

“中轴线上”品牌认证规则

编号：CAC-0107-9691-2026

版本号：1.0

博物馆服务认证规则

Service Certification Rules for Museum Services

2026 年 07 月 22 日发布

2026 年 08 月 01 日实施

“中轴线上”品牌认证联盟

前 言

本规则由“中轴线上”品牌认证联盟组织制定、发布，版权归“中轴线上”品牌认证联盟所有，联盟内成员根据本机构的资质情况备案后使用，联盟外的任何组织及个人未经“中轴线上”品牌认证联盟的许可，不得以任何形式全部或部分使用。

制定单位：中国船级社质量认证有限公司

主要起草人：黄明燕、张宇

1. 适用范围

本规则适用于提供博物馆服务的“中轴线上”品牌服务认证。

本规则适用的服务认证领域为：博物馆服务（SC21 娱乐、文化和体育服务）。

2. 认证模式

博物馆服务的认证模式为：服务管理通用审核+服务特性测评+获证后监督。

认证的基本环节包括：

- a. 认证申请
- b. 初次认证（服务管理通用审核+服务特性测评）
- c. 认证结果评价与批准
- d. 获证后监督
- e. 再认证

3. 认证申请

3.1 认证单元划分

原则上，不同服务场所视为不同认证单元。

3.2 申请认证提交资料

申请人提交服务认证申请时，应提交《认证申请书》，并按要求提供申请认证所需资料，包括：

- a) 纸质正式申请书；
- b) 服务描述，见附录 A；
- c) 注册证明复印件（首次申请时），如：营业执照、事业单位法人证书、社会团体法人登记证等；
- d) 涉及国家法规强制要求的许可文件的复印件，如：安全/卫生/经营许可证、在各行政主管部门的备案证明等（首次申请时）；
- e) 经营场所合法使用权证明或事业单位法人证书地址页的复印件（首次申请时）；
- f) 近一年的纳税凭证复印件；
- g) 近三年无严重违法失信记录的承诺书；
- h) 近三年无重大不良投诉的承诺书；
- i) 质量/环境/职业健康安全及其他管理体系证书复印件（如有）；
- j) 组织机构图；
- k) 商标使用证明复印件（适用时）；
- l) 服务承诺信息（如有）；
- m) 自评报告（必要时）；
- n) 其他支撑性证明材料（必要时）。

3.3 申请受理

3.3.1 认证机构在收到申请人提交的书面申请材料之日起，应当在 5 个工作日内对申请材料进行评审。

3.3.2 若评审结论为同意受理，认证机构应在 5 个工作日内与认证申请方签订合同。若评审结论为不予受理，认证机构应当在 5 个工作日内及时通知申请人，说明不予受理的原因。

4. 依据标准

DB11/T 1517-2018 《博物馆服务规范》

T/BAS 017-2026 《“中轴线上”品牌认证评价通则》

5. 初次认证

5.1 总则

初次认证包括服务管理通用审核和服务特性测评。服务特性测评可视审核计划安排与服务管理通用审核同时进行。服务管理通用审核和服务特性测评的结果可互相采信，服务管理通用审核中的指标可根据服务特性测评的结果来进行打分。服务管理通用审核和服务特性测评采用评分制，必须同时达到指定分值才能通过初次认证。

5.2 服务管理通用审核内容及方法

服务管理通用审核应满足 T/BAS 017-2026 《“中轴线上”品牌认证评价通则》的要求。

依据 T/BAS 017-2026 《“中轴线上”品牌认证评价通则》，按细化后的《服务管理通用审核内容及方法》（见附录 B）的要求对组织在品牌引领、匠心品质、创新融合、精细管理、首善担当及产业特色六个方面进行全面评价，通过现场审核前的文件评审和现场验证的方式开展评价活动。

5.3 服务特性测评内容及方法

服务特性测评将由专业审查员采用现场观察、暗访（服务体验）、同服务提供人员现场交流、资料审查等方式确定其满足规定要求的程度，即需要在服务交付现场进行。

服务特性测评应满足 DB11/T 1517-2018 《博物馆服务规范》的要求。

依据 DB11/T 1517-2018 《博物馆服务规范》，从基本要求、服务环境、服务设施设备、服务人员、服务项目与要求、服务安全、服务评价与改进等方面的评测项进行测评，即《服务特性测评内容及方法》（见附录 C）。

服务特性测评过程如发生不符合标准要求的情况时，应明确不符合内容，最终形成扣分项清单，扣分项清单需经受审查方确认。如服务特性测评得分低于 80 分，受审查方应依据扣分项清单进行整改，方式可包括纠正或制定纠正措施。审查组长根据受审查方的整改情况，编制审查报告并提交现场审查结论。

5.4 初次认证时间

5.4.1 自服务认证申请书提交之日起，认证机构应在 90 个工作日内完成项目审查工作，因提交资料评估不合格，企业进行整改和重新提交资料的时间不计算在内。

5.4.2 服务认证初次认证的现场审查人日视审查内容的复杂程度给定人日数范围为 6-9 人日，特殊情况下，可以合理的增加审查人日数，理由应充分。

6. 认证结果

6.1 认证结果与认证级别

服务认证结果分为通过、不通过。

- a) 通过是指：服务管理通用审核评价结论为通过；且服务特性测评得分达到 80 分（含）以上。
- b) 不通过是指：服务管理通用审核评价结论为不通过；或服务特性测评得分低于 80 分。

6.2 认证结果评价与决定

认证机构对初次审查结论及相关资料进行综合评价，做出认证决定。对符合认证要求的，颁发认证证书。

6.3 认证时限

认证机构应对认证各环节的时限做出明确规定，并确保相关工作按时限要求完成。申请人须对认证活动予以积极配合。在完成认证结果评价后，对符合认证要求的，一般情况下在 30 个工作日内颁发认证证书。

6.4 评测终止

对再次审查结论为不通过，认证机构做出不合格决定，认证终止，并按规定收取已发生的费用。终止认证后如要继续认证，需重新申请。

7. 获证后的监督

7.1 监督审查频次

7.1.1 一般情况下，初次审查结束后 6 个月后即可安排年度监督审查，每次年度监督审查间隔不超过 12 个月。

7.1.2 若发生下述情况之一可增加监督审查频次：

- a) 获证服务发生严重服务质量事故、媒体曝光或用户提出严重投诉并经查实为持证人责任的；
- b) 认证机构有理由对获证服务与依据标准的符合性提出质疑时；
- c) 有足够信息表明持证人由于变更组织机构、服务资源、质量管理体系等而可能影响服务符合性时；
- d) 政府监管或投诉调查时发现不合格。

7.2 监督审查内容及方法

监督审查主要包括服务管理通用审核和服务特性测评两部分，至少包括以下内容：

- a) 在监督周期内获证组织发生的重大变化，包括组织机构、服务资源、服务场所范围、内外部环境等的变化情况；
- b) 获证组织内部自评审查和改进的效果；
- c) 服务特性测评；
- d) 初次审查问题和相关方的投诉，确认组织采取纠正和预防措施的有效性 & 重大投诉对认证保持的影响；
- e) 认证证书和标志的使用。

7.3 监督审查时间

通常监督的审查人日数为初次审查人日数的 50%，特殊情况下，可以合理的增加审查人日数，理由应充分。

7.4 获证后监督审查结果的评价

监督审查结论为通过，认证证书持续有效。

监督审查结论为不通过，将暂停认证证书并要求获证组织停止使用认证证书和认证标志。

暂停期内，组织有一次重新审查的机会，间隔时间不能大于 90 天，再次实施监督审查，通过后恢复证书，若不通过将撤销证书。

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，还应重点关注以下内容：

- a) 结合内部和外部变化情况判断组织服务提供全过程的有效性以及认证范围的持续适宜性；
- b) 本认证周期内服务的目标和各项绩效指标实现情况；
- c) 获证组织本认证周期的服务提供过程和绩效指标的变化情况等。

如果在证书有效期满前未能完成再认证现场审查的，而获证方又希望继续“保持”认证时，应按照初次认证重新进行审查。

8. 认证证书和标志

8.1 认证证书的有效性

本规则覆盖的认证证书有效期 3 年。有效期内证书的有效性通过获证后的定期监督审查来保持。获证组织对于认证证书和认证标志的使用应符合《“中轴线上”认证联盟认证证书及认证标识管理办法》规定的要求。

8.2 认证证书的变更

获证后，如果证书上信息、服务关键要素发生变更，或依据标准/规范性文件变化时，证书持有者应向认证机构提出变更申请。认证机构根据变更内容和申请人提供的资料进行评审，确定是否可以变更。对符合要求的，批准变更，换发认证证书。

注：服务关键要素是对服务结果产生巨大影响的人员、设备、场地、方法等。

8.3 暂停、恢复、注销和撤销

当证书持有者违反认证有关规定或不能持续满足相关要求时，认证机构按有关规定对认证证书做出相应的暂停、撤消和注销的处理。证书持有者可以向认证机构申请暂停、注销其持有的认证证书。

证书暂停期间，证书持有者如果需要恢复认证证书，应在规定的暂停期限内向认证机构提出恢复申请，认证机构按有关规定进行恢复处理。否则，认证机构将撤消或注销被暂停的认证证书。

9. 收费

认证费用按认证机构有关规定收取，由申请企业与认证机构以合同方式确认。

附录A
(资料性附录)
服务描述

(一) 基本信息

- 1. 申请人名称及地址（注册名称和地址）：
- 2. 服务提供者名称及地址：
- 3. 服务场所名称及地址
- 4. 服务名称：
- 5. 品牌标识：
- 6. 组织雇员数量：

(二) 认证申请联系人

姓名	职务	所在部门	手机	电话	邮箱

(三) 服务信息

- 1. 申请认证的服务项目概述：（可附件）
- 2. 现行有效的管理体系文件及文件清单：（可附件）
- 3. 主要的服务流程及服务技术规范清单：（可附件）
- 4. 服务场所及面积（包含多场所情况）：

序号	场所名称	地址	数量/面积	职责范围	负责人/联系电话
1					
.....					

- 5. 关键服务岗位信息（多场所的应分别列出）：

序号	岗位名称	岗位及资质要求	人数
1			
.....			

(四) 服务关键要素：

序号	主要服务过程	关键要素	执行的标准或技术规范
1			
.....			

注：服务关键要素是对服务结果产生巨大影响的人员、设备、场地、方法等。

(五) 申请人声明

本组织保证该服务描述中服务信息及服务关键要素等与申请认证的服务信息保持一致。通过认证后，任何证书上信息、服务关键要素发生变更，或依据标准/规范性文件变化时，本组织将向认证机构提出变更申请，经认证机构批准后才会对获证服务实施变更，以确保该服务在认证证书有效期内始终符合要求。

本组织近三年无严重违法失信记录。

本组织近三年无重大不良投诉。

本组织保证只在获证服务中使用认证证书及认证标志。

申请人（公章）：

日期：

附录 B
(规范性附录)
服务管理通用审核内容及方法

服务管理通用审核内容及方法评分具体见表1。

- 1. 服务管理通用要求总得分（满分）为100分，评价总得分按下式进行计算： $\Sigma Q=W1*Q1+W2*Q2+W3*Q3+W4*Q4+W5*Q5+W6*Q6$ 。
- 2. 6个一级指标各自的评分项得分Q1、Q2、Q3、Q4、Q5、Q6，按下式进行计算： $Q_i= \text{该类一级指标实际得分} / \text{该类一级指标总分值} * 100$
- 3. 6个一级指标权重W1、W2、W3、W4、W5、W6见表1。
- 4. 6个一级指标各自的评分项得分Q1、Q2、Q3、Q4、Q5、Q6不低于该项分值的60%， ΣQ 总得分不低于80分，均满足为通过。

表 1 服务管理通用审核内容及方法

服务管理通用审核内容及方法					
序号	一级指标及分值	二级指标及分值		三级指标及分值	评价要素及分配分值
1	品牌引领 (Q1) W1=15%	品牌认知度	40	品牌在目标市场的知晓度(20)	无提示第一提及率+无提示提及率（6）、有提示知晓率（4）、市场触达覆盖率（5）、搜索&曝光数据（5）
2				品牌在目标市场的美誉度(20)	好感度评分（5）、满意度（5）、正面口碑占比（5）、复购/复选意愿（5）
3		行业地位	30	市场占有率（10）	市场占有率=本品牌/企业销量（或销售额）÷ 整个目标市场总销量（总销售额）×100%
4				行业排名（10）	政府主管部门或行业协会，查营收百强、综合实力、营业收入、影响力排序等
5				标准制定参与度（10）	参与国家标准、行业标准、地方标准、团体标准的情况，每参与一项标准制修订，加 2 分，直至满分 10 分
6		国际化水平	30	品牌海外影响力（10）	国际媒体提及量、Google/YouTube 搜索量、海外用户好评率、负面舆情占比等
7				国际业务拓展能力（20）	海外营收、海外营收占比、出口额（10）；进入国家/地区数、核心市场市占率、区域多元化指数等（10）

8	匠心品质 (Q2) W2=20%	质量标准	20	采用标准的先进性（国际标准、国家标准、团体标准）(20)	提供的关键服务/产品所采用的标准情况及标准时效性，优先级从高到低： 国际标准（20）> 国家标准(15)> 团体标准(10)
9		质量水平	30	关键质量指标与国内外先进水平的对比(30)	受评组织的先进性指标（领先性、创新性）5 项为满分（30）
10		质量稳定性	20	过程控制能力(18)	制度与流程完善度(3)、关键工序管控(3)、检测与巡检机制(3)、人员与设备管控(3)、异常处置与闭环(3)、追溯与文件管控(3)
11				质量波动情况(2)	关键质量指标稳定性、波动幅度、批量质量问题(1)及数据趋势(1)
12		顾客满意度	30	顾客评价(15)	整体评分水平(5)、评价内容质量(5)及评价管理(5)
13				投诉处理(10)	响应时效(5)、处置规范性(3)、解决效果及举一反三(2)
14				口碑传播(5)	口碑导向(3)、自发传播能力以及舆情管控能力(2)
15	创新融合 (Q3) W3=20%	知识产权创造与质量	25	权利完整性与稳定性(8)	核心商标注册有效、连续使用≥3 年：4 分；有效注册但使用<3 年：2 分；未注册/已失效/被异议中：0 分
16					专利/软著/外观设计有效、无权属纠纷：4 分；部分有效、存在轻微争议：2 分；已失效/权属不清/在诉讼中：0 分
17				布局合理性(7)	全链条+多类别+国内+境外布局：7 分；多类别注册、有防御布局、国内为主：5 分；仅核心类别、无防御、无境外：3 分；仅单一类别、无防御布局：0-2 分
18				文化 IP 产出(5)	形成中轴线 / 京味 / 国潮商标 + 版权 + 文创产品系列：5 分；有相关商标或版权，无文创落地：3 分；仅有名称关联，无知识产权固化：1 分
19				质量优先(5)	核心 IP 支撑主营业务、形成差异化：5 分；IP 与业务相关，但未形成核心竞争力：3 分；仅形式申请、无实际使用：0-2 分
20		知识产权管理体系	20	制度与组织(6)	有制度、台账、专人负责、年度计划：6 分；有制度与台账，无专人 / 无计划：4 分；有制度无执行、无台账：2 分；无制度：0 分
21				战略与规划(4)	与品牌战略、文商旅转化衔接：4 分；有简单规划，未对接品牌战略：2 分；无规划：0 分
22				投入保障(4)	有研发 / IP 投入、维护预算：4 分；有投入但无固定预算：2 分；无稳定投入：0 分
23				培训与意识(6)	年度≥2 次培训 + 全员保密承诺：6 分；年度 1 次培训 + 部分保密承诺：3 分；无培训、无承诺：0 分
24			15	知识产权数字化管理(4)	使用专业知识产权管理系统（涵盖专利、商标、软著等）得 4 分；使用简易数字化台账得 2 分；纯手工管理得 1 分；无管理记录得 0 分。

25		数字化转型		数字 IP 与线上运营（4）	拥有数字文创、数字藏品、AR/VR 体验、小程序 IP 展示、线上旗舰店等，并持续运营：4 分；有线上展示，但无互动、无转化 2 分；无线上 IP 运营：0 分。
26				线上线下一体化（4）	实现线上宣传、线上获客、线上交易、线下体验 / 交付 / 服务闭环：4 分；线上线下各自独立，未打通：4 分；仅线下运营：0 分。
27				数字化传播与品牌曝光（3）	通过短视频、直播、新媒体、官方账号等持续传播 IP 故事、文化内涵、产品价值，形成稳定流量：3 分。偶尔发布，无系统性传播：1 分；无数字化传播：0 分。
28		知识产权保护能力	20	风险防控（7）	季度检索 + 定期监控 + 合同 IP 条款审查：7 分；半年检索 + 被动监控：4 分；年度仅 1 次检索、无防控：2 分；无任何防控：0 分
29				维权与处置（6）	有投诉、公证、存证、维权机制：6 分；有机制但无实际案例：3 分；无机制：0 分
30				商业秘密保护（4）	有保密制度、人员、物理 / 信息防护：4 分；有制度无措施：2 分；无措施：0 分
31				合规承诺（3）	无侵权、无非正常申请：3 分；轻微违规已整改：0 分；；重大违规：一票否决
32		知识产权运用转化	20	产品/服务支撑（7）	核心 IP 落地产品/服务、形成标准/流程：7 分；IP 应用于部分产品：4 分；未应用：0-3 分
33				品牌溢价与效益（7）	IP 提升口碑、复购、溢价、影响力：7 分；有一定提升但不显著：4 分；无明显效益：0-2 分
34				运营转化（6）	许可、联名、文创、质押、投融资：6 分；仅有 1 项运营行为：3 分；仅自用、无运营：0
35	精细管理 （Q4） W4=15%	战略管理	20	发展战略清晰（10）	目标明确（5）、规划系统（5）
36				执行有效性（10）	分解落地（2）、推进管控（2）、资源保障（2），并最终达成预期效果（4）
37		过程管理	20	关键业务流程规范化、标准化程度（20）	识别关键过程（5）、规范业务流程（10）、执行的一致性（5）
38		资源管理	40	人力资源（30）	组织架构/岗位职责（5）、招聘/培训/绩效考核/薪酬激励/人员梯队建设机制（10）、员工稳定性/技能素养/持证上岗/人才储备情况（10）、制度执行/人岗适配/激励约束是否到位（5）
39				财务资源（5）	财务制度(1)、资金统筹(1)、预算执行(1)、账目清晰(2)
40				信息资源（5）	信息管理制度/数据台账(1)、数据采集、存储、共享、保密、权限管理(2)、信息系统运维、信息利用、数据汇总分析、支撑决策的能力(2)
41		风险管理	20	风险识别及应对能力（20）	风险识别能力（10）、应急处置与应对（5）、整改与闭环改进（5）
42	首善担当 （Q5） W5=10%	核心区担当	30	依法纳税、合规经营，配合重大活动保障，参与历史文化	依法纳税、合规经营（20）、配合重大活动保障（5）、参与历史文化街区保护与城市更新情况（5）

				街区保护与城市更新情况	
43		绿色低碳	20	绿色低碳发展、节能减排措施	绿色发展理念与规划（5）、节能减排制度与管理（5）、节能改造与措施及持续改进（10）
44		社区共建	20	参与区域建设、服务社区居民	参与区域建设（10）、服务社区居民（10）
45		员工关怀	30	员工福利、职业发展、工作环境	员工福利（10）、职业发展（10）、工作环境（10）
46		服务标准体系	50	服务标准体系、服务流程规范	建立科学完善的服务标准体系（30），服务流程规范透明（20）
47	产业特色（高端服务业）（Q6） W6=20%	专业人才队伍	10	讲解员资质及数量	拥有高素质专业队伍，具备权威行业资质与认证：专职高级及以上的讲解员占比≥35%为行业顶尖水平（10）
48		市场口碑	15	市场口碑良好	市场口碑良好，客户满意度高，在行业内具有显著影响力；（15）
49		服务标准与国际接轨	25	与国际接轨，具备跨文化服务能力等	服务标准与国际接轨（10），取得国际通行的认证或资质，具备跨文化服务能力。（15）
			600		

注：单项得分不低于 60 分，总得分不低于 80 分。

附录 C
(规范性附录)
服务特性测评内容及方法

表 2 是依据 DB11/T 1517-2018《博物馆服务规范》中第 3-9 章的条款要求，赋值量化构建的服务特性体验测评表，设定满分为 100 分；

- 1. 测评内容为明显的“是，否”判断时，可用直接判断法，判定得分和不得分；
- 2. 测评内容除明显的“是，否”判断情形外，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： $0.8 < \alpha \leq 1.0$ 。

用表2中给定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；

- 3. 评价服务内容不含评价表中部分内容时应提前说明，应计算评价总分的符合度，即服务特性测评分=评价总分/（100-不适用条款分值）×100；
服务特性测评得分需达到80分（含）以上。

表 2 服务特性测评内容及方法

博物馆服务特性测评表				
序号	一级指标及 分值	二级指标及分值		评价内容
1	1、基本要 求（8分）	1.1	1	博物馆应建立健全各项管理制度及应急预案，明确职责与要求。
2		1.2	1	博物馆功能分区应科学合理，易于区分和使用。
3		1.3	1	博物馆应配备满足服务的设施设备，定期进行巡查和维护。
4		1.4	1	博物馆应按服务需求，合理配备服务人员。
5		1.5	1	博物馆应提供规范、便捷、高效、文明的服务，宜运用先进的信息服务手段，公开服务信息。
6		1.6	1	博物馆应明确公示开放时间、服务项目、服务人员、收费标准、监督举报电话等。

7		1.7	1	博物馆应根据馆藏开展科学研究，利用藏品为观众提供服务，并形成具有自身特色的文化创意产品。
8		1.8	1	服务过程中应做好服务相关资料的保存工作，并做好服务记录，记录应准确、完整，字迹清晰，签字确认。
9	2、服务环境（13分）	2.1	2	博物馆建筑设计应符合 JGJ 66 的要求，无障碍设施设计应符合 GB 50763 的要求。
10		2.2	1	博物馆应在场馆内外醒目位置设立导览系统标识。
11		2.3	2	博物馆内基础照明应符合 GB/T 23863 的规定。
12		2.4	2	博物馆场馆公共区域应设有明显标志，场馆内标志系统应符合 GB/T 15566、GB/T 10001.1、GB/T 10001.9 和 GB/T 31200 的有关要求，设置的标志应统一、清晰、无破损，使用规范。标志应安装在醒目、没有视线遮挡的位置。
13		2.5	2	博物馆场馆环境、室内空气质量及温湿度应符合 GB 3095 、GB 3096 和 GB/T 18883 的有关要求。
14		2.6	2	博物馆场馆内噪音应符合 GB 3096-2008 中 2 类标准。
15		2.7	1	博物馆展厅和公共区域应整洁、卫生。
16		2.8	1	博物馆宜配备与展览特点相匹配的绿色植物。
17	3、服务设施设备（8分）	3.1	1	博物馆应根据服务项目、日均观众量，配备满足各项服务的公共设施设备。
18		3.2	1	博物馆应配备导览、讲解设施设备。
19		3.3	1	博物馆应设置播报系统、安防系统、消防系统和警报装置等设施。
20		3.4	1	博物馆宜配置无障碍通道、母婴室和第三卫生间等无障碍设施。
21		3.5	1	博物馆公共区域和活动场所应配置休息座椅。
22		3.6	1	博物馆应配备轮椅、婴儿车等设施设备，宜设置物品寄存区域或设施。
23		3.7	1	博物馆宜配备相应的医疗急救设施设备及药品。
24		3.8	1	博物馆应合理设置垃圾箱，垃圾箱标志应符合 GB/T 19095 的规定。
25	4、服务人员（6分）	4.1	1	服务人员应掌握与岗位需要相适应的政策法规和专业知识。
26		4.2	1	服务人员应参加岗位培训，掌握相应的服务技能。
27		4.3	1	服务人员应对所从事的服务工作负责，履行服务承诺。
28		4.4	1	服务人员工作期间应按照要求着装、佩戴胸卡，服装、配饰应干净平整、规范得体。
29		4.5	1	服务人员应仪态端庄、大方，站姿、坐姿规范。
30		4.6	1	服务人员应使用规范用语。
31			1	1) 博物馆应按照主题、序列和艺术形式展览展示。
32			1	2) 博物馆应采用多种展览展示手段，为观众提供生动、趣味的交互式体验方式。

33	5、服务项目与要求 (29 分)	5.1 展览展示服务 (4 分)	1	3) 展览展示的内容应突出藏品特色, 便于观众解读。	
34			1	4) 展览说明应真实准确, 文字清晰、通俗易懂。	
35		5.2 咨询服务 (8 分)	1	1) 咨询服务包括, 但不限于以下内容:	a) 博物馆介绍: 开放时间、地理位置、交通信息、票务信息、基本陈列信息等。
36			1		b) 活动信息: 临展信息、社教活动、文化活动等。
37			1		c) 服务项目: 咨询解答、投诉处理、物品租借、资料发放、应急处理等。
38			1	2) 服务形式宜包括电话咨询、现场咨询、网络咨询。	
39			1	3) 咨询服务人员应为具有专业知识的专职或兼职人员或志愿者。	
40			1	4) 博物馆应设置专门咨询区域, 配备相应设施设备, 陈列展览展示内容的介绍。	
41			1	5) 咨询过程中, 咨询人员应主动向观众问好, 仔细聆听观众的服务需求, 并予以解答。当观众需求不能立即满足时, 应留下观众称谓和联系方式, 并在 24h 内予以答复。电话咨询, 宜做录音。	
42			1	6) 咨询人员应尊重并保护观众隐私, 咨询过程中, 应关注观众情绪变化, 出现异常, 应立即停止咨询活动。	
43		5.3 票务服务 (6 分)	1	1) 票务服务内容包括, 但不限于: 订票、售票、取票和验票。	
44			1	2) 票务服务形式包括电话订票、网络订票、现场售票、现场取票和验票。	
45			1	3) 电话订票时, 票务人员应根据观众提供的时间和人数, 预留相应的票数, 并做好记录。当不能满足观众要求时, 应与观众协商调整。	
46			1	4) 网络订票时, 票务人员应对预约平台上观众的订票信息予以回复, 回复时限不应超过 24h。	
47			1	5) 现场取售票时, 票务人员应与观众核对订票信息, 信息无误后, 提供门票凭证。	
48			1	6) 现场验票时, 票务人员应使用设备进行确认。	
49		5.4 导览讲解服务 (5 分)	1	1) 导览讲解服务应为人工讲解或自助讲解。	
50			1	2) 导览讲解服务应由专兼职讲解员或导览设备提供。	
51			1	3) 讲解员在提供导览讲解服务前应了解观众的数量、职业、服务需求等信息。	
52			1	4) 讲解员在讲解过程中应与观众互动交流, 解答观众在参观过程中提出的问题, 并提醒观众行进时注意安全。	
53			1	5) 讲解员在讲解过程中应观察观众的情绪变化, 如遇突发情况, 应立即停止讲解。	
54		5.5 社会教育服务 (6 分)	1	1) 社会教育服务包括, 但不限于: 课程、讲座、活动、情景剧等。	
55			1	2) 社会教育服务由博物馆专职社会教育服务人员或具备相关专业知识的志愿者开展此项服务。	
56			1	3) 博物馆应基于自身展览和教育文化资源, 针对不同年龄、不同知识结构人群, 开展多样化教育形式。	
57			1	4) 社会教育服务人员应根据教育项目类型和受众情况, 形成策划方案和实施方案。	

58	6、服务安全 (16 分)		1	5) 社会教育服务过程中, 社会教育服务人员应随时观察、关注服务对象的参与和体验情况, 并根据受众接受程度有效调控。	
59			1	6) 社会教育人员应收集服务对象的参与感受和意见建议, 以便提高服务品质。	
60			1	1) 博物馆应配置专职安全管理人员, 宜设立专职部门负责场馆安全管理工作。	
61		6.1 安全管理 (12 分)	1	2) 博物馆安全制度应包括但不限于人员安全、藏品/展品安全、消防安全、设备安全、服务风险等。	
62			1	3) 博物馆应建立信息安全工作机制, 加强对计算机硬件设施、服务软件、信息网络、观众信息的管理和维护。	
63			1	4) 博物馆应设置安全疏散通道、安全出口并保持畅通, 露天开放展区应设置安全警示标识。	
64			1	5) 博物馆应设置安检通道, 配备满足服务的安检人员和设施。	
65			1	6) 博物馆应维持好公共活动场所秩序, 引导观众有序参观, 检查消除各类安全隐患。	
66			2	7) 博物馆应配置消防设施。消防设施应定期维护, 保持完好、有效。消防设施标志应明显、清晰, 符合 GB 2893、GB 2894、GB 13495.1 和 GB 15630 的规定。	
67			1	8) 博物馆应定期进行安全检查和安全教育、消防培训、网络安全培训和应急演练, 员工应掌握安全基本知识并具备现场应急处置能力。	
68			2	9) 博物馆应设置安全防范系统, 并符合 GB/T 16571、GB 50348、GA 27 的要求。	
69			1	10) 博物馆工作人员应遵守保密规定, 不应泄露或擅自向外散布观众的个人信息。	
70		6.2 应急预案 (4 分)	1	1) 博物馆应针对可能出现的服务风险、系统和设备故障、公共安全、火灾、雨雪天气、自然灾害等方面制定应急预案。	
71			1	2) 应急预案应包括, 但不限于: 火灾、防恐、防汛、大客流、舆情、活动等各类突发事件。	
72			2	3) 博物馆应采用定量与定性、理论与经验相结合的方法核定最大承载量、瞬时承载量和日承载量, 核定原则和方法符合 LB/T 034 的规定。	
73		7.1 服务质量控制 (3 分)	1	1) 博物馆应配备专(兼)职服务质量控制人员, 对服务提供的过程依据本标准第 7 章的相关要求进行考核。	
74			1	2) 博物馆应制定服务质量控制方案、检查程序和要求, 对服务现场和记录进行检查或抽查, 做好记录。	
75			1	3) 博物馆应每月对服务质量指标进行数据统计, 对不合格项进行分析, 查找原因, 制定整改措施, 对不合格项进行完善, 并复查。	
76		7.2 评价方式 (7 分)	1	1) 博物馆应建立服务评价机制。	
77			1	2) 博物馆服务评价应采取日常检查、定期核查、不定期抽查、专项督查等方式, 宜每月开展 1 次。	
78			1	3) 服务评价内容包括:	a) 服务质量;
79			1		b) 服务提供过程执行标准的符合性;
80			1		c) 服务项目、服务人员、数据资料管理;

81		7.3 持续改进 (10 分)	1	d) 观众投诉率。	
82			1	4) 博物馆服务满意度可通过观众调查体系获取，每半年不应少于 1 次满意度测评。	
83			1	1) 博物馆应定期征求观众的意见和建议，并进行分析、整理、汇总，形成服务改进方案。	
84			1	2) 博物馆服务改进方案应包括以下内容：	a) 对不符合标准要求的服务项目实施改进，并对改进情况进行跟踪；
85			1		b) 对观众进行回访，听取观众对处理结果或后续工作的意见或建议；
86			1		c) 分析服务行为与管理规范的符合性和有效性，适时修订服务要求；
87			1		d) 形成改进机制与预防措施。
88			1	3) 博物馆应建立投诉处理机制，设立投诉处理机构或配备专门受理投诉人员，并公布投诉电话。	
89			1	4) 博物馆投诉处理程序：	a) 接到观众投诉时，应做好投诉事由及投诉人信息的记录；
90			1		b) 对于投诉事项不能当时回复观众时，应在 8h 内调查核实情况，并以电话或邮件形式回复观众投诉处理意见；
91			1		c) 涉及法律问题的，依照法定程序处理。
92			1	5) 博物馆宜建立激励机制，提高服务和管理水平。	
			100		