

本标准已于2022年08月18日在上海市市场监督管理局登记，登记号T/312851310107F26402022

ICS 号：03.120.20

中国标准文献分类号：A 00

团 体 标 准

T/STIC120061-2022

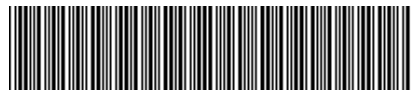
旅游节庆服务认证要求

Requirements for service certification of tourism festival

2022-04-22 发布

2022-04-30 实施

上海市检验检测认证协会 发布



22072013502527

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 服务要求	1
4.1 筹备服务	1
4.2 现场服务	2
4.3 保障服务	3
4.4 合作服务	3
4.5 后续服务	4
5 管理要求	4
5.1 通用要求	4
5.2 特定要求	4
6 服务认证评价	7
6.1 认证准则	7
6.2 认证模式	8
6.3 认证结果	8
附录 A（规范性） 旅游节庆服务要求测评工具	9
附录 B（规范性） 旅游节庆管理要求测评工具	13

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。

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。

本文件由上海市检验检测认证协会提出并归口。

本文件起草单位：上海市文化和旅游事业发展中心、华东师范大学、上海质量体系审核中心、上海市旅游行业协会、上海市质量和标准化研究院、上海市检验检测认证协会。

本文件主要起草人：程梅红、徐军、李平、姚炼烨、楼嘉军、谭平、宋长海、侯新冬、陈彦婷、许宾、王婷、严卓明、高之颖。

首批承诺执行单位：上海市文化和旅游事业发展中心、上海市旅游行业协会、上海质量体系审核中心、上海市质量和标准化研究院、上海市检验检测认证协会。

本文件为首次发布。



旅游节庆服务认证要求

1 范围

本文件规定了旅游节庆举办单位提供旅游节庆服务认证的规范性要求，包括服务要求、管理要求和认证评价要求等。

本文件适用于认证机构实施旅游节庆服务认证活动，也适用于旅游节庆举办单位规范其服务活动、以及举办单位的相关方对其符合性的确认。

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 27207-2020 合格评定 服务认证模式选择与应用导则

国清组发2019[1号] 节庆活动管理办法实施细则

DB31/T1029-2016 旅游节庆活动服务质量要求

3 术语和定义

下列术语和定义适用于本文件。

3.1 旅游节庆

依托当地独具特色和影响力的旅游资源，为提升当地旅游形象、扩大市场影响、发展旅游业而开展的节庆活动。

3.2 旅游节庆举办单位

以自身名义发起或受其他单位委托并召集举办（包括以主办、协办、赞助、支持等名义）旅游节庆的法人或其他机构。

3.3 旅游节庆服务认证

认证机构证明旅游节庆的筹备、组织、推广和接待等服务，符合相关标准和技术规范要求的合格评定活动。

4 服务要求

4.1 筹备服务

4.1.1 组织筹备服务

4.1.1.1 应设立旅游节庆筹备与管理的专门机构。

4.1.1.2 应有旅游节庆实施方案，包括但不限于：活动内容、开/闭幕式安排、嘉宾邀请人数，以及具体流程和重要节点。

4.1.1.3 旅游节庆举办时间、地点应具有一定的延续性。

4.1.1.4 应确定每届旅游节庆主题。

4.1.1.5 应有丰富的活动内容与活动类型。

4.1.1.6 应有独特的旅游节庆元素，包括但不限于 LOGO、口号、主题歌、吉祥物。

4.1.1.7 应有体现旅游节庆特色的纪念品，且有展示场所。

4.1.2 宣传推广服务

4.1.2.1 应及时发布旅游节庆信息，包括但不限于：

- a) 旅游节庆方案，应包括时间、地点、活动内容、主办单位、协办单位和承办单位；
- b) 旅游节庆宣传推广计划；
- c) 旅游节庆邀请嘉宾和演出团队；
- d) 旅游节庆宣传片；
- e) 重大变更通知。

4.1.2.2 应提供旅游节庆宣传推广渠道，包括但不限于：

- a) 旅游节庆宣传网站或在相关部门网站上开设宣传专栏；
- b) 新闻发布会；
- c) 旅游咨询服务网点；
- d) 星级酒店/精品酒店/经济型酒店；
- e) 旅行社（包括 OTA）；
- f) 电视、广播、报纸、刊物；
- g) 微博、微信小程序、公众号；
- h) 灯箱广告、LED 电视屏、彩旗。

4.1.2.3 旅游节庆宣传推广计划应包括但不限于：地方特色旅游景点、特色旅游路线。

4.2 现场服务

4.2.1 开/闭幕式服务

4.2.1.1 应根据旅游节庆规模和特点，落实开/闭幕式活动方案。

4.2.1.2 旅游节庆开/闭幕式方案的重点内容应包括但不限于：

- a) 邀请重要嘉宾；
- b) 巡游活动；
- c) 国内外艺术团队表演。

4.2.2 进/出场服务

4.2.2.1 应根据旅游节庆规模设立相应数量的进/出口，设置醒目规范的指引标志。

4.2.2.2 应在进/出口配备引导人员，并安排安保人员维持秩序。

4.2.2.3 应规划合理的进/出场路线，合理分流人群，避免人流堵塞。

4.2.3 残疾人服务

有残疾人参加的活动现场，应配备适合他们使用的设施设备，且有醒目规范的指引标志。

4.2.4 预约/预售服务

4.2.4.1 应提供线上和线下相结合的预约/预售服务，形式包括但不限于：电话、网络、门店。

4.2.4.2 承担预约/预售服务的工作人员应使用规范用语，热情礼貌。

4.2.5 咨询服务

4.2.5.1 应提供线上和线下相结合的咨询服务方式，形式包括但不限于：电话、网络、门店。

4.2.5.2 涉外咨询应提供相应语种服务。

4.2.6 工作人员服务

4.2.6.1 应为旅游节庆工作人员提供服务，包括但不限于：

- a) 保险服务；
- b) 交通服务；
- c) 餐饮服务。

4.2.6.2 应为旅游节庆志愿者提供服务，包括但不限于：

- a) 制定旅游节庆志愿者计划；
- b) 为志愿者提供服务工作证件和志愿者服装。

4.3 保障服务

4.3.1 安保服务

4.3.1.1 应提供现场安全服务，包括但不限于：

- a) 提供现场导览服务，用醒目规范指引标志注明紧急出口位置；
- b) 设立便于识别和理解的指示牌标识；
- c) 在危险区域设置防护栏和警示标语；
- d) 确保各疏散通道畅通；
- e) 制定突发事件应急预案，且有三个级别及以上的应对方案。

4.3.1.2 应设置现场安检服务区域，包括但不限于：

- a) 通道数量与客流量相适宜，根据类别标明通道用途；
- b) 在安检区域和通道设置完整清晰的安检标识；
- c) 根据安检通道数量，按比例配备相应的安检人员。

4.3.1.3 应提供现场证件服务方案，包括但不限于：

- a) 为嘉宾、演职人员、媒体记者、工作人员和志愿者提供现场出入证；
- b) 明确证件种类和使用说明。

4.3.2 交通服务

应提供现场交通服务，包括但不限于：

- a) 发放旅游节庆车辆进/出场通行证和停车证；
- b) 应为嘉宾、演职人员、媒体记者提供交通接送服务；
- c) 应与相关部门协作，确定车辆停靠/停车地点，确保旅游节庆交通顺畅；
- d) 应制定应急方案，在紧急情况时有可选择的行车路线或运输车辆。

4.3.3 餐饮服务

现场餐饮服务应符合节庆所在地食监部门的要求。

4.3.4 医疗急救服务

应提供医疗救援服务，包括但不限于：

- a) 现场医疗急救点人员配置应满足实际需求；
- b) 服务时间应与活动举办时间相适应。

4.3.5 应急通讯服务

应提供应急通信服务，包括但不限于：

- a) 配备应急通信车；
- b) 应急车内加载 4G/5G 及天线设备。

4.4 合作服务

4.4.1 参演团队服务

4.4.1.1 应为参加旅游节庆的演职人员提供迎送、住宿以及餐饮服务等。

4.4.1.2 应为境外演职人员办理入境签证提供协助服务。

4.4.2 媒体服务

4.4.2.1 应为媒体注册申请提供服务，包括中英文两种语言的电话和邮件服务。

4.4.2.2 应为媒体提供住宿酒店或合作酒店选择服务，设立媒体自驾车停车点。

4.4.2.3 应为媒体报道提供服务，包括但不限于：

- a) 成立新闻中心；
- b) 为媒体提供旅游节庆活动方案；
- c) 在活动举办前、举办中、举办后，为媒体提供相关新闻稿、活动集锦素材；
- d) 为文字、摄影、采访、新闻发布的各类记者提供对应服务。

4.4.2.4 应为电视台、电台和网络媒体提供现场转播服务，包括但不限于：

- a) 设立现场演播室；
- b) 为直播和转播提供协调服务；
- c) 为现场采访或拍摄提供服务。

4.4.3 商业合作服务

4.4.3.1 应制定商业合作招商方案。

4.4.3.2 应为商业合作单位提供服务，包括但不限于：

- a) 为商业合作单位的广告展示、广告投放提供场所、展位或设施服务；
- b) 为商业合作单位的展位搭建、验收、撤展提供服务；
- c) 为商业合作单位的宣传推广提供服务。

4.5 后续服务

4.5.1 投诉处理服务

应制定投诉处理服务方案，包括但不限于：公布投诉受理服务热线和处理流程，按照规定时间处理投诉。

4.5.2 合作关系维护服务

4.5.2.1 应在旅游节庆结束后对参演团队、商业合作单位和媒体进行回访，形式包括但不限于：现场回访、电话回访、邮件回访。

4.5.2.2 回访内容包括但不限于：

- a) 征求对本届旅游节庆的意见和建议；
- b) 征询参加下届旅游节庆的意愿。

4.5.2.3 应提供商业合作效益评估服务，包括但不限于：商业合作单位权益回报执行情况，公众和媒体对活动的综合评价。

5 管理要求

5.1 通用要求

5.1.1 应建立质量管理体系，为确保实施有效性，采取的措施包括但不限于：

- a) 明确旅游节庆服务流程，识别服务接触点，确定服务接触面，建立服务总蓝图；
- b) 针对筹备服务、现场服务、保障服务、合作服务和后续服务，建立服务子蓝图；
- c) 明确为确保服务质量提供所需的准则和方法；
- d) 确保可以获得必要的资源和信息，以支持服务提供的运作、监视、测量和分析；
- e) 采取必要和妥当措施，以实现质量管理体系的持续改进。

5.1.2 针对所选择的任何影响服务要求的外部供方提供的过程或服务，组织应确保对其实施控制。对合作方等提供的过程或服务的控制类型和程度，应在质量管理要求中加以规定。

5.2 特定要求

5.2.1 管理目标

应建立包含服务要求的管理目标，包括但不限于：

- a) 旅游节庆举办周期每年至少一届；
- b) 旅游节庆累计接待观众 ≥ 500 万人次；
- c) 参与旅游节庆的境外国家和地区 ≥ 10 个；
- d) 旅游节庆期间无人为处理不当而导致的重大伤亡事故；
- e) 投诉处理率 100%；
- f) 观众满意率 $\geq 85\%$ 。

5.2.2 筹备管理

5.2.2.1 应提供举办旅游节庆的申办报告，包括但不限于：旅游节庆内容、客源市场、资金来源、社会经济状况、环境安全以及推广计划。

5.2.2.2 应制定旅游节庆实施计划，包括但不限于：

- a) 确定旅游节庆的主要活动内容、活动类型、演出团队，以及重要嘉宾邀请人数；
- b) 确定旅游节庆的具体流程和主要节点；
- c) 工作进度计划应采用框图式构架。

5.2.2.3 应制定旅游节庆应急计划，包括但不限于：

- a) 成立旅游节庆应急领导小组；
- b) 应急预案的内容涵盖安全、消防、天气、电力、医疗、通讯和人员安排。

5.2.2.4 应进行旅游节庆审批（备案），包括但不限于：市/区级人民政府、公安部门、消防部门、交通部门。

5.2.2.5 应加强旅游节庆文档管理，包括但不限于：旅游节庆认定、审批备案、实施阶段和总结阶段的文件，以及与相关合作单位签定的合同。

5.2.3 市场美誉度管理

5.2.3.1 旅游节庆应有一定的连续举办的年限。

5.2.3.2 每届旅游节庆举办时间应 ≥ 10 天；

5.2.3.3 应有确定的媒体参与和报道的管理目标，包括但不限于：

- a) 国家级电视台、地方电视台或地方卫视进行旅游节庆开幕式的报道、转播或录播；
- b) 中央报刊、地方报刊参与旅游节庆报道；
- c) 知名网络媒体进行旅游节庆开幕式实况转播或录播；
- d) 知名自媒体有关旅游节庆信息转发量或点击量。

5.2.3.4 应获得的荣誉称号或奖项，包括但不限于：

- a) 国家级/省市级/区级政府机构颁发的荣誉称号或奖项；
- b) 国际旅游组织或其他国际组织颁发的荣誉称号或奖项；
- c) 专业权威机构颁发的荣誉称号或奖项。

5.2.4 管理专业度

5.2.4.1 现场协调管理

应成立现场协调指挥中心，协调事项包括但不限于：

- a) 接受举办管理机构的直接领导，执行举办管理机构的管理指令和管理要求；
- b) 及时向举办管理机构汇报现场情况；
- c) 对服务和管理的各方面进行现场协调；
- d) 有效处置现场突发情况。

5.2.4.2 应急保障管理

应提供旅游节庆场地应急保障方案，包括但不限于：

- a) 建立场地保障应急机制；
- b) 配备必需的应急保障人员；
- c) 配置应急通信设备。

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：<https://d.book118.com/405033320113011142>