

ICS 03.200
CCS A 12

DB3301

浙江省杭州市地方标准

DB3301/T 0198—2022

代替 DB3301/T 0198—2019

文化和旅游信息咨询服务网点设置与服务 规范

浙江省文旅标技委

2022-12-31 发布

2023-01-31 实施

杭州市市场监督管理局 发布

前 言

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。

本文件代替DB3301/T0198—2019,除编辑性改动外,主要技术变化如下:

- 将原文件中“旅游咨询服务”的表述调整为“文化和旅游咨询服务”;
- 增加了“文化和旅游信息咨询服务网点”的术语和定义(见3.1);
- 增加选址、服务功能及服务的改进提升等总体要求(见4.1、4.2、4.3);
- 删除选址与区域总体规划相一致的要求(2019年版的5.1.2);
- 增加城区与乡村网点的选址要求(见5.1.4,2019年版的5.1.5);
- 更改原来的建设要求为建筑要求(见5.2.1,2019年版的5.2);
- 更改建设规模要求为面积要求(见5.2.2,2019年版的5.2.2);
- 更改了功能区域划分与设施的配备要求(见5.2.2,2019年版的5.5);
- 更改了信息咨询服务网点的命名规则(见5.3,2019年版的5.3);
- 增加了服务评价与改进的要求(见8)。

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。

本文件由杭州市文化广电旅游局提出、归口并组织实施。

本文件起草单位:杭州市文化和旅游发展中心(杭州市旅游经济实验室)、浙江旅游职业学院、浙江工业大学之江学院。

本文件主要起草人:赵弘中、钱潮力、应晖、任鸣、刘庆安、梁雪松、唐剑、蒋雷、楼钢、梁辰浩。

本文件及其所替代文件的历次版本发布情况为:

- 2017年首次发布为DB3301/T 0198—2017;
- 2019年第一次修订;
- 本次为第二次修订。

文化和旅游信息咨询服务网点设置与服务规范

1 范围

本文件规定了文化和旅游信息咨询服务网点的总体要求、设置要求、服务保障、服务提供、服务评价与改进等内容。

本文件适用于文化和旅游信息咨询服务网点设置与服务提供。

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 19038 顾客满意测评模型和方法指南

GB/T 19039 顾客满意测评通则

GB/T 26354 旅游信息咨询中心设置与服务规范

3 术语和定义

请选择适当的引导语

3.1

文化和旅游信息咨询服务网点 cultural and tourism information consultation service network

为旅游者和其他公众提供文化和旅游信息和相关咨询服务的公共服务设施而设立的服务场所。

[来源：GB/T 26354—2010，2.2，有修改]

4 总体要求

4.1 选址合理，便于向公众及旅游者提供相关服务。

4.2 咨询服务网点要具有文化和旅游信息咨询、形象展示、投诉接待、应急救援、订购协助以及活动组织等服务功能。

4.3 应持续对建设和服务进行改进与提升。

5 设置要求

5.1 选址

5.1.1 应根据文化和旅游发展的布局进行规划设计。

5.1.2 应符合城市规划、国土、市政、交通、环保、消防等管理要求。

5.1.3 应具备良好的市政设施条件。

5.1.4 应在城乡交通枢纽、景区景点、文化场馆等区域设立，宜在商业中心、居民社区等其他人流集

中、公众及旅游者聚集的区域设立。

5.2 分类

5.2.1 建筑形式宜为独立的建筑物、建筑单元或相对独立的建筑区域。

5.2.2 服务网点分为中心店、形象店、标准店与咨询亭四种类别，不同类别在面积、功能及设施设备配备等方面应符合表 1 要求。

表 1 服务网点分类表

类别		中心店	形象店	标准店	咨询亭
面积		≥200 m ²	≥100 m ²	≥30 m ²	≥8 m ²
功能 区 域 划 分	咨询服务区	○	○	○	○
	形象展示（宣传资料）区	○	○	○	○
	自助查询区	○	○	○	☆
	书刊阅读区	○	○	○	☆
	活动交流区	○	○	○	☆
	商品（旅游线路等文旅产品）展售区	○	○	○	☆
	访客休息区	○	○	○	☆
	电子阅读区	○	○	☆	☆
设 施 配 置	数字体验区	○	○	☆	☆
	配置双显示屏电脑	3	2	2	1
	访客自助查询电脑	1	1	1	0
	交互式游客自助查询系统（触摸屏）	1	1	1	0
	多功能一体机（电话、传真、打印、复印等）	1	1	1	1
	资料展架	4	3	2	1
	无障碍设施	○	○	☆	☆
	产品展陈、商品展售和体验设施	○	○	○	☆
	书架（柜）	4	4	2	0
	基础便民设备（如医药箱、轮椅、拐杖、雨伞、消毒液、饮用水等）	○	○	○	☆
	电子阅读设施设备	○	○	☆	☆
	数字体验设施设备（智能机器人、智能穿戴设备、模拟游览设施设备等等）	○	○	☆	☆
寄存设备（个）	1	1	1	0	

注：○必备 ☆视情况设置/不设

5.3 名称与标识

5.3.1 名称应为：各地行政区划（区、县、市）+咨询网点所在地名+文化和旅游（信息）咨询服务+中心，或杭州+服务网点所在地名+文化和旅游（信息）咨询服务中心。

5.3.2 标识使用应符合本文件附录 A 的规定。

6 服务保障

6.1 综合人员

- 6.1.1 应配备相应数量的咨询服务人员。
- 6.1.2 咨询服务人员的职业素质、培训、制服与徽标应符合 GB/T 26354 的要求。
- 6.1.3 应根据需要建立文化和旅游咨询志愿者服务机制。
- 6.1.4 根据自身需要，制定并执行人员管理规章制度。按照岗位需求，做好文化和旅游咨询员（含实习生、志愿者、临时工作人员等）的招聘、培训、任用、考核、激励等工作。

6.2 设施设备

- 6.2.1 应按照规格划分功能区域，配备设施设备。
- 6.2.2 应在功能区域醒目位置标识各种杭州文化和旅游信息码。
- 6.2.3 应对办公设备、公共服务设备、安防消防设施等进行检修和保养。

6.3 制度

- 6.3.1 应建立完善业务管理制度，接受各级文化和旅游主管部门的监督指导。
- 6.3.2 应建立包括自我评价、文化和旅游咨询服务满意度抽样调查、各级文化和旅游主管部门评价等多种形式的文化和旅游服务质量评价体系。
- 6.3.3 应制定并执行安全管理规章制度。

7 服务提供

7.1 服务内容

提供的服务内容应包括以下内容：

- 咨询服务；
- 投诉接待；
- 资料阅读；
- 商品展售；
- 数字体验；
- 其他便民服务。

7.2 服务方式

提供服务的方式包括线下服务（现场服务）、线上服务（电话服务以及网络服务）。

7.3 服务要求

- 7.3.1 服务人员应保持服装整洁、仪容端庄，熟悉服务礼仪。
- 7.3.2 应按时上岗，坚守服务岗位。
- 7.3.3 服务过程中应使用规范用语，说话语调平和、语言文明。
- 7.3.4 服务时应主动、热情、耐心、周到、及时响应。

7.4 服务流程

7.4.1 线下服务流程

线下服务（现场服务）流程如图1所示。

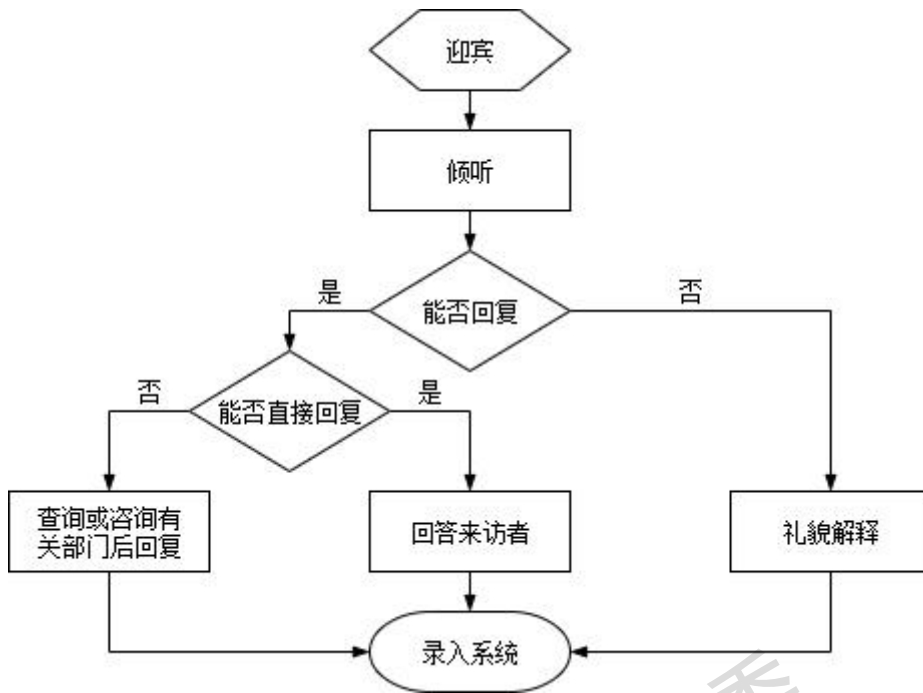


图1 线下服务流程

7.4.2 线上服务流程

线上服务分为电话服务与网络服务。电话服务流程如图2所示，网络服务流程如图3所示。

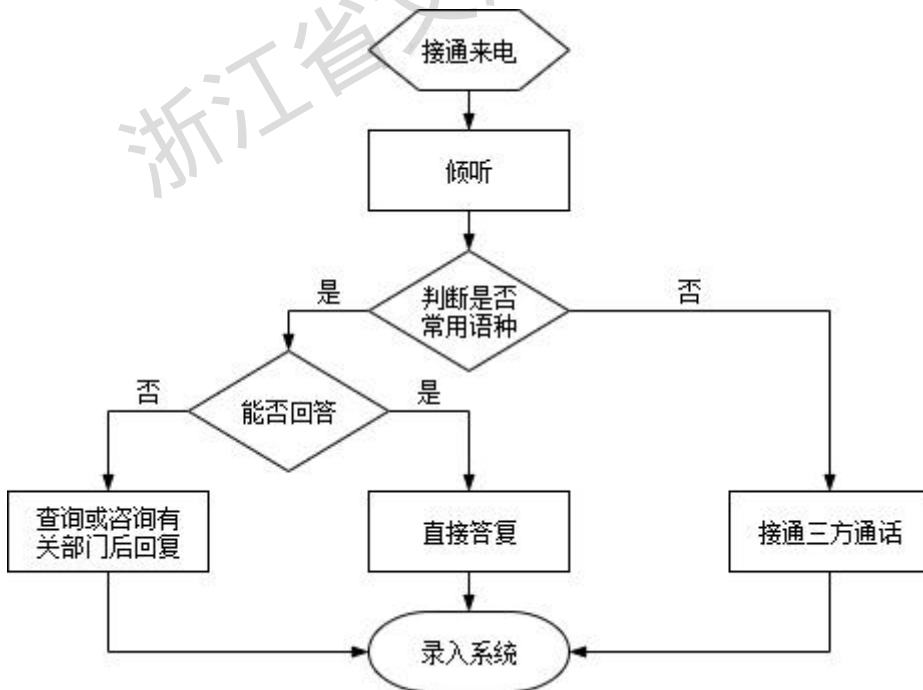


图2 电话服务流程

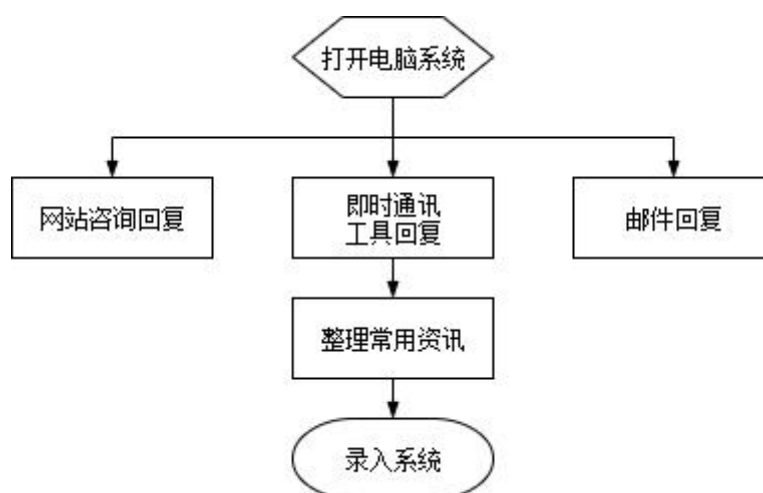


图3 网络服务流程

8 服务评价与改进

- 8.1 持续监督服务质量，应按照 GB/T 19038 和 GB/T 19039 的要求进行服务满意度测评。
- 8.2 公开服务投诉处理渠道，保持投诉渠道畅通，及时处理与回复相关投诉。
- 8.3 制定服务改进计划与措施，及时发现服务的问题并予以解决。

浙江省文旅厅

附录 A
(规范性)

文化和旅游信息咨询服务网点标志标牌设计规范

A.1 标识图案

文化和旅游咨询服务中心的“标识”采用国际通用标识英文“i”的变型体+椭圆型衬底，色彩为湖蓝底白字或白底湖蓝字；文字为：标识+各地行政区划（区、县、市）+咨询网点所在地名+文化和旅游（信息）咨询服务+中心，或杭州+服务网点所在地名+文化和旅游（信息）咨询服务中心。英文名称为：文化和旅游咨询点中文名称的音译+ Cultural and tourism information Center。中文字体为宋体或黑体；英文字体为Times New Roman或黑体。



图 A.1 白底湖蓝字

A.2 服务引导标志应用

咨询网点工作人员应统一佩戴胸牌（员工工号牌），服务台应放置服务提示牌（卡、台等）。服务员胸牌应标注咨询网点名称、员工工号、员工中文姓名和姓名的拼音等内容。服务提示牌应标示服务内容和时间，标明中文“（文化和旅游）咨询”或“（文化和旅游）咨询服务”、英文“Information”的中英文字样。各咨询网点应统一胸牌、服务提示牌的规格和标准。

A.3 交通指引标志应用

咨询网点应在附近的交通路口、广场车站、门店外立面及内部显著区域设置文化和旅游咨询引导标识。内容应涵盖网点名称及功能、服务项目及内容、服务标准及规范、服务人员、营业时间、地址和电话、城市标志等，需使用中、英双语，有需要的也可增加其他语种。除文化和旅游咨询“LOGO”外，其他咨询引导标志的字体颜色、设计风格等可以因地制宜，充分体现地方特色。