服务质量、旅游安全、资源与环境保护、旅游统计等各项管理制度，实施和监督检查措施到位，记录和总结完整；应建立景区标准化管理体系。			9			
9.1.3	景区面积宜不小于 3 km^2；景区建设与发展应符合相关规划要求。			7			
9.2	员工管理		18				
9.2.1	应有健全的员工培训制度和完整的培训计划，建立培训绩效评估和奖惩机制。			6			
9.2.2	培训对象应覆盖景区管理、服务及相关人员，培训频率与时长恰当，培训内容全面且具有针对性，培训效果好，上岗人员培训合格率达 100%。			7			
9.2.3	员工应着岗位服装，佩戴工牌，举止文明，行为规范。			5			
9.3	营销管理		14				
9.3.1	宣传推广应内容丰富，能全面展示景区资源、产品特色与服务内容，信息真实、准确。			5			
9.3.2	营销范围应覆盖主要客源地，宣传推广渠道与方式多样。			5			
9.3.3	应有良好的营销效果，能持续保持很高的市场知名度和美誉度。			4			
9.4	服务质量监督管理		18				
9.4.1	应有景区服务质量监督管理人员、旅游服务质量检查与评价制度及改进与奖惩措施。			5			

9.4.2	投诉制度健全，应公布投诉渠道和投诉处理程序，投诉电话、投诉信箱和在线投诉等渠道应畅通；投诉受理及时，处理妥善，档案记录完整。			8			
9.4.3	应开展游客满意度调查和评价，游客满意度高。			5			
9.5	社会效益		15				
9.5.1	应弘扬社会主义先进文化、革命文化和中华优秀传统文化，宜有爱国主义教育场所或活动。			5			
9.5.2	应承担社会责任，组织或参加公益性活动及旅游惠民活动。			5			
9.5.3	应在带动当地经济发展、促进社会就业和旅游富民增收方面具有显著效果。			5			
合计		1000	1000	1000			

附录B
（规范性资料）
服务管理审核内容及评分要素

1、服务管理要求审核内容及方法评分具体见表B。

2、服务管理要求总得分（满分）为100分，评价总得分按下式进行计算：

ΣQ＝W1*Q1＋W2*Q2＋W3*Q3＋W4*Q4＋W5*Q5。

五个一级指标各自的评分项得分Q1、Q2、Q3、Q4、Q5，按下式进行计算：

Qi＝该类一级指标实际得分/该类一级指标总分值*100。

五个一级指标权重W1、W2、W3、W4、W5，见表B。

五个一级指标各自的评分项得分Q1～Q5不低于该项分值的75%，ΣQ总得分不低于80分（含本数），均满足为服务管理审核通过。

表B　服务管理要求审核内容及评分要素

序号	一级指标	赋予权重	二级指标	三级指标	评分要素	评价得分	备注
1	B.1总要求（质量管理体系）（15）Q1	8%	B.1.1质量管理体系（8）	建立文件化的质量管理体系（3）	1、参照GB/T19001标准建立文件化质量管理体系，并运用质量管理体系理念和方法开展服务质量管理。（1） 2、明确质量管理组织机构、职责和权限，并确保在组织内理解一致。（0.5） 3、建立适宜的质量管理方针，并与组织宗旨和战略相一致。（0.5） 2、建立完善体系文件，文件层次分明、适宜。（0.5） 3、定期开展内部审核和管理评审。（0.5）		
2				建立服务蓝图（1）	按照服务管理理论与技术，识别服务的接触点，确定服务接触面，建立服务蓝图。（1）		
3				建立服务基础标准、服务提供标准和服务评价标准及制度（1）	1、建立服务规范，规定服务提供者与顾客接触过程中的一系列活动及其结果应满足的要求，即服务标准包括服务基础标准、服务提供标准和服务评价标准。（0.7） 2、建立管理制度，以保障服务标准得到有效贯彻执行。（0.3）		
4				配备必要资源	1、为服务提供和运营配备必要资源，包括人力资源、基础设施、		

序号	一级指标	赋予权重	二级指标	三级指标	评分要素	评价得分	备注
				（1）	环境和知识，以及财务保障。（0.7） 2、对资源的适宜性、充分性开展评审和改进，确保其持续的适宜、充分。（0.3）		
5				开展监视和分析活动（1）	1、建立质量管理活动监视、测量和分析方法，明确内容、时机、频次、方法。（0.5） 2、实施了监视、测量活动，并对结果进行分析和评价，必要时应用了适宜的统计技术。（0.5）		
6				建立和实施改进机制（1）	1、建立持续改进机制，不断改进服务质量和管理水平，以满足顾客要求和增强顾客满意。（0.5） 2、建立服务质量及管理风险识别、评价和控制机制，包括针对不合格（包括顾客抱怨和投诉）分析原因，采取纠正措施。（0.5）		
7		4%	B.1.2 外包过程和服务控制（4）	外包过程和服务控制（4）	1、建立外包过程和服务管理制度，明确外包方评价和选择准则、外包过程和服务控制类型和程度，以及绩效监测、沟通和改进。（1） 2、开展外包方评价和选择并保留适当记录，与外包方签订合同/协议，明确了外包过程和服务内容、相关要求。（2） 3、对外包过程和服务质量和绩效进行监视、测量和改进。（1）		
8		3%	B.1.3 文件化程序（3）	文件化程序（3）	1、组织应建立并保持文件和记录管理的文件化程序。（0.5） 2、对程序和必要的外来文件和记录进行有效控制。（1） 3、记录清晰、完整、可追溯，以作为服务符合规定要求的证据。（0.5） 4、识别并保存与“山西精品”品认证相关的重要文件。（1）		
9	B.2 服务策划（15）Q2	6%	B.2.1 服务目标管理（6）	服务目标的策划（1.5）	1、建立质量目标管理制度，明确有专门部门/岗位负责质量目标的管理。（0.5） 2、建立包涵客户体验特性要求的服务管理目标，目标体现组织服务宗旨和方针，体现满足适用的法律法规、增强顾客满意和持续改进的承诺。（0.5） 3、质量目标可测量和组织内沟通。（0.5）		
10				实现目标的措施策划和实施（1.5）	1、在相关部门、不同层次和服务项目建立细化的质量目标，并策划监视和/测量方法。（0.5） 2、策划了实现目标的措施，明确做什么、何时做、谁来做、资源需求、以及如何评价的要求。（0.5）		

序号	一级指标	赋予权重	二级指标	三级指标	评分要素	评价得分	备注
					3、措施得当贯彻执行，必要时予以调整。（0.5）		
11				质量目标的监视测量（1.5）	1、建立质量目标监视、测量方法、频次和职责要求。（0.5） 2、定期开展基于质量目标建立的KPI（关键绩效指标）监视、测量活动，主要指标体现以游客为导向且如期实现。（0.5） 3、发现未实现的目标能够及时调整。（0.5）		
12				质量目标更新（1.5）	1、定期分析目标及KPI实施与实现情况，具有自我改进意识和能力。（0.5） 2、实现质量目标动态管理，适时更新，持续适应相关要求，增强顾客满意。（0.5） 3、目标及KPI的实现增强了顾客满意，提升或促进了经营绩效。（0.5）		
13		9%	B.2.2 服务设计开发和改造（9）	设计开发和改造的策划（2）	1、制定并实施服务设计开发、改造控制流程和管理制度，明确服务设计内容、流程和阶段、组织和技术接口、职责和管理要求。（0.5） 2、配备相关专业人员，掌握服务管理理论和技术，以及服务要求。（0.5） 3、必要时，配备所需的资源，包括硬件和信息系统。（0.5） 4、对服务设计及控制技术进行了策划，如服务接触理论、真实瞬间（MOT）、风险管理理论、仿真技术模拟高峰期顾客最大承载量、补救技术开发等。（0.5）		
14				设计开发和的输入（2）	1、服务设计开发以顾客需求为导向，获取顾客要求的信息，以及顾客投诉的原因及改进方案，以及服务的发展趋势。（0.5） 2、服务设计开发以适用的法律法规为依据，并考虑以往设计开发的经验。（0.5） 3、对设计开发输入进行评审，设计开发输入信息充分、适宜、完整、清楚，相互矛盾之处得到沟通和解决。（1）		
15				设计开发和改造输出（3）	1、采用服务管理技术和方法，设计服务蓝图及票务服务、游客中心服务和景区内服务蓝图。（1） 2、运用服务接触理论、真实瞬间（MOT）设计开发旅游景区服务关键特性。（0.5） 3、考虑了高峰期和突发紧急情况及服务补救方案。（0.5） 4、运用风险管理理论采取措施确保所设计的服务及其特性的实		

序号	一级指标	赋予权重	二级指标	三级指标	评分要素	评价得分	备注
					现和服务提供和交付过程的管理，设计开发形成了完整的服务提供和控制文件，以规定服务提供流程、要求和控制措施，用于指导服务实施。（1）		
16				设计开发和改造控制（2）	1、)设计开发过程，采用服务控制技术和方法实施评审、验证和确认工作。可行时，安排顾客参与设计、改造和开发的确认工作。（0.5） 2、运用仿真技术模拟高峰期最大承载及疏导并设计相应方案。（0.5） 3、基于全生命周期理论管理设计开发过程，具有较强分析和改进能力。（0.5） 4、基于风险思维对设计变更和改造实施有效控制。（0.5）		
17	B.3 服务资源（15）Q3	2%	B.3.1 人力资源管理（2）	人员岗位资格和能力（2）	1、建立并实施覆盖关键运营岗位的人员管理制度，明确与服务提供和控制相关人员招聘、入职、能力意识提升、调动的管理内容和要求。（1） 2、必需的人员资格证齐全、有效。（1）		
18		5%	B.3.2 员工赋能（5）	人员职业化培育规划（1）	1、制定并实施工作于服务接触面的人员职业化培育规划。（0.5） 2、定期评价人员职业化培育规划的充分性、适宜性和有效性。（0.5）		
19				人员赋能机制（2）	1、制定并实施岗位工作标准，建立基于教育、培训和经验等方面建立并实施人员能力评价机制。（0.5） 2、根据工作标准和顾客需求，识别人员能力提升需求，策划并实施适宜的措施，开展岗前和在岗操作技能培训，有计划地开展职业素质教育、服务知识和技能培训及竞赛，开展培训及其他措施的有效性评价，或采取其他措施以满足顾客需求。（1） 3、对参与突发事件应急处置工作的人员，组织还应进行特定业务培训和定期演练。（0.5）		
20				人员意识建设（1）	1、建立良好企业文化，明确价值观、行为准则，与组织的宗旨和方针保持一致。（0.5） 2、促进员工提升为服务质量和管理水平提升做贡献的积极性，以及不符合的后果。（0.5）		
21				人员激励机制（1）	1、制定并实施人才队伍建设规划，以价值贡献为导向的人才选拔、任用、考核、薪酬制度。（0.25）		

序号	一级指标	赋予权重	二级指标	三级指标	评分要素	评价得分	备注
					2、建立以提高工作责任心和热情为核心的激励机制。（0.25） 3、建立并实施员工信息交流和满意度定期测评制度。（0.25） 4、员工的积极性、主动性、创新性得到发挥。（0.25）		
22		8%	B.3.3 关键运营设备设施管理（8）	建立并实施管理制度（1.5）	1、建立并实施设备设施管理制度，明确设备设施全生命周期各阶段管理内容、方法和要求。（0.5） 2、建立并实施设备设施运行规程、操作规程和维护规程，明确设备设施运行、操作、检查和/检测和维护要求。（0.5） 3、定期开展对管理制度、运行、操作和维护规程评审，确保制度持续适宜性。（0.5）		
23				设施设备采购、更新和报废（1）	1、按照制度要求开展关键设备设施采购、更新改造，对供应商开展评价和选择。（0.25） 2、采购合同明确设备设施质量安全、安装、验收和售后服务要求。（0.25） 3、建立健全设备设施技术档案。（0.25） 4、设备设施报废的技术和价值鉴定、及处置审批流程齐全、完整。（0.25）		
24				设备设施运行维护（2.5）	1、配备必要的工器具，专人按照制度要求制定并实施关键设备设施运行、维护计划，保留必要的记录。（0.5） 2、有使用登记和定期检验/试验要求的设备设施，需按要求取得相应手续和委托检验/试验，并取得合格。（0.5） 3、设备设施运行、维护、更新改造有特定要求的，应执行相关要求。（0.5） 4、定期开展关键设备设施技术状态评价，作为制定设备设施维护、更新和报废计划依据。（0.5） 5、现场观察评价关键设备保持完好运行正常。（0.5）		
25				设备设施故障应急响应（2）	1、识别设备设施在运行使用、维护期间故障和紧急情况，建立应急响应预案。（0.5） 2、做好应急准备，包括应急人员和物资配备、内外部联络方式及方法，定期开展隐患排查或试验，消除安全隐患。（0.5） 3、定期开展应急响应和人员救援演练，提高应急响应能力。(0.5) 4、定期评审应急响应程序，必要时更新程序。（0.5）		
26				设备设施信息化	1、加强关键运营设备设施的信息化、数字化、智能化建设，促进		

序号	一级指标	赋予权重	二级指标	三级指标	评分要素	评价得分	备注
				管理（1）	服务和经营信息化、智能化转型,信息系统数据存储、备份、调用等安全可靠。（0.5） 2、借助信息通信技术和物联网技术，将关键设备设施集成接入智慧或监控中心，对其状态实施监控。（0.5）		
27	B.4 服务提供（40）Q4	12%	B.4.1 服务提供过程控制（12）	服务提供过程控制	1、按照服务规范实施服务提供，确保服务满足规范要求和顾客需求。（3） 2、服务场所环境、设备设施、标志标识等均适宜。（3） 3、服务人员顾客意识强、言语规范、举止得体。（3） 4、世界文化遗产展示和宣传内容和方式符合要求。（3）		
28		8%	B.4.2 风险评估与应急管理	风险识别和建立预案（2）	1、建立并实施风险识别评估和控制程序，识别服务提供和运营活动中突发紧急情况，包括不限于：高峰期顾客安全、突发性停电、停水、突发性事件，开展风险评估，确定风险等级。（1） 2、制定应急预案，建立灾害预警机制，及时采取暂停服务及安全疏散等应急措施。（1）		
29							
30				应急准备（2）	1、做好应急准备，包括应急人员和物资配备，明确内外部联络方式及方法。（1） 2、定期开展隐患排查或试验，消除安全隐患。（1）		
31				应急演练和试验（2）	定期开展应急响应和人员救援演练，提高应急响应能力。（2）		
32				应急程序评审（2）	定期评审应急响应程序，必要时更新程序。（2）		
33		12%	B.4.3 安全管理（12）	安全组织机构和管理制度建设（2）	1、设立安全管理组织机构，明确各级人员安全责任制。（0.5） 2、建立并实施各项安全管理制度，促进安全责任制落实和各项制度有效执行。（0.5） 3、获取相关安全生产、职业健康等法律法规、标准规范，并组织宣贯执行。（0.5） 4、安全投入保障。（0.5）		
34				风险识别、评估和控制措施策划（1.5）	1、建立并实施安全风险识别评估和控制程序，识别服务提供和运营活动中安全风险，包括不限于：人员安全、消防安全、车辆安全、设备设施安全、防盗安全、治安事件等。（0.5） 2、开展风险评估，确定风险等级。（0.5） 3、制定风险控制措施，包括消除危险源，用低危险的过程、运行、		

序号	一级指标	赋予权重	二级指标	三级指标	评分要素	评价得分	备注
					材料或设备替代；使用工程控制措施和重新组织工作，采取管理控制，包括培训，使用适当的个体防护装备。（0.5）		
35				安全管理实施（6.5）	1、根据相关要求，科学测算并核定服务最大承载量，实施服务高峰时的流量控制措施。（1） 2、覆盖整个运营区域的现场摄像监控设备及监控中心，具备监控视频存储和调用功能。（1） 3、加强从业人员劳动保护，开展职业健康安全管理，改善从业人员劳动条件。（0.5） 4、安全保卫制度完整有效，经营场所治安应状况良好。（1） 5、安全报警等设备设施应运行正常,设施安全管理应符合相应的安全标准要求。（1） 6、消防通道和安全疏散通道应设置合理,无安全隐患，消防、防盗、救护设备应齐全,完好有效。（1） 7、危险地段标志明显,防护设施齐备有效,特殊地段设专人看守。（0.5） 8、建立并实施紧急救援机制，提供全天候安全救助，紧急救援处理能力强。（0.5）		
36				安全管理监督和评审（2）	1、建立并实施安全监督检查管理制度，对各项制度、操作规程、人员行为、安全环境等开展检查。（0.5） 2、建立安全隐患排查整改台账,登记安全隐患及整改情况。(0.5) 3、建立并实施安全事故台账和报告制度。（0.5） 4、及时开展安全分析和评审，更新预防措施。（0.5）		
37		8%	B.4.4 环境管理（8）	环境管理组织机构和管理制度建设（2）	1、设立环境管理组织机构，明确各级人员职责。（0.5） 2、建立并实施环境保护管理制度。（0.5） 3、获取相关环境保护法律法规、标准规范，并组织宣贯执行。（0.5） 4、环境保护投入保障。（0.5）		
38				环境因素识别和控制策划（1）	1、建立并实施环境因素识别评价控制程序，开展环境因素识别和评价，确定重要环境因素，识别服务提供和运营活动中环境因素及其环境影响，包括不限于：一般固废和生活垃圾、危险废物、废水、噪声、废气及能源消耗等。（0.5） 2、制定环境因素控制措施，包括消除污染源，环保材料或物质替		

序号	一级指标	赋予权重	二级指标	三级指标	评分要素	评价得分	备注
					代，降低和控制环境影响，建立环境应急预案。（0.5）		
39				环境管理实施（3.5）	1、倡导保护资源和景观，引导顾客绿色消费。（0.5） 2、根据相关要求，配备环保设施，如分类垃圾收集装置、污水处理装置、降噪抑尘措施等，并确保环保设备设施良好运行或使用。（0.5） 3、垃圾暂存分类管理，日产日清，无流洒。（0.5） 4、水域的漂浮废弃物、藻类植物及时进行打捞、清除，保持干净清洁，无漂浮废弃物、无杂物。（0.5） 5、景区路面、绿化带、草坪、花坛等保持干净、整洁、无杂物。（0.5） 6、环境保护标识标志齐全。（0.5） 7、建立并实施环境污染事故应急预案。（0.5）		
40				环境管理监督和评审（1.5）	1、建立并实施环境保护监督检查管理制度，对各项制度、人员行为、污染物收集/处置等开展检查。（0.5） 2、建立环境管理排查整改台账，登记整改情况。（0.5） 3、及时开展环境管理绩效分析和评审，更新预防措施。（0.5）		
41	B.5 服务改进（15）Q5	3%	B.5.1 内部质量审核（3）	内部质量审核（3）	1、建立文件化的内部质量审核程序。（1） 2、按程序要求开展内部审核，并保留完整记录。（1） 3、对审核中发现的问题，采取适当的纠正措施、预防措施。（1）		
42		6%	B.5.2 顾客投诉管理（6）	受理组织机构和制度建设（2）	1、设立服务质量投诉受理机构，明确职责，落实人员。（1） 2、建立顾客投诉管理制度，建立投诉受理、处置和反馈流程和要求。（0.5） 3、设立并公布监督投诉电话、网址，保持畅通可用。（0.5）		
43				受理和处理（2）	1、投诉受理机构对顾客投诉的处理应及时、合理、稳妥，并保留记录。（1） 2、投诉处理结果反馈及时，得到顾客认可或满意。（1）		
44				分析和改进（1）	建立投诉信息汇总分析机制，识别服务和服务管理中的不足，确定改进机会，采取措施，实施改进。（1）		
45				档案管理（1）	建立健全顾客投诉处理档案管理，记录投诉事项、解决措施及顾客回访结果。档案保管完整。（1）		
46		6%	B.5.3 服务补救	服务失败补救实施（3）	1、针对服务失败，依据其影响和风险，确定并评审补救措施，与顾客沟通确认并达成一致。（1）		
47							

序号	一级指标	赋予权重	二级指标	三级指标	评分要素	评价得分	备注
			（6）		2、采取了紧急行动方案（含补救）和响应。（1） 3、记录必要的服务补救方案及实施结果。（1）		
48				分析和改进（2）	建立服务补救汇总分析机制，识别服务和服务管理中的不足，确定改进机会，采取措施，实施改进。（2）		
49				档案管理（1）	建立健全服务补救档案管理，记录事件、补救方案及效果。档案保管完整。（1）		

附录C

（规范性资料）

认证证书和标志样式



山西精品旅游景区服务认证证书

证书编号：

委托人：

注册地址：

服务提供方：

运营地址：

服务名称：

认证标准：

认证规则：

认证模式：　服务管理审核+服务特性测评+获证后监督

认证范围：

精山品西

SHANXI

PREMIUM BRAND

证书有效期至：　年　月　日　发证机构：中国船级社质量认证有限公司

发 证 日 期：　年　月　日　签 发 人：（发证机构公章）

换 证 日 期：　年　月　日

证书有效期内本证书的有效性依据发证机构的定期监管获得保持，证书状态可登录认证机构官方网站（https://www.ccs-c.com.cn/）查询。

№ A

山西省公用品牌建设联合会文件

山西精品发〔2022〕9号

“山西精品”认证证书管理要求

第一章 总 则

第一条 为确保“山西精品”认证证书的规范性，提升“山西精品”的品牌影响力，促进“山西精品”健康发展，特制定本办法。

第二条 本文件所称的“山西精品”认证证书是指产品通过“山西精品”认证后所获得的证明性文件。

第三条 本文件适用于“山西精品”认证证书的制定、发布、备案、使用和监督管理活动。

第四条 联盟成员单位开展认证活动应依法接受国家认证认可监督管理委员会的监督管理，在山西省市场监督管理局、山西

省公用品牌建设联合会的指导下，对认证证书使用情况进行指导和监管。

第二章 认证证书

第五条 联盟成员单位应按照国家有关认证要求、联盟有关认证规则开展认证活动。联盟成员单位完成型式试验和工厂检查后，对符合认证要求的，应在自受理认证委托之日起90天内出具认证证书。

第六条 “山西精品” 认证证书应包括以下基本内容:

（一）委托人名称、地址;

（二）制造商名称、地址;

（三）生产厂名称、地址;

（四）产品名称、型号、规格;

（五）认证标准;

（六）产品认证实施细则;

（七）认证模式;

（八）证书编号;

（九）发证机构（公章）、签发人、发证日期和证书有效期;

（十）其他需要说明的内容。

第七条 “山西精品”认证证书采用统一的证书编号规则。

1.“山西精品”代码	2.年份号	3.产品认证代码	4.认证机构批准号末3位	5.获证组织流水号	6.通过认证产品流水号
4位	4位	1位	3位	4位	2位
SXJP	XXXX	P	XXX	XXXX	XX

（一）“山西精品”代码为：SXJP;

（二）年份号，发证年份，四位，如：2022;

（三）产品认证代码，如：产品认证为 P;

（四）认证机构批准号末 3 位，为认证机构批准书中批准号的末 3 位数字代码;

（五）获证组织流水号，获证组织数量，4 位;

（六）通过认证产品流水号，通过“山西精品”认证产品数量，2 位;

（七）证书编号由“山西精品”认证联盟统一编制。

示例：SXPB2022P005000101

2022 年，由中国船级社质量认证有限公司给第一个组织颁发第一个通过“山西精品”认证的产品认证证书。

第八条 “山西精品”认证证书有效期为三年。

认证证书有效期届满，需要延续使用的，组织应当在认证证书有效期届满前 90 天内申请办理。

第九条 “山西精品”认证证书有中、英文两种版式，一般提供中文版证书，需要时可提供英文版证书；当英文内容发生争议时，以中文证书为准。

第十条 认证机构应当按照认证基本规范、认证规则从事认证活动，对认证合格的，应当在规定的时限内向组织出具认证证书。

第十一条 “山西精品”空白证书统一由联盟印制和管理。

第十二条 联盟成员应当建立认证证书管理制度，对获得认

证的组织使用认证证书的情况实施有效跟踪调查，对不能符合认证要求的，应当暂停其使用直至撤销认证证书，并予以网上公布；对撤销或者注销的认证证书予以收回；无法收回的，予以网上公布。

第三章 附 则

第十三条 本办法由“山西精品”认证联盟负责解释。

第十四条 本办法自发布之日起实施。

山西省公用品牌建设联合会文件

山西精品发〔2022〕7号

“山西精品”公用品牌标志使用管理办法

第一章 总 则

第一条 为统一规范“山西精品”公用品牌标志使用，加快“山西精品”公用品牌的推广应用，有效提升我省品牌竞争力和影响力，依据《山西省人民政府关于打造“山西精品”公用品牌全方位推动高质量发展的意见》《“山西精品”公用品牌建设实施方案》有关要求，结合工作实际，制定本办法。

第二条 本办法所称“山西精品”公用品牌标志（以下简称“标志”），是对申请“山西精品”公用品牌的产品或服务通过认证后经授权使用的专有符号，属于产品符合性标志的范畴。

第三条 本办法适用于标志的使用及监督管理活动。

第二章 标志及标志使用

第四条 标志由标准图形和标准色构成。标志矢量图如下：



第五条 标志使用者可以按照比例放大或缩小标志图形，须保持字母清晰，不得更改图形的长宽比例关系、图案、文字和颜色配比。

第六条 山西省公用品牌建设联合会（以下简称“品牌联合会”）、认证联盟成员单位及获证组织，应按照本办法在授权范围和有效期内使用标志。

第七条 获得“山西精品”认证的组织可在广告、产品介绍等宣传材料中正确使用“山西精品”标志，可以在通过认证的产品及其包装上标注产品认证标志。

第八条 “山西精品”认证证书届满、注销、暂停或撤销时，应当停止使用“山西精品”标志。

第九条 禁止伪造、冒用、转让“山西精品”标志，禁止利用“山西精品”标志从事虚假宣传、欺骗或者误导消费者等行为。

第三章 标志的监督管理

第十条 品牌联合会负责标志的监督管理工作；认证联盟成员单位对其发证组织的标志使用情况实施监督检查。

第十一条 有下列情形之一的，认证联盟成员单位不得继续使用标志，并对外公布：

（一）被国家认监委暂停认证资格的，在暂停期内不得使用标志；注销或被国家认监委撤销认证资格的，自注/撤销之日起不得使用标志；

（二）违反“山西精品”公用品牌的规定，被品牌联合会撤销授权的认证联盟成员单位；

（三）自愿申请退出认证联盟的。

第十二条 有下列情形之一的，获证组织不得继续使用标志，并对外公布：

（一）认证依据有修订，但获证组织未重新申请认证或者认证未通过的；

（二）超过有效期，获证组织未重新申请或重新申请未获通过的；

（三）对出现重大质量、安全、环保等事故或违法失信的获证组织，被暂停获证资格的，在暂停期内不得使用标志；被撤销获证资格的，自撤销之日起不得使用标志；

（四）获证组织申请注销证书的，自注销之日起不得使用标志。

第十三条 组织未按照规定使用“山西精品”标志时，由发证的认证机构责令改正。

第十四条 组织未经“山西精品”认证或认证不合格而擅自使用“山西精品”标志时，将依法予以处理。

第十五条 获证组织退出“山西精品”活动时，自证书注销之日起，不得使用标志。

第四章 附 则

第十六条 本办法由品牌联合会负责解释。

第十七条 本办法自发布之日起实施。

关于“山西精品”公用品牌标志更新的通知

各相关单位、获证组织：

为进一步提升“山西精品”公用品牌的辨识度与影响力，适应品牌发展新阶段的需求，现对“山西精品”公用品牌标志进行更新。新标志基本图案由包含“山西精品”字样的方形和英文“SHANXI PREMIUM BRAND”组成。



标志应用需遵循以下规范：标志组合的上下、左右保护距离应按实际应用等比例缩放，保证最佳识别度；可按比例放大或缩小，保持字母清晰，不得更改图形比例、图案及文字。请各标志使用者在授权范围和有效期内，按新标志规范使用。

本通知自发布之日起施行，由山西省公用品牌建设联合会负责解释。

山西省公用品牌建设联合会

2025年7月1日

山西省公用品牌建设联合会文件

山西精品发〔2022〕10号

“山西精品”认证收费指导意见

第一章 总 则

第一条 为保证“山西精品”认证持续健康发展，规范“山西精品”认证收费，实现认证收费的统一性、规范性，制定“山西精品”认证收费指导意见（以下简称“指导意见”）。

第二条 本指导意见适用于联盟成员单位在开展“山西精品”认证工作各阶段时，向认证申请单位收取的费用。

第二章 收费项目

第三条 初次认证收费项目包含：申请费、审定与注册费（含证书费）、年金（含标志使用费）、文件评审费、现场评审费；

年度监督收费项目包含：现场评审费；不定期监督费为：不定期监督实施产生的费用；再认证收费项目与初次认证收费项目一致。成员机构应在其公开性文件中对“山西精品”认证费用做出具体规定。

第三章 项目费用

第四条 申请费

申请费在首次认证申请、证书有效期内增加认证单元、证书到期再认证申请三种情况下收取，收费基准为 2000 元。

第五条 审定与注册费（含证书费）

审定与注册费基准为 2000 元/证。

第六条 年金（含标志使用费）

年金基准为 2000 元/年/证。

第七条 文件评审费

文件评审费适用于对提出认证申请/变更/复评的企业提交的自评报告、专家评审及必要的现场调研，收费基准为 12000 元。

此处变更是指因组织搬迁导致生产地址发生变化，或涉及产品性能、参数发生变化，或关键原材料/零部件发生重大变化等，成员机构不能直接受理，必须经现场验证检查的情况。

第八条 现场评审费

现场评审费基准为 3000 元/人日，人日数核算按照下表计算：

表 1 工厂检查现场审核人日数界定表

生产规模 人日数 认证单元数	100 人以下		100～500 人		500 人以上	
	初始检查	年度监督	初始检查	年度监督	初始检查	年度监督
1～4	9	4	12	6	15	8
5 个以上	12	6	15	8	17	10

在确定“山西精品”认证现场检查人日数时，需考虑认证单元数、产品特性、生产工艺、认证风险等，适当调整，增加人日数不得超过 30%。

相同申请单位的同一认证对象，增加检查或审查场所的，每增加一个场所，收费增加不超过基准的 50%。

相同申请单位的同一场所，增加认证对象种类的，每增加一个种类，收费增加不超过基准的 50%。

申请单位在原有认证基础上，增加新场所及新认证对象类别的，收费按照基准收费收取。

第九条 初次认证费

初次认证费为第四至八条款所有费用之和。

第十条 年度监督费

年度监督费为第八条款费用。

第十一条 不定期监督费

当发生以下情况时，成员机构可实施不定期监督审查，不定期监督的内容根据具体情况决定，且应提前书面通知获证组织，

并根据监督结果做出处理决定。不定期监督人日数按照实际情况计算，但不得高于年度监督的人日数。

（一） 不定期监督条件

在认证证书有效期内，当了解到获证组织发生下述情况时，应及时与获证组织沟通核实，必要时实施不定期监督。如:

1.获证产品发生重大质量事故或发生了重大质量投诉,经查实为获证方责任时;

2.国家及地方各级政府有关部门对获证产品质量监督抽查不合格;

3.获证产品有关的图纸、工艺、关键原材料及部件、主要设备设施、生产流程、生产场所等发生变化;

4.获证方法律地位、组织状态或所有权发生变化，兼并、重组，包括组织机构和管理层的变更;

5.获证方质量管理体系进行重大修改;

6.获证方联系地址和通讯方式发生变更;

7.其他可能影响认证的变更。

（二）不定期监督的实施

当发生下列情况时，可对获证组织需实施不定期监督审查:

1.当接到获证组织通报或本机构通过其他途径获得足够信息表明获证组织发生了通报制度中影响组织提供或管理合格产品的更改或运行的重大变化,不能确保持续满足产品认证标准和顾客要求时;

2.有足够理由对获证产品与认证标准要求的符合性有怀疑时;

3.有足够证据表明获证方违反有关认证要求时;

4.获证产品未进行年度实物抽查，但随后有订单时。

第十二条 再认证费

证书有效期满，申请复评的费用参照初次认证总费用，不得超过初次认证总费用。

第十三条 “山西精品”认证不接受远程审核。

第四章 附 则

第十四条 本指导意见由“山西精品”认证联盟负责解释。

第十五条 本指导意见自发布之日起实施。