

“山西精品”认证实施规则

旅游景区服务

2026-08-21 发布

2026-08-21 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	2
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	7
8 审查时间	8
9 认证证书和标志	8
10 认证收费	8
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》，《5A级旅游景区服务规范》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：李洋、刘宝平、裴书星、黄明燕、孙俊玲、郭志斌、周萍、张耀虎。

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。

本规则针对 7.3.3 服务特性测评要求中先行性指标进行修订。

1 目的

本文件规定了旅游景区服务认证的认证依据、认证模式、认证实施、认证证书和标志及认证收费等内容。

2 范围

本文件适用于旅游景区（SC21）的“山西精品”服务认证。

本文件与《5A 级旅游景区服务规范》、《“山西精品”服务管理评价规则》等标准配套使用，与认证机构公正性、保密、认证变更管理等公开文件共同实施。

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。

DB14/T 2158-2020 5A 级旅游景区服务规范

T/SXJP 035-2023 “山西精品”服务管理评价规则

4 术语和定义

《5A 级旅游景区服务规范》及《“山西精品”服务管理评价规则》中术语和定义适用于本文件。

5 认证依据

DB14/ T 2158-2020 5A 级旅游景区服务规范

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。

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 审查计划

认证机构应在审核前编制审核计划，并经申请组织确认后予以实施，以便有关各方就审核活动的日常安排和实施达成一致。

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《5A 级旅游景区服务规范》全部内容和服务先进性指标/要求，根据企业服务特点采用服务先进性指标/要求表一、表二、表三的全部指标或选取其部分指标的组合，且先进性指标/要求个数应 ≥ 6 个，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》。

表一、服务先进性指标/要求（一）

序号	先进性指标/要求	指标限制/要求
1	建立环境卫生消杀常态化机制	定期消杀合格率 100%
2	构建火种管控第一道安全防线	火种隐患为 0
3	消防应急救援队伍持证上岗	持证上岗率 100%
4	文旅融合的解说词设计	助力全域旅游发展
5	智慧旅游结合信息综合集成的一站式服务系统	系统服务及时率≥98%
6	综合结果	服务满意率≥89%

表二、服务先进性指标/要求（二）

序号	先进性指标/要求	指标限制/要求
1	重点保护区域和核心开放区域监控	监控覆盖率 100%。
2	旅游安全设施、应急救援物资齐全、完好。	设施物资配备率 100%
3	文旅融合主题鲜明、文化和旅游传播体验效果好	文旅融合游客满意度≥95%
4	智慧旅游结合信息综合集成的一站式服务系统	系统服务及时率≥98%
5	采用节能低碳的设施设备和环保型材	倡导低碳出行和绿色消费
6	综合结果	服务满意率≥89%

表三、服务先进性指标/要求（三）

序号	先进性指标/要求	指标限制/要求
1	配备足量消防设备和监控系统。	监控覆盖率 100%。

2	按照人流量智慧管理观光车班次。	高峰期班次间隔≤15 分钟
3	文旅融合主题鲜明、文化和旅游传播体验效果好	文旅融合游客满意度≥95%
4	智慧旅游结合信息综合集成的一站式服务系统	系统服务及时率≥98%
5	讲解服务富有文化内涵和历史故事	文化体验游客满意度≥95%
6	综合结果	服务满意率≥89%

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：基本要求、景区环境、设施设备、接待服务、配套服务、特需服务、救助服务、投诉处理、安全服务、卫生环境、文化服务、评价与改进、文旅融合、智慧旅游、资源与环境保护等方面。

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。再认证审查内容同初次认证审查内容外，还应关注以下内容：

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》。

8 审查时间

审查时间包括文件审查时间、服务管理审核时间、服务特性测评时间。基础审查时间和调整执行《“山西精品”认证收费指导意见》的规定。

9 认证证书和标志

8.1 认证证书样本见附录 C 。

8.2 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、表 A 给出了文化旅游景区服务特性测评的内容与方法，是依据 DB14/T 2158-2020 《5A 级旅游景区服务规范》的相关要求，赋值量化构建的服务特性测评表，设定满分为 1000 分。

2、测评内容给出基于李克特 5 点式量表的体验系数 α ，如下：

- 1) 远低于预期： $0 \leq \alpha \leq 0.2$ 。
- 2) 低于预期： $0.2 < \alpha \leq 0.4$ 。
- 3) 符合预期： $0.4 < \alpha \leq 0.6$ 。
- 4) 高于预期： $0.6 < \alpha \leq 0.8$ 。
- 5) 远高于预期： $0.8 < \alpha \leq 1.0$ 。

3、附录 A 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。

4、将服务特性测评基础分乘以体验否决系数 E，得出服务特性测评分。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) 企业信用有经营异常，严重违法失信情况；2) 近三年有违法、违规、违纪行为；3) 近三年有严重顾客投诉、质量、环保和安全事故。

5、服务测评分值计算：评价总得分按下式进行计算： $\Sigma Q=Q1+Q2+Q3+Q4+Q5+Q6+Q7+Q8+Q9+Q10+Q11+Q12+Q13+Q14+Q15$ ，十五个一级指标各自的评分得分不低于该项分值的 75%，且 ΣQ 总得分不低于 800 分（含本数），均满足为服务特性测评通过。

表A 旅游景区服务要求测评

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	基本要求（Q1）	50					
1.1	景区应符合治安、消防、卫生、环境保护、安全等有关规定与要求，取得当地政府要求的相关证照。		10				
1.2	景区应制定符合景区特色和满足游客需求的质量方针和质量目标，并有效的组织实施。		8				
1.3	旅游质量、旅游安全、旅游统计等各项经营管理制度健全有效，贯彻措施得力。		8				
1.4	有完整的服务程序、服务规范、服务监督、员工手册等服务管理规章制度。		8				
1.5	根据岗位要求对员工进行基本素质、岗位职责、专业技能和安全方面的培训和演练，塑造良好、文明的旅游服务形象。		8				
1.6	合理利用景区资源，开展健康、有益的游览和文娱活动，普及文化科学知识。		8				
2	景区环境（Q2）	50					
2.1	景区周边环境优美，无空气污染、无污水排放，通过绿化形成景区主题特色。		7				
2.2	景区内的主体建筑能够反映当地特色和文化，并与景区环境相协调，场地管理有序。		7				
2.3	自然景观应采用科学的保护手段，能有效预防自然和人为破坏，保持自然景观的真实性和完整性。		6				
2.4	景区应采取有效措施阻止游客触摸、刻画、坐骑文物古迹，重点保护文物应设警示标志，并有专人巡视，对已遭破坏的景观环境和文物古迹应及时维修。		6				
2.5	营造干净、整洁、舒适、优良的景区环境氛围，无乱粘贴广告，无卫生死角，植物与景观配置得当，景区美化环境措施有效。		6				
2.6	景区应配备供水供电系统，用量应要满足景区游客的需求，且运转正常。		6				
2.7	景区应设置专门的排污、排水系统，做到雨污分离，污水排放应符合相关规定。		6				
2.8	垃圾箱（桶）外表整洁、数量充足、分布合理，外观造型要具有景区特色。		6				
3	设施设备	150					
3.1	停车场		30				
3.1.1	应建有规模适度和满足景区内游客接待量需求的停车场地。面积宜为10000m ² 以上。			5			
3.1.2	停车场建设应符合绿色、生态环保的设计要求，并设有高峰期间备用停车场。			5			
3.1.3	停车场应划分大车停车区和小车停车区，每个车位面积大小按规定进行规划和编号，配备无障碍车位。			5			
3.1.4	停车场应设立明显的停车线和停车标志，引导标志标识醒目、准确、直观，视觉效果好。			5			

3.1.5	停车场配备专人负责车辆的疏导、检查、看管、指挥、帮停等服务，保证车辆合理停放，道路畅通。			5			
3.1.6	应增设新能源车充电设施。			5			
3.2	内部交通		35				
3.2.1	景区应根据游览路线合理规划景区交通工具路线，以主要景点、景观或主题观赏为依据，设置交通站点。			5			
3.2.2	景区内部道路交通标志和标线的设置应符合GB 5768的规定。			5			
3.2.3	应在景区交通引导和分流通道设置引导标识牌，引导标识牌醒目、准确。			5			
3.2.4	景区交通工具要设备完好、安全保障、卫生整洁，宜使用节能环保的交通工具。			5			
3.2.5	交通站点应提供游客休息区和咨询站，配备景区交通站点图和乘客须知。			5			
3.2.6	每个站点应配备安全员负责组织游客的上下车秩序、协调车辆运行、停靠车辆有序进出站点、确保游客安全			5			
3.2.7	景区可根据景区特点和景区规模，增加或设置相适应的特色交通（观光电梯、索道、游船、缆车等）工具。			5			
3.3	公共厕所		35				
3.3.1	公共厕所分布合理，数量充足、标志醒目规范，外观建筑造型与景观相协调。			5			
3.3.2	厕所内拥有足够的厕位，并配备质量较好的盥洗设备、挂衣钩、洗手液、面镜、烘干机、通风设备等，5A 级景区使用水冲或免水冲生态厕所的比例达100%。			5			
3.3.3	厕所应设立无障碍厕位、第三卫生间，并安装标准的无障碍扶手等设施。			5			
3.3.4	配备专人服务，保证室内整洁、无异味，洁具洁净、无污垢、无堵塞，清洁工具摆放整齐、不外露。			5			
3.3.5	游客较为集中场所的厕所需有专人提供服务。			5			
3.3.6	星级厕所的建设管理符合GB/T 18973的规定。			5			
3.3.7	应在公共厕所内设置公共吸烟区，并配备相应的吸烟设施设备。			5			
3.4	公共休息区		25				
3.4.1	根据景区游览路线的长度和攀登高度，设置公共休息区的数量。			5			
3.4.2	公共休息区的外形和选址上，根据周边区域的环境特点，具有对景点衬托的效果。			5			
3.4.3	公共休息区的建设要与景区文化建设体系融为一体，与景区环境相协调。			5			
3.4.4	公共休息区应定期维护、及时修缮，做到无污染、无剥落、无危险。			5			
3.4.5	室内公共休息区应提供饮水设施。			5			
3.5	信息化		25				
3.5.1	景区应接入互联网宽带网络，并覆盖全景区，确保游客能接收手机信号，通信线路畅通。			7			
3.5.2	应开通景区门户网站和信息查询服务平台，支持手机、电脑、信息触摸屏。			6			
3.5.3	景区应建立安全预警监控系统；景区游客流量监测系统，与相关行业管理部门资源共享。			6			

3.5.4	景区应设立多渠道、多样化的信息发布方式。			6			
4	接待服务（Q4）	150					
4.1	售票大厅		35				
4.1.1	景区门票设计制作精美，色彩突出，内容包括但不限于：景区图案、游览路线、主题景区介绍、服务电话、当地知名景点等。			7			
4.1.2	售票大厅位置显著、标识醒目，外观、造型、色彩突出景区特色，并与周边环境相协调，并有相应规模的游客集散空间。			7			
4.1.3	应在售票窗口醒目位置明示中英文售票价格、售票时间、开放时间、淡旺季门票价格、享受优惠票价和享受免票的特殊群体以及购票须知等。			7			
4.1.4	售票员售票时应做到细心、准确、迅速，并耐心、热情地解答游客的问讯。			7			
4.1.5	根据游客流量设置相应数量的购票窗口，对需要帮助的特殊人群提供门票预约服务，设置专门的购票窗口或优先购票窗口。提供电子购票和电子出票窗口。			7			
4.2	预约服务		35				
4.2.1	景区为确保景区容量和游览质量，应为游客提供预约服务，及时向预约者反馈景区开放时间、地点、服务项目、景区设施设备、景区游览路线等接待信息。			10			
4.2.2	景区接待人员应主动对接旅游团队，了解团队基本情况（人数、是否有特殊人群、风俗习惯、宗教信仰、特殊需求或要求），根据情况调配服务人员和辅助设备。			9			
4.2.3	接待人员应通过专业培训和健康检查，持证上岗，统一着装，掌握业务知识和技能，使用礼貌用语，为游客提供服务。			8			
4.2.4	提供景区讲解预约、住宿和就餐预订服务。			8			
4.3	咨询服务		35				
4.3.1	景区咨询处位置合理、规模适度、造型美观、功能齐全。			7			
4.3.2	提供全景区导览图、游览路线图、宣传资料和景区主题项目活动图册。			7			
4.3.3	应设置电脑触摸屏和影视设备，显示景区资源、景区介绍、游览活动、天气预报、游客数量、游览地图、服务项目、服务电话等。			7			
4.3.4	应配备3 名以上的咨询服务人员并熟练掌握景区游览路线、服务项目等相关内容，做到态度热情、有问有答、服务良好。			7			
4.3.5	咨询服务人员应着装整齐统一，仪态端庄、工作统一佩戴工牌。			7			
4.4	讲解服务		45				
4.4.1	应建立讲解员队伍，人数能够满足游客需要，根据游客需求可提供相应的导游服务方案。			10			
4.4.2	根据客源情况和游客需求，景区应配备3 种以上外语的讲解员。			7			
4.4.3	讲解员应熟知景区历史文化、风土人情和当地主要旅游资源等相关信息，并了解当地的产业发展、			7			

	城市规划等情况，能正确回答游客提出的相关问题。						
4.4.4	讲解清晰、生动，讲解词科学、准确、健康，应符合GB/T 15971的规定。			7			
4.4.5	建立、完善讲解员志愿者服务制度，广泛招募当地居民成为讲解员志愿者，鼓励不同年龄、不同职业的居民为游客提供当地特色讲解服务。			7			
4.4.6	景区可通过微信、二维码、公众号、景点感应等设备，为游客提供电子自助讲解服务。			7			
5	配套服务（Q4）	150					
5.1	餐饮服务		40				
5.1.1	景区内的餐饮场所要选址科学，不破坏生态环境，造型与景区相协调，类型多样，能够突出景区特色和当地特色。			6			
5.1.2	场所内部装修讲究，干净整洁，布局合理，设施齐全，容量满足游客就餐需求。			6			
5.1.3	应注重菜品质量和菜品要求，弘扬当地餐饮文化，推广景区特色餐饮品牌。			6			
5.1.4	景区不断创新特色菜品、风味小吃、传统美食，为游客提供具有当地特色的餐饮服务。			6			
5.1.5	景区应增加传统美食制作演艺，让游客更加深入了解当地饮食文化和体验感。			6			
5.1.6	餐饮服务人员应诚信礼貌待客，餐饮服务产品应明码标价，能够出具消费凭证或正式发票。			5			
5.1.7	餐饮卫生应符合GB 16153的规定。			5			
5.2	住宿服务		30				
5.2.1	景区住宿位置应离景区门口20min范围内，容量满足游客住宿需求。			6			
5.2.2	客房应配备必要的家具，摆放合理、方便使用、舒适美观。			6			
5.2.3	客房服务人员应诚信礼貌待客，客房内的服务产品应明码标价，能够出具消费凭证或正式发票。			6			
5.2.4	客房应保持干净整洁，床单、被套、枕套、毛巾等住宿用品应做到每客必换，并能应游客要求提供合理服务。			6			
5.2.5	可根据当地人情风俗，宜提供本地特色的民宿、客栈、文化主题酒店等多类型的住宿方式。			6			
5.3	购物服务		30				
5.3.1	购物场所应统一规划、定点经营，容量与游客需求相适应，场所造型、色彩、材质与景区相呼应。			6			
5.3.2	购物环境应干净整洁、商户标识标牌统一清晰，购物品类型多样。			6			
5.3.3	购物品应具有地方特色或景区特色。			6			
5.3.4	商品定价合理、明码标价，包装精美、绿色环保，携带和运输方便，并提供邮寄托运服务。			6			
5.3.5	商品销售人员服务态度热情主动、诚实守信，主动向游客介绍景区特色商品。			6			
5.4	旅游休闲服务		20				
5.4.1	应结合景区实际提供旅游休闲服务项目，项目内容丰富、文明、健康、富有文化内涵的室外或室内的休闲项目，包括但不限于：休闲养生、晋商文化、红色教育、研学等。			7			
5.4.2	应为老人、儿童等特殊人群配备相应的活动区域及游乐设施。			7			

5.4.3	可根据当地的特有的节庆、风俗，举行主题明确、形式多样、品质优良的旅游演艺活动。			6			
5.5	电子商务服务		20				
5.5.1	应建设以服务游客为中心的门户网站，提供中、英文公共信息服务，确保信息的准确及时。			4			
5.5.2	网站应提供景区票价、开放时间、景区简介、天气预报、当日游客量、景区特色、主要景点、景区交通图、景区游览路线图、安全事项、景区维护、服务电话等基本信息。			4			
5.5.3	应提供网上预约服务和网上咨询服务。			4			
5.5.4	网站应开通网上购票、预订酒店和订餐服务，并能满足在线支付和网上交易的需求。			4			
5.5.5	景区特色产品或景区纪念品等商品，可在网站购买或订购。			4			
5.6	广播服务		20				
5.6.1	应提供覆盖全景区服务范围内的广播服务，应使用普通话播音，播音员发音标准，播放内容简练、清晰、易懂。			8			
5.6.2	播放内容包括景区游览、安全提示、紧急通知、服务电话，以及为游客提供的服务项目等。			6			
5.6.3	播放时间恰当、音量适中，并与景区环境相协调。			6			
6	特需服务		20				
6.1.1	景区应设置特殊人群接待处，为未成年人、老年人、残障人士等特殊人群提供服务与优惠措施。			8			
6.1.2	应为特殊人群提供的专用设施设备，包括但不限于：特殊人群专用通道、童车、轮椅、拐杖、单架、助听器等，位置醒目、标识清晰、方便使用。			6			
6.1.3	应为残障人士提供特定的服务人员，方便沟通与咨询，提供优质无障碍服务。			6			
7	救助服务		20				
7.1	景区应设置医疗救助站，配备具有相关资格的急救人员。			5			
7.2	医疗救助站应配备相应的医疗救护设备设施，如：日常药品、急救箱、急护担架等，能够及时开展对游客的医疗救护工作。			5			
7.3	与当地医院建立医疗救护合作协议。			5			
7.4	做好救助记录保存工作。			5			
8	投诉处理		50				
8.1	应公开景区投诉电话、投诉程序，开通网上投诉，设置投诉办公室、意见本等。			4			
8.2	在接待游客投诉时，工作人员应耐心听取投诉的内容，不得打断其说话，更不能急于表态。			4			
8.3	受理投诉事项后，应对游客进行情绪安抚，细心讲解景区处理投诉流程和制度。			4			
8.4	投诉处理结果应及时告之游客，征求游客意见是否满意，并表达景区歉意，及补救措施。			4			
8.5	做好相关记录保存工作。			5			
9	安全服务		50				
9.1	景区应配备充足的安全保护人员和防护设备，并设置安全警示标识，定时巡查有效维护景区安全秩			10			

	序。						
9.2	应有特殊情况的安全处置应急预案，确保组织得力，职责明确，实施到位。		8				
9.3	在景区危险地带设置安全保护点，并广播安全说明或须知，确保安全防护设施齐全有效。		8				
9.4	发生故障或正在维护的地点要有明显的禁止标识，并派安全人员现场监护。		8				
9.5	景区内应有安全疏散通道，安全通道标识醒目并保持畅通。		8				
9.6	游乐项目要有安全须知，并做好游客的保护工作，制定意外事故处理程序。		8				
10	卫生环境	50					
10.1	景区环境可视范围内无乱堆、乱放、乱画、乱建现象，无污水、无积水，建筑物设施设备无损坏、无剥落，空气清新、无异味。		10				
10.2	景区内的保洁人员统一着装，干净整洁，工作责任明确，实施流动清扫，确保卫生环境无死角。		8				
10.3	游览道路地面无污渍、无废弃物，设施设备外观无乱贴乱画现象，标识牌无污迹、无积尘。		8				
10.4	施工场地应有遮挡物，地面无建筑垃圾、无污染物。		8				
10.5	景区水域周边无废弃物，水面无漂浮物，水底无积存垃圾。		8				
10.6	景区应配备专用清运垃圾车和收运人员，保证垃圾一日一倒，确保景区垃圾场所清洁、无异味，有防蚊、蝇、虫、鼠等措施。		8				
11	文化服务	50					
11.1	景区开展能够突出当地特色文化、主题鲜明的文化旅游演艺活动，满足游客文化旅游的需求，提升景区文化旅游品质。		10				
11.2	景区应为游客提供丰富多样的非物质文化遗产宣传活动，增加游客在文化旅游中的参与感和体验感。		10				
11.3	景区应提供文化展示的场所，包括但不限于：正式出版的导游图与导游词、宣传折页、画册、音像制品、研究论著、科普读物、人文历史、纪念展品等。		10				
11.4	场所配备的资料应注意内容，应满足不同游客群体的需求；宣传资料应注意设计形式，内容选材，方便游客携带。		10				
11.5	通过新闻媒体、图书馆的合作，及时更新和不断完善场所的资料内容和种类。		10				
12	文旅融合	60					
12.1	文化主题		20				
12.1.1	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。			8			
12.1.2	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。			6			
12.1.3	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。			6			
12.2	文化利用		20				

12.2.1	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。			5			
12.2.2	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。			5			
12.2.3	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。			5			
12.2.4	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。			5			
12.3	文化传播		20				
12.3.1	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。			8			
12.3.2	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。			6			
12.3.3	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			
13	智慧旅游	60					
13.1	智慧服务应		20				
13.1.1	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。			4			
13.1.2	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。			4			
13.1.3	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。			4			
13.1.4	应提供自助导览服务,具备精准导航、导览、景点讲解等功能。			4			
13.1.5	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。			4			
13.2	智慧管理		20				
13.2.1	应具有智能化的电子门禁系统,支持多种验证方式。			4			
13.2.2	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。			4			
13.2.3	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。			4			
13.2.4	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。			4			
13.2.5	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。			4			
13.3	智慧营销		20				
13.3.1	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。			10			
13.3.2	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。			10			
14	资源与环境保护	60					

14.1	资源保护应：		30				
14.1.1	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。			10			
14.1.2	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。			10			
14.1.3	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。			10			
14.1.4	重点保护区域和核心开放区域安装监控设备, 实施监控全覆盖, 进行病害调查、预防性保养等保护措施。						
14.2	环境保护		30				
14.2.1	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			
14.2.2	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。			6			
14.2.3	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。			6			
14.2.4	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。			6			
14.2.5	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。			6			
15	评价与改进		30				
15.1	景区管理部门应公布服务监督电话, 并采用多种渠道收集游客对服务质量的意见和建议, 并有详细记录。		15				
15.2	景区应定期收集整理游客对景区服务质量的反馈, 了解游客的需求变化, 根据建议改进, 不断提高游客的满意度。		15				

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：
 $\Sigma Q=W1*Q1+W2*Q2+W3*Q3+W4*Q4+W5*Q5$ 。
- 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：
 $Q_i = \text{该类一级指标实际得分} / \text{该类一级指标总分值} * 100$ 。
- 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				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		9%	B.2.2 服务设计开发和改造（9）	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施设备采购、更新改造，对供应商开展评价和选择。（0.25） 2、采购合同明确设施设备质量安全、安装、验收和售后服务要求。（0.25） 3、建立健全设施设备技术档案。（0.25） 4、设施设备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、定期开展关键设施设备技术状态评价，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,包括但不限于: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				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）		
30				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）		
31				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）		
32							
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,包括但不限于: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。（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		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				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		6%	B.5.2 顾客投诉管理（6）	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

山西精品认证证书

证书编号：

委托人：

注册地地址：

服务提供方：

运营地点：

服务名称：

认证标准：

认证规则：

认证模式：

精山西

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：

换 证 日 期： 年 月 日 (发证机构公章)

证书有效期内本证书的有效性依据发证机构的定期监督获得保持，证书状态可登录认证机构官方网站查询。

Nº A