

浙 江 省 地 方 标 准

DB33/T 719—2021
代替 DB33/T 719—2017

品质旅行社评价规范

Specification for quality travel agency evaluation

2021 - 12 - 11 发布

2022 - 01 - 11 实施

目 次

前言	II
1 范围	1
2 规范性引用文件	1
3 术语和定义	1
4 指标体系	1
5 评价指标及说明	2
6 评价推广	17

前 言

本标准按照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。

本标准代替DB33/T 719—2017《旅行社品质等级划分与评定》。与DB33/T 719—2017相比，除结构调整和编辑性改动外主要技术变化如下：

- a) 更改了文件名称，由《旅行社品质等级划分与评定》变更为《品质旅行社评价规范》；
- b) 增加了规范性引用文件（见第2章，2017年版的第2章）；
- c) 删除了旅行社和旅行社品质的术语和定义（见2017年版的3.1、3.2）；
- d) 增加了品质旅行社的术语和定义（见3.1）；
- e) 删除了总则（见2017年版的第4章）；
- f) 增加了指标体系（见第4章）；
- g) 更改了评定指标章名称及内容，章名称由“评定指标”修改为“评价指标及说明”（见第5章，2017年版的第5章）；
- h) 删除了品质等级划分与标志（见2017年版的第6章）；
- i) 增加了评价推广（见第6章）；
- j) 删除了监督与管理（见2017年版的第7章）；
- k) 删除了附录“旅行社品质等级划分与评定必备条件检查表”“旅行社品质评价基本计分表”“旅行社服务质量暗访与计分方法”“旅行社服务质量顾客调查与计分方法”“旅行社员工满意度调查与计分方法”“旅行社管理体系评价与计分方法”（见2017年版的附录A、附录B、附录C、附录D、附录E和附录F）。

本标准由浙江省文化和旅游厅提出。

本标准由浙江省文化和旅游标准化技术委员会归口。

本标准起草单位：浙江旅游职业学院、浙江省旅行社协会。

本标准主要起草人：詹兆宗、许澎、丁屹、霍尚杰、邓德智、陈丹群、瞿葆、张帆、王凯、周群、饶华清。

本标准及其所代替或废止的文件的历次版本发布情况为：

- DB33/T 719—2008；
- DB33/T 719—2017；
- 本次为第二次修订。

品质旅行社评价规范

1 范围

本标准规定了品质旅行社评价的指标体系、评价指标和评价推广。
本标准适用于浙江省行政区域内注册设立的旅行社，作为品质旅行社评价的依据。

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标准必不可少的条款。其中，注日期的引用文件，仅该日期对应的版本适用于本标准；不注日期的引用文件，其最新版本（包括所有的修改单）适用于本标准。

- LB/T 028 旅行社安全规范
- LB/T 072 包价旅游产品说明书编制规范
- LB/T 073 旅行社旅游产品质量优化要求
- LB/T 040 旅行社行前说明服务规范

3 术语和定义

下列术语和定义适用于本标准。

3.1

品质旅行社 quality travel agency

以旅游服务为核心，致力于通过规范管理与经营提供专业产品和优质服务，重视新技术的应用与改革创新，赢得员工信赖、顾客满意和社会认可，具有社会责任感与良好美誉度的旅行社企业。

4 指标体系

4.1 指标设定原则

品质旅行社评价指标是在经营管理、产品研发、市场营销、旅游服务等主要品质领域，体现旅行社企业文化、管理能力、专业精神、服务水平和社会责任等主要品质特征的项目。各项目既相对独立又相互关联，其集合构成的指标体系能充分体现旅行社的整体品质。评价指标的设定应遵循以下原则：

- 典型性：评价指标在旅行社经营管理中应具有普遍性和代表性，能反映旅行社企业品质的共同领域或特征；
- 公平性：指标设置应兼顾旅行社行业不同的经营模式和业务类型，使经营模式和业务类型不同的旅行社能在相同品质领域或特征上进行相同价值的有效评价；
- 可行性：指标应通过现有途径获得开展评价所需的材料，包括电子的、纸质的和实物的；
- 动态性：包括两个方面，一是现有指标体系能充分反映旅行社企业治理、业务经营与旅游服务等动态过程及成果；二是指标的设置及其评价方法、评价尺度能根据行业企业和市

场的最新发展而动态调整和改进，以达到有效评价的目的；

——系统性：各评价指标应根据一定的内在联系和逻辑关系组成指标类，各指标类能反映旅行社品质的不同领域或特征，指标类的有机整合能全面反映旅行社的品质状况。

4.2 指标体系基本结构

品质旅行社的评价基于管理品质、产品品质、营销品质、诚信品质、服务品质、设施品质和经营状况等七个维度，并由这七个维度构成一级指标，指标体系基本结构见图1。

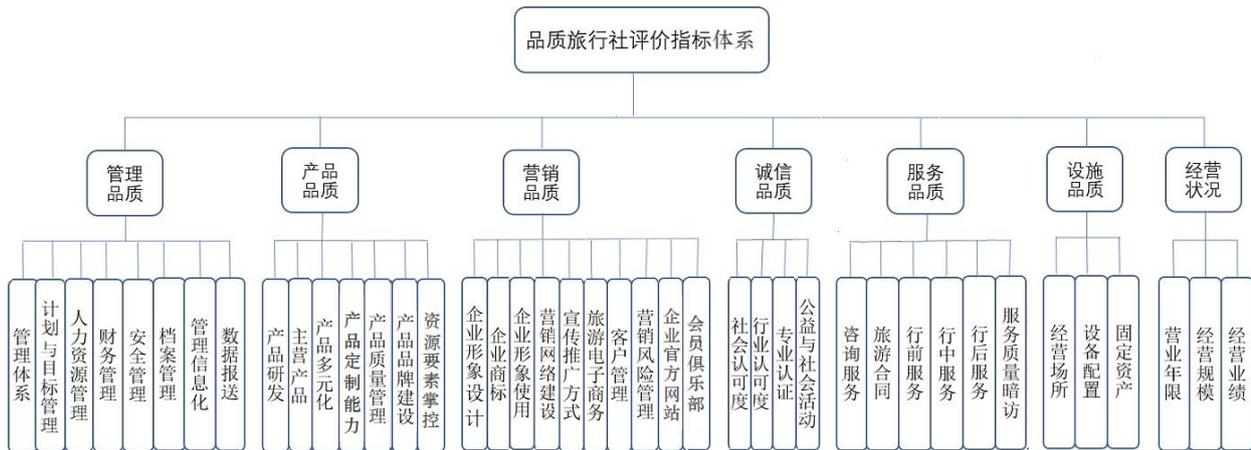


图1 品质旅行社评价指标体系基本结构

5 评价指标及说明

5.1 管理品质

5.1.1 管理体系

5.1.1.1 管理制度体系

评价因素应包含但不限于：

- 公司章程；
- 岗位职责说明书；
- 财务管理制度；
- 人事管理制度；
- 员工手册；
- 教育培训制度；
- 服务质量监督制度；
- 安全管理制度；
- 导游管理制度；
- 投诉管理制度；
- 档案管理制度；
- 员工薪酬及福利保障制度。

5.1.1.2 组织机构设置

评价因素应包含但不限于：

- 组织机构设置与企业经营管理实际的契合度；
- 组织机构名称规范性；
- 组织机构职能合理性。

5.1.1.3 业务流程体系

评价因素应包含但不限于：

- 业务流程体系与企业业务实际的契合度；
- 业务流程体系的规范性；
- 流程图的严密性、合理性及可操作性。

5.1.1.4 企业文化

评价因素应包含但不限于：

- 企业文化表述：企业愿景、价值观念、经营理念等；
- 企业文化建设：文化园地、文化建设举措与活动等。

5.1.2 计划与目标管理

5.1.2.1 中长期发展规划及实施评估报告

评价因素应包含但不限于：

- 企业发展环境与市场状况分析；
- 企业发展思路与目标；
- 保障措施；
- 实施情况评估与补充调整；
- 与旅行社发展现状相吻合度。

5.1.2.2 年度总体发展计划与总结

评价因素应包含但不限于：

- 年度经营指标是否明确；
- 经营指标按业务部门分解是否到位；
- 年度重点工作与实际符合程度；
- 实现重点工作的保障措施可行度；
- 总结应分析指标完成度、成绩与问题。

5.1.3 人力资源管理

5.1.3.1 从业人员素质

可对中层以上管理人员、财务人员、导游人员等进行评价，评价因素应包含但不限于：

- 学历；
- 资历；
- 职称或技术等级。

5.1.3.2 人员培训

可对新员工及导游人员、管理人员、业务人员等进行评价，评价因素应包含但不限于：

- 培训率；
- 培训时间；
- 培训内容；
- 培训档案。

5.1.3.3 员工管理

评价因素应包含但不限于：

- 合同与协议；
- 考勤管理；
- 员工建议、投诉及申诉机制。

5.1.3.4 员工激励

评价因素应包含但不限于：

- 薪酬制度能否体现多劳多得原则；
- 福利保障能否体现公平公正原则；
- 是否有员工评优评奖机制。

5.1.3.5 员工流失率

对评价期限内的年均员工流失率进行评价。

注：员工流失率=年度员工流失人数/（期初员工人数+本期增加员工人数）*100%。

5.1.4 财务管理

5.1.4.1 一年以上应收账款

对评价期限内一年以上应收账款在营业收入中比重的平均值进行评价。

5.1.4.2 一年以上应付账款

对评价期限内一年以上应付账款在营业成本中比重的平均值进行评价。

5.1.4.3 财务分析报告

评价因素应包含但不限于：

- 年度经营状况；
- 营收计划执行情况；
- 盈利水平；
- 成本开支情况；
- 存在的问题与风险。

5.1.4.4 年度审计报告

对旅行社每年是否进行年度审计及审计有否保留意见进行评价。

5.1.5 安全管理

5.1.5.1 安全生产管理

评价因素应包含但不限于：

- 安全生产责任落实情况；
- 常规安全管理；
- 重大项目安全管理；
- 安全生产月宣传活动；
- 安全事故报告及处理情况。

5.1.5.2 安全预案

评价因素应包含但不限于：

- 事故报告内容；
- 事故报告流程；
- 预案种类。

注：事故报告内容应符合LB/T 028中第6章突发事件报告内容的要求。

5.1.5.3 安全培训

评价因素应包含但不限于：

- 培训率；
- 培训档案；
- 有安全演练。

5.1.5.4 旅行社保险

评价因素应包含但不限于：

- 旅行社责任险；
- 保险种类（责任险主险以外）；
- 推荐并协助游客购买其他保险。

5.1.6 档案管理

5.1.6.1 人事档案

评价因素应包含但不限于：

- 档案资料全面性；
- 档案管理规范性；
- 管理的信息化程度。

5.1.6.2 公司会议记录

评价因素应包含但不限于：

- 会议记录内容可读性；
- 记录归档管理规范性。

5.1.6.3 业务档案

评价因素应包含但不限于：

- 保存期限；
- 组团业务团档，旅游合同、行程单、安全与文明旅游告知、补充协议、结算单等应为评价重点；

——地接业务团档，行程单、补充协议、与组团社及供应商往来确认函件、结算单等应为评价重点；

——其他类型业务档案。

注：组团地接均从事经营的，两种类型团档都检查并取低分。

5.1.7 管理信息化

5.1.7.1 旅行社管理系统

评价因素应包含但不限于：

——办公管理功能；

——业务操作功能；

——统计分析功能；

——移动网络环境的信息化程度。

5.1.7.2 财务管理系统

评价因素应包含但不限于：

——财务管理功能；

——财务统计分析功能。

5.1.8 数据报送

评价因素应包含但不限于：

——数据报送的全面性；

——数据报送的及时性；

——报送数据的完整性。

5.2 产品品质

5.2.1 产品研发

5.2.1.1 产品研发机构

评价因素应包含但不限于：

——专门的产品研发机构；

——产品研发人员。

5.2.1.2 产品研发计划

评价因素应包含但不限于：

——旅游市场发展与需求分析报告；

——产品中长期研发规划；

——产品研发年度计划。

5.2.1.3 重点新产品研发

评价因素应包含但不限于：

——研发计划；

——产品说明书；

——产品营销方案；

——研发总结。

注：产品说明书应符合LB/T 072的要求。

5.2.2 主营产品

5.2.2.1 主营线路数量

评价因素应包含但不限于：

——纸质宣传资料中的线路数量（行程单即可）；

——电子宣传资料中的线路数量。

注：主营产品由旅行社自行确定。

5.2.2.2 主营产品设计标准化

评价因素应包含但不限于：

——产品设计内容；

——产品设计格式；

——产品设计规范性。

5.2.2.3 主营产品创新

评价因素应包含但不限于：

——线路创新；

——旅游体验创新。

5.2.3 产品多元化

5.2.3.1 旅游产品类型

评价主营以外的其他观光为主的旅游产品类型。

5.2.3.2 “旅游+其他行业”产品类型

评价观光以外的，旅游与其他行业相融合的产品类型。

5.2.3.3 单项代理产品

评价因素应包含但不限于：

——机票代理；

——酒店代理；

——门票代理；

——签证代理。

5.2.4 产品定制能力

评价因素应包含但不限于：

——产品定制种类；

——定制产品设计水平；

——定制产品销售收入。

注：定制产品设计水平应符合LB/T 073中第9章的要求。

5.2.5 产品质量管理

5.2.5.1 供应商管理

评价因素应包含但不限于：

- 供应商准入退出机制及年度考评结果；
- 供应商档案管理。

5.2.5.2 同业合作商管理

评价因素应包含但不限于：

- 同业合作商准入退出机制及年度考评结果；
- 同业合作商档案管理。

5.2.6 产品品牌建设

5.2.6.1 产品商标数量

评价因素为产品的注册商标数量。

注：可包括已经受理的商标，但相同文字或图案而类别不同的按1个计算。

5.2.6.2 商标与产品关联度

评价因素应包含但不限于：

- 商标与产品的关联程度；
- 品牌推广力度。

5.2.7 资源要素掌控

5.2.7.1 资源要素类型

评价因素应包含但不限于：景区、研学基地营地、酒店、民宿、餐厅、车队。

5.2.7.2 资源掌控程度

评价因素应包含但不限于：全资自营、控股、承包、参股。

5.3 营销品质

5.3.1 企业形象设计

评价因素为企业形象设计的系统性，即是否有完整的VI手册。

5.3.2 企业商标

评价因素应包含但不限于：

- 企业字号（文字）注册商标；
- 企业LOGO（图案）注册商标。

5.3.3 企业形象应用

评价因素应包含但不限于：

- 经营场所外观形象设计；

- 企业形象背景墙；
- 在信封、信纸、名片、旅游用品等物品上企业形象标识运用是否充分。

5.3.4 营销网络建设

5.3.4.1 品牌连锁网络

自营的连锁营销渠道（分社及网点）评价因素应包含但不限于：

- 网络范围,分省内省外；
- 连锁网络规模,组团招徕和地方接待两类业务分别评价,可任选；
- 连锁网络实力。

注：旅行社自营的连锁营销渠道与同业合作网络、互联网营销平台三选一。

5.3.4.2 同业合作网络

通过加盟方式形成的营销渠道评价因素应包含但不限于：

- 网络范围,分省内省外；
- 网络规模,组团社批发、代理和地接社外联等三类业务；
- 同业网络实力。

5.3.4.3 互联网营销平台

通过互联网构建的营销渠道评价因素应包含但不限于：

- 自营平台,从平均日活跃用户数、平均月活跃用户数和日均IP访问量三个维度评价；
- 平台内经营商,从加入平台实力和评价期限内年均收客量两个维度评价。

5.3.4.4 跨界营销网络

评价因素应包含但不限于：

- 跨界行业数量；
- 跨界合作规模。

注：跨界营销网络指通过其他行业构建仅用于市场推广的营销渠道。

5.3.5 宣传推广方式

5.3.5.1 宣传单页与海报

评价因素应包含但不限于：

- 设计水平；
- 规范性；
- 真实性；
- 当前产品覆盖率。

5.3.5.2 自媒体

评价因素应包含但不限于：

- 自媒体数量；
- 设计水平；
- 规范性；
- 真实性；

- 营销功能；
- 软文推广；
- 当前产品覆盖率；
- 自媒体关注度。

5.3.5.3 其他营销推广方式

评价因素为报纸、杂志等其他传统媒介。

5.3.6 旅游电子商务

通过电子商务的营销收入评价因素应包含但不限于：

- B2B 电子商务营销规模；
- B2C 电子商务营销规模。

5.3.7 客户管理

5.3.7.1 客户回访

评价因素应包含但不限于：

- 客户回访率；
- 客户回访规范性。

5.3.7.2 客户消费分析报告

评价因素应包含但不限于：

- 客户分析维度；
- 数据详实度；
- 分析结论的实用性。

5.3.8 营销风险管理

5.3.8.1 批量采购风险管理

评价因素应包含但不限于：

- 是否有风险评估；
- 风险评估的系统性、科学性；
- 风险处置预案的可行性。

5.3.8.2 滞销风险管理

评价因素应包含但不限于：

- 是否有滞销风险处置；
- 滞销风险处置的及时性；
- 滞销风险处置方法的有效性。

5.3.9 企业官方网站

评价因素应包含但不限于：

- 更新及时性；
- 推广、预定、支付等功能丰富性。

5.3.10 会员俱乐部

评价因素应包含但不限于：

- 章程与组织；
- 活动开展情况。

5.4 诚信品质

5.4.1 社会认可度

5.4.1.1 企业集体荣誉

评价因素应包含但不限于：

- 国家级荣誉；
- 省级荣誉；
- 市级荣誉。

5.4.1.2 员工个人荣誉

评价因素应包含但不限于：

- 国家级荣誉；
- 省级荣誉；
- 市级荣誉。

5.4.1.3 客户满意度

评价因素应包含但不限于：

- 客户对产品的满意度；
- 客户对营销的满意度；
- 客户对服务的满意度。

5.4.1.4 投标业务中标情况

评价因素应包含但不限于：

- 中标数量；
- 中标金额。

注：投标业务中标项目与入境外联和接待重要团队、国内接待重要团队三选一。

5.4.1.5 入境外联和接待重要团队

评价因素应包含但不限于：

- 规模或高端团队数量；
- 规模或高端团队营业收入。

注：规模与高端团队的具体要求由评价方案确定。

5.4.1.6 国内接待重要团队

评价因素应包含但不限于：

- 规模或高端团队数量；
- 规模或高端团队营业收入。

5.4.1.7 社会影响

评价因素应包含但不限于：

- 官方媒体对企业正面报道；
- 官方媒体对员工正面报道；
- 评价期限内是否造成恶劣的社会影响。

5.4.2 行业认可度

5.4.2.1 行业协会荣誉

评价因素应包含但不限于：

- 企业集体荣誉；
- 员工个人荣誉。

5.4.2.2 合作商授予荣誉

评价因素应包含但不限于：

- 区域联盟授予荣誉；
- 航空公司、邮轮公司授予荣誉；
- 5A 级景区、5 星级旅行社授予荣誉。

5.4.2.3 配合行业主管部门工作

评价因素应包含但不限于：

- 变更备案及时性；
- 活动参与积极性。

5.4.2.4 参加行业协会组织

评价因素应包含但不限于：

- 全国行业协会；
- 省行业协会；
- 市行业协会。

5.4.2.5 参加行业协会组织活动

评价因素为参与行业协会组织开展活动的参与率，由行业协会认定并出具证明。

5.4.2.6 未受到主管部门通报批评

由主管部门认定并出具证明。

5.4.3 专业认证

评价因素应包含但不限于：

- 国际质量体系认证；
- 国内质量或诚信认证。

5.4.4 公益与社会活动

5.4.4.1 公益事业

评价因素应包含但不限于：

- 公益捐赠情况；
- 公益活动情况。

5.4.4.2 社会活动

评价因素应包含但不限于：

- 承办政府部门活动；
- 主办、组织社会、行业影响大的活动；
- 受邀参与政府组织的旅游节庆活动。

5.5 服务品质

5.5.1 咨询服务

5.5.1.1 咨询电话

评价因素应包含但不限于：

- 是否自动播报企业名称；
- 营销宣传资料中咨询电话是否明确；
- 呼叫中心规模。

5.5.1.2 网上咨询

评价因素应包含但不限于：

- 咨询方式；
- 咨询席位数量。

5.5.1.3 接待咨询

评价因素应包含但不限于：

- 接待咨询环境；
- 接待人员制服规范性；
- 接待人员服务意识与能力。

5.5.2 旅游合同

评价因素应包含但不限于：

- 合同报备；
- 合同填写与签章的规范性；
- 合同内容的规范性；
- 附件、补充协议的规范性；
- 电子合同使用情况。

5.5.3 行前服务

5.5.3.1 行前说明主要内容

评价因素为LB/T 040第6章中的告知内容。

5.5.3.2 行前说明的告知与确认

评价因素应包含但不限于：

- 行前说明告知形式；
- 旅游者获得并阅读告知内容的确认方式；
- 相关记录的归档保存与管理。

5.5.4 行中服务

5.5.4.1 导游（领队）服务

评价因素应包含但不限于：

- 评价期限内未受到过行业主管部门行政处罚；
- 旅游合同和接待计划履行情况；
- 服务项目变更和游客认可情况；
- 有无诱导或强迫游客购买商品等情况；
- 遇到突发事件报告并采取应对措施情况。

注：评价期限具体由评价方案确定。

5.5.4.2 自由行（活动）支持服务

评价因素应包含但不限于：

- 常见问题的解答服务；
- 游客遇到困难时的技术服务。

5.5.4.3 行中增值服务

评价因素应包含但不限于：

- 是否有相关制度；
- 服务内容相关佐证材料。

5.5.4.4 行中纠纷解决

评价因素应包含但不限于：

- 是否有行中纠纷解决机制；
- 纠纷解决文档资料。

5.5.5 行后服务

评价因素应包含但不限于：

- 顾客意见；
- 投诉处理；
- 增值服务。

5.5.6 服务质量暗访

5.5.6.1 组团社服务质量暗访

可通过现场或电话暗访咨询、接待、销售、投诉等岗位，评价其服务意识、服务能力等。

5.5.6.2 地接社服务质量暗访

可通过电话暗访咨询、操作、投诉等岗位，评价其服务意识、服务能力等。

5.6 设施品质

5.6.1 经营场所

5.6.1.1 经营场所面积

评价因素应包含但不限于：

- 办公场所总面积¹⁾；
- 服务网点总面积。

注：办公场所与服务网点面积不能重复统计。

5.6.1.2 场所稳定性

评价因素为自有产权或租赁合同。计算自有产权的面积不应少于总面积的50%；场所为租赁的，根据实际已经租用的累计时间而非有效协议中的一次租赁时间进行评价。

5.6.1.3 功能布局

评价因素应包含但不限于：

- 功能区划是否明显；
- 区划布局是否合理。

5.6.1.4 办公环境

评价因素应包含但不限于：

- 是否美观、舒适、明亮、环保；
- 是否物品摆放整齐、过道通畅；
- 是否落实垃圾分类；
- 各部门标识是否明确；
- 财务部门是否相对独立、安全性好。

5.6.1.5 接待环境

评价因素应包含但不限于：

- 接待场所标识是否清晰、醒目；
- 是否美观、舒适、明亮、环保；
- 是否有满足接待高峰的足够座椅；
- 是否有与营销推广配套的信息展示；
- 是否有实用的便民设施及用品。

5.6.2 设备配置

5.6.2.1 办公设备

评价因素应包含但不限于：

- 电脑、打印机、复印机等常用设备是否齐全；
- 设备性能是否良好。

5.6.2.2 安全设备

评价因素应包含但不限于：

- 常用安全设备是否齐全；
- 设备是否在有效期内；
- 设备性能是否良好；
- 是否有遮挡阻碍。

5.6.2.3 网络设备

评价因素为网络信号强弱与网速快慢等。

5.6.2.4 员工便利设施设备

评价因素为是否有员工茶水间、冰箱、微波炉等。

5.6.3 固定资产

评价因素为固定资产净值。

5.7 经营状况

5.7.1 营业年限

评价因素为营业执照上的设立时间。

5.7.2 经营规模

5.7.2.1 注册资本

评价因素应包含：

- 注册资本，应以营业执照或章程中的金额为准；
- 实缴资本，应以审计报告或财务报告中提供的数据为准。

5.7.2.2 员工总数

评价因素应包含但不限于：

- 员工总数，以社保清单为准，退休人员应以劳务发票为准；
- 专职导游总数，以全国旅游监管服务平台企业导游数据为准。

5.7.3 经营业绩

5.7.3.1 年均组接业务量

评价因素应包含但不限于：

- 年均组织接待人次；
- 年均组织接待人天；
- 组织接待人次年增长率，对增长快的旅行社可给予额外加分；
- 年均入境外联与接待量，对业绩突出的旅行社可给予额外加分；
- 年均国内接待量，对业绩突出的旅行社可给予额外加分。

5.7.3.2 年均营业收入

评价因素应包含但不限于：

- 年均营业收入，但出境社和非出境社应有所区别；

——营业收入年增长率，有年份增长率较高，但评价期限内其他年份不能负增长。

5.7.3.3 年均实缴税金

评价因素为企业缴纳的税和费。

注：应依据由税务部门盖章确认的企业完税证明；个人所得税、个人五险一金等不得计入在企业实缴税金内。

6 评价推广

6.1 评价方案

应根据行业发展实际，兼顾系统性、可行性、指导性与前瞻性，以评价指标体系（第4章）特别是评价指标及说明（第5章）为依据制定符合本文件要求的评价方案。具体开展品质旅行社评价应按照评价方案进行。评价方案中应当明确基本条件、评价程序、必备项目、评价指标及权重、各品质等级要求等。评价方案应根据行业发展实际与趋势进行调整与改进。

6.2 评价方式

6.2.1 文档审核

通过对申评企业提供的文档材料进行审核、检查，以评判其是否达到相关指标设定的要求或达标程度。文档材料包括纸质文档和电子文档。

6.2.2 现场勘察

通过实地勘察申评企业的经营环境、设施设备、应用软件等，以评判其是否达到相关指标设定的要求或达标程度。

6.2.3 访谈询问

通过对申评企业的管理人员、工作人员、往来客户进行访谈、询问等，以评判其是否达到相关指标设定的要求或达标程度。访谈、询问等既可以面对面方式开展，也可以通过电子或纸质方式进行。

6.2.4 系统查询

通过全国旅游监管服务平台的旅行社管理系统、导游管理系统或省有关旅行社行业统计系统进行查询，以了解相关指标对应的统计数据，计算并评判其是否达到相关指标设定的要求或达标程度。

6.2.5 暗查暗访

评价人员以客户的身份对申评企业的经营场所、服务网点、公开电话等进行咨询、投诉等，以评判其是否达到相关指标设定的要求或达标程度。

6.3 评价报告

应按照评价方案，对申评旅行社开展评价，进行评价结果汇总与分析，出具评价报告。评价报告内容宜包括但不限于以下内容：

- 评价对象；
- 评价日期；
- 评价依据；
- 评价过程；

- 基本条件与必备项目审核结论；
 - 存在问题、整改要求与发展建议；
 - 评价结果与意见；
 - 评价报告日期。
-