

# DB 3302

## 浙江省宁波市地方标准

DB3302/T 2003—2023

### 乡村旅游运营团队服务评价规范

Specification for assessment of rural tourism operating group service

浙江省文旅标技委

2023 - 09 - 30 发布

2023 - 10 - 30 实施

## 前 言

为落实国家长三角发展战略，推动甬舟标准一体化合作，打造标准化区域协同发展共同体，宁波市文化广电旅游局、舟山市文化广电旅游和体育局、宁波市市场监督管理局、舟山市市场监督管理局共同组织制定本地方标准，在甬舟区域内适用，现予以发布。

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。

请注意本文件的某些内容可能涉及专利。本文件的发布机构不承担识别专利的责任。

本文件由宁波市文化广电旅游局提出并组织实施。

本文件由宁波市文化和旅游标准化技术委员会归口。

本文件起草单位：宁波市全域旅游发展研究院、浙大宁波理工学院、宁波大学、宁波市标准化研究院、浙江舟山群岛新区旅游与健康职业学院、舟山市潮硕文体旅游有限公司。

本文件主要起草人：邵道良、廖先锋、赵冬翔、张雪晶、李华敏、苏勇军、赵媛、乐亮、胡一俊、夏海明、蒋康。

浙江省文旅标技委

# 乡村旅游运营团队服务评价规范

## 1 范围

本文件规定了乡村旅游运营团队（以下简称“运营团队”）服务评价指标、评价指标要求和评价分级。

本文件适用于乡村旅游运营团队服务的综合评价。

## 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。

GB/T 10001.1 公共信息图形符号 第1部分：通用符号

GB/T 10001.2 公共信息图形符号 第2部分：旅游休闲符号

GB/T 18973 旅游厕所质量要求与评定

GB/T 26356 旅游购物场所服务质量要求

GB/T 31383 旅游景区游客中心设置与服务规范

LB/T 063 旅游经营者处理投诉规范

## 3 术语和定义

下列术语和定义适用于本文件。

### 3.1

**乡村旅游运营** rural tourism operation

通过系统设计、资源整合、品质提升、支撑服务等措施，采取市场运营手段，为乡村旅游发展提供服务。

### 3.2

**乡村旅游运营团队** rural tourism operating group

从事乡村旅游运营的组织。

## 4 评价指标

运营团队服务评价指标由基础要求指标和服务要求指标组成：

——基础要求，主要评价运营团队的资质以及合规服务状况等；

——服务要求，主要评价运营团队的组织与人员、公共服务、市场运营、品质提升、团队信誉、运营业绩等。

## 5 评价内容

### 5.1 基础要求

- 5.1.1 运营团队应与乡村旅游地服务对象签订协议。
- 5.1.2 运营团队应制定突发事件应急预案，并能有效实施。
- 5.1.3 运营团队应具备一年的经营服务经历/经验。
- 5.1.4 运营团队在服务过程中，不应：
  - 有欺诈行为；
  - 有重大经济纠纷；
  - 发生重大有效投诉；
  - 出现卫生、消防、安全等责任事故；
  - 发生重大舆情事故；
  - 发生破坏自然生态、文物古迹等事件，或造成恶劣社会影响的事件。

## 5.2 服务要求

### 5.2.1 组织与人员

- 5.2.1.1 组织架构合理，部门划分清楚，岗位职责清晰。
- 5.2.1.2 服务区域明确、有效。
- 5.2.1.3 服务记录完整、真实，归档有序。
- 5.2.1.4 配备一定数量的服务人员。
- 5.2.1.5 服务人员具有从业所需的知识、技能和经历，且经培训后上岗。

### 5.2.2 公共服务

- 5.2.2.1 梳理总体规划和专项规划，制定服务区域乡村旅游发展中远期规划。
- 5.2.2.2 编排乡村旅游线路，研发承接景区（点）和乡村度假酒店、民宿（客栈）、农家乐的乡村旅游产品。
- 5.2.2.3 开展文化和旅游资源调查，编制旅游手册、地图，制作招商手册和音视频介绍资料，推动乡村旅游新业态、新项目落地。
- 5.2.2.4 组织开发乡村旅游伴手礼和文创商品。
- 5.2.2.5 向社会公开服务区域、服务项目、服务要求等信息。服务区域内的：
  - 公共信息图形符号应符合 GB/T 10001.1、GB/T 10001.2 的规定；
  - 游客中心应符合 GB/T 31383 的规定；
  - 旅游厕所质量应符合 GB/T 18973 的规定；
  - 购物场所服务质量应符合 GB/T 26356 的规定。
- 5.2.2.6 为服务区域内的经营户提供合同起草、规划策划、宣传推广、质量提升，以及宣传广告内容合规性审核等服务。
- 5.2.2.7 采集游客数量、经营效益、客源分布、从业人员、农副产品销售等相关数据，编制月度旅游统计报表。

### 5.2.3 市场运营

- 5.2.3.1 在旅游产品在线交易平台和/或新媒体进行运营推广，动态更新自媒体信息，形成流量效应和社会效益。

注：旅游产品在线交易平台如携程、驴妈妈等平台，新媒体如抖音、B站和小红书等。

- 5.2.3.2 通过数字化设计、运营和治理，策划乡村文旅数字运营场景。
- 5.2.3.3 推出文旅特色鲜明的区域主题 IP 和品牌形象，多渠道宣传推广。

- 5.2.3.4 策划并组织开展乡村旅游节庆活动、乡村旅游推介会和/或展会。
- 5.2.3.5 对接和维护旅游中间渠道。
- 5.2.3.6 策划、参与服务区域内旅游设施与服务的建设和管理。

#### 5.2.4 品质提升

- 5.2.4.1 协助建设民宿（客栈）、农家乐协会或其他社会组织。
- 5.2.4.2 建立乡村旅游质量监测体系。
- 5.2.4.3 向经营户宣贯相关法律法规，组织开展业务培训、交流会、外出考察等活动。
- 5.2.4.4 建立意见建议反馈、投诉处理渠道，处理、反馈应符合 LB/T 063 的规定。
- 5.2.4.5 适时开展满意度测评，游客综合满意度应不低于 85%。

#### 5.2.5 团队信誉

- 5.2.5.1 开展乡村旅游宣传，建立舆情处置制度，收集、整改与反馈游客评价意见，处置负面舆情。
- 5.2.5.2 传递和保护品牌价值，实现跨区域服务。

#### 5.2.6 运营业绩

- 5.2.6.1 通过服务，应实现服务区域乡村旅游业绩达到以下要求：
  - 年接待团队游客数量： $\geq 1\,000$  人；
  - 年均游客接待量增幅： $\geq 10\%$ ；
  - 年均客房出租率增幅： $\geq 5\%$ ；
  - 农副产品销售额年增幅： $\geq 10\%$ ；
  - 乡村旅游经营收入年增幅： $\geq 10\%$ ；
  - 乡村旅游从业人数中本地村民占比： $\geq 10\%$ 。
- 5.2.6.2 实施品牌管理，培育运营品牌，引导乡村青年人才及创客团队参与乡村旅游运营管理。
- 5.2.6.3 组织实施彰显当地特色、具有综合效益、带动乡村共同富裕的乡村旅游项目。
- 5.2.6.4 形成典型示范，形成可复制可推广的服务模式。

### 6 评价分级

- 6.1 仅在满足基础要求（见 5.1）上，才应开展服务要求（见 5.2）评价。
- 6.2 服务要求评价细则见附录 A，总分 300 分：
  - 组织与人员：35 分；
  - 公共服务：70 分；
  - 市场运营：45 分；
  - 品质提升：25 分；
  - 团队信誉：25 分；
  - 运营业绩：100 分（含加分 20 分）。
- 6.3 通过材料审核、现场考察和专家评估等对经营团队进行等级划分，其中：
  - 总得分 220 分~239 分，为五星级；
  - 总得分 240 分~259 分，为四星级；
  - 总得分  $\geq 260$  分，为五星级。

**附录 A**  
(资料性)  
**乡村旅游运营团队服务要求评价细则**

见表A.1。

**表A.1 乡村旅游运营团队服务要求评价细则**

序号	评价指标	大项 分值	分项 分值	评价内容	得分
1	组织与人员	35			
1.1	组织架构		5	组织结构合理，部门划分清楚，岗位责任清晰（※）	
1.2	服务规模		10	服务区域为乡镇（街道）且在有效服务期内的，每服务一个乡村旅游地，得3分；服务区域为行政村或旅游度假区且在有效服务期内的，每服务一个乡村旅游地，得1分	
1.3	服务档案		5	资料分门别类归档，资料完整、准确，及时按要求报送（※）	
1.4	人员配备		5	专职服务人员≥11人，得5分；5~10人，得3分；<5人，得1分	
1.5	工作经验		5	具有3年以上乡村运营工作经验的员工占比≥70%以上，得5分；≥50%且<70%，得3分；≥20%且<50%，得1分；<20%，不得分	
1.6	学历结构		5	具有专科以上学历的员工占比≥30%，得5分；≥20%且<30%，得3分；≥10%且<20%，得1分，<10%，不得分	
2	公共服务	70			
2.1	规划策划		9	梳理区域总体规划、专项规划，制定乡村旅游发展中远期规划（※），最高3分。对区域内旅游线路进行编排策划并有效运营（包括但不限于纳入旅行社特色推荐线路、互联网上有攻略等），且旅游产品线路中有旅游景区、乡村度假酒店、民宿（客栈）、农家乐等要素，每条线路1分，最高3分。参与景区、度假酒店和民宿（客栈）、农家乐的全程策划，每处得1分，最高3分	
2.2	招商引资		10	开展旅游资源调查，每次得1分，最高3分。制作招商手册和照片视频资料（※），最高2分。配合开展乡村旅游项目招引（※），最高5分	
2.3	业态培育		10	引进与培育各类乡村旅游新业态，市场效果良好，每引进一个业态项目得2分	
2.4	创意引领		10	开发乡村文创商品，每种得1分，最高5分。文创商品获省级奖项的，每项得1分；获市级获奖的，每项0.5分，最高5分	
2.5	公共设施		10	标识标牌、游客中心、旅游厕所、停车场、购物场所等管理有效、服务功能正常，每项得1分，最高5分。淡季期间所有公共设施服务正常，得5分，每发现一处关闭或服务不正常扣1分，扣完为止	
2.6	政策引导		6	梳理有关乡村旅游管理扶持类政策，形成实用的政策文本手册（※），最高3分。指导和制定区域内有关景区景点、民宿（客栈）、农家乐等旅游业态各类管理制度，每项制度1分，最高3分	
2.7	经营帮扶		4	帮扶区域内经营户起草相关合同、规划策划、宣传推广、质量提升等（※）	
2.8	合规审核		3	对区域内相关主体设计的宣传册、广告词等进行合规性审核，每次得1分	
2.9	统计分析		8	每月采集游客数量、经营效益、客源分布、从业人员等相关数据并形成报告（※），最高4分。每月上报旅游统计报表且信息畅通的（※），最高4分	

表A.1 (续)

序号	评价指标	大项 分值	分项 分值	评价内容	得分
3	市场运营	45			
3.1	媒体传播		10	在平台和/或新媒体推广, 每一个平台或新媒体, 得1分, 最高5分。每推广一种产品得1分, 最高5分	
3.2	数字赋能		12	推出乡村文旅数字运营场景的, 每项得3分	
3.3	品牌策划		2	策划并打造服务区域的主题IP和品牌形象(※)	
3.4	活动与推介		11	策划并组织开展各类乡村旅游节庆活动, 在省/市内/区(县)市有较大影响的, 每项活动分别得7分/5分/3分, 最高7分。独立策划推介会和旅游展会的, 每次得1分; 参与推介活动的, 每次得0.5分, 最高4分	
3.5	渠道对接		5	与省内外旅游中间渠道签订合作协议并有团队游客输送的(以团队接待单为准), 每签订一个协议得1分	
3.6	直接经营		5	直接负责或参与景区建设, 每负责1家得2分, 参与1家得1分; 直接投资乡村度假酒店(客栈、民宿), 每家得2分	
4	品质提升	25			
4.1	组建协会		6	协助建设民宿(农家乐)协会或其他乡村旅游组织, 每个得2分	
4.2	质量监测		6	形成规范的质量监控体系, 有执行记录(※), 最高2分。覆盖率达经营户总数比例, 每15%得1分, 最高4分	
4.3	素质提升		10	以业务培训、交流会、外出考察等形式进行经营户素质提升, 每次1分, 最高5分。对乡村旅游有关法律法规进行宣贯, 每次宣贯1分, 最高5分	
4.4	投诉处理		3	投诉处理及时有效, 记录清晰(※)	
4.5	游客满意度		4	开展游客满意度调查, 游客综合满意度 $\geq 95\%$ , 得4分; $\geq 90\%$ 且 $< 95\%$ , 得2分; $\geq 85\%$ 且小于 $90\%$ , 得1分; $< 85\%$ 不得分	
5	团队信誉	25			
5.1	舆情管理		10	强化宣传, 创造良好的舆论氛围(※), 最高5分。注重游客评价意见的收集、整改与反馈, 有效处置负面舆情(※), 最高5分	
5.2	品牌效应		15	每运营一个乡镇(街道)得5分, 每运营一个行政村得2分, 每运营一个自然村得1分	
6	运营业绩	100			
6.1	盈利能力		10	企业可持续发展, 盈利能力强(※)	
6.2	团队游客数量 <sup>a</sup>		10	年接待团队游客数量(以团队接待单为准) $\geq 5000$ 人次, 得10分; $\geq 3000$ 人次且 $< 5000$ 人次, 得7分; $\geq 1000$ 人次且 $< 3000$ 人次, 得4分; $< 1000$ 人次, 不得分	
6.3	游客接待量 <sup>a</sup>		10	年均游客接待量增幅 $\geq 30\%$ , 得10分; $\geq 20\%$ 且 $< 30\%$ , 得7分; $\geq 10\%$ 且 $< 20\%$ , 得5分; $< 10\%$ , 不得分	
6.4	客房出租率 <sup>a</sup>		10	年均客房出租率增幅 $\geq 20\%$ , 得10分; $\geq 10\%$ 且 $< 20\%$ , 得7分; $\geq 5\%$ 且 $< 10\%$ , 得5分; $< 5\%$ , 不得分	
6.5	特产销售 <sup>a</sup>		10	农副产品销售额年增幅 $\geq 20\%$ , 得10分; $\geq 10\%$ 且 $< 20\%$ , 得7分; $\geq 5\%$ 且 $< 10\%$ , 得5分; $< 5\%$ , 不得分	
6.6	经营收入 <sup>a</sup>		10	乡村旅游经营收入年增幅 $\geq 30\%$ , 得10分; $\geq 20\%$ 且 $< 30\%$ , 得7分; $\geq 10\%$ 且 $< 20\%$ , 得5分; $< 10\%$ , 不得分	

表A.1 (续)

序号	评价指标	大项 分值	分项 分值	评价内容	得分
6.7	村民就业 <sup>a</sup>		10	乡村旅游总从业人数中当地村民占比 $\geq 50\%$ ，得10分； $\geq 30\%$ 且 $< 50\%$ ，得7分， $\geq 10\%$ 且 $< 30\%$ ，得4分； $< 10\%$ ，不得分	
6.8	品牌建设		5	形成符合“5百计划” <sup>b</sup> 条件的运营师、运营团队和运营品牌，每个得5分；或获得国家/省/市级乡村旅游相关品牌的，分别得5分/3分/2分	
6.9	创客引入		5	引导乡村青年人才及团队参与乡村旅游运营管理，有创客引入，每个团队1分	
6.10	共富项目		5	组织实施彰显当地特色、具有综合效益、带动乡村共同富裕的项目（※）	
6.11	政府表彰		8	在省/市/区县（市）大会中进行过乡村旅游运营相关的典型发言，分别得3分/2分/1分；旅游从业人员获得省/市/区县（市）政府或同级部门颁发的奖项，分别得5分/3分/1分	
6.12	模式推广		7	运营模式在省级或以上媒体上报道，得5分；在市级以上媒体上报道，得2分。或提炼形成省级地方标准的，得7分；形成市级地方标准，得5分	
运营业绩中“品牌建设”“政府表彰”“模式推广”评价指标为加分项					
注：“※”评价内容由专家经综合评估后酌情给分，且不超过该项最高得分。					
<sup>a</sup> 以服务区域的业绩统计。					
<sup>b</sup> 由浙江省文化和旅游厅组织。					