国家级旅游休闲街区

认定申请报告书

旅游休闲街区名称

申 请 单 位

推 荐 单 位

二〇XX年X月

**目 录**

一、推荐意见……………………………………………………………8

二、初审情况……………………………………………………………8

三、旅游休闲街区基本情况……………………………………………9

四、国家级旅游休闲街区申请…………………………………………16

五、当地文化和旅游行政部门审核意见………………………………17

六、国家级旅游休闲街区评分细则……………………………………18

说明：填写本报告书前，请仔细阅读《旅游休闲街区等级划分》（LB/T 082-2021）。

一、推荐意见（由推荐单位填写）

|  |
| --- |
| 中华人民共和国文化和旅游部：  根据《旅游休闲街区等级划分》（LB/T 082-2021），经 省（自治区、直辖市）文化和旅游行政部门初审合格，推荐 申报国家级旅游休闲街区，特申请予以认定。  推荐单位：  （盖章）  年 月 日 |

二、初审情况（由推荐单位填写）

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 是否达标 | 细则一 | | 细则二 | 负责人  签字 |
| 强制性  指标 | 基础评分  （100分） | 综合评分  （1000分） |
|  |  |  |  |  |

三、旅游休闲街区基本情况（由申报单位填写）

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 四至范围 |  | | | | | | | | | | | |
| 地理位置 | □历史文化保护区 □中心城区 □中心镇区 | | | | | | | | | | | |
| 运营管理机构 |  | | | | | | | | | | | |
| 机构类型 | □政府机构 □事业单位 □企业 □其他 | | | | | | | | | | | |
| 联系人 |  | | | | | 机构人数 | | |  | | | |
| 车辆通行方式 | □纯步行 □分段步行 □限制车辆通行，时段： | | | | | | | | | | | |
| 功能定位 | □综合型 □专业型（具体类型： ） | | | | | | | | | | | |
| 总占地面积 |  | | ㎡ | | | 总建筑面积 | | |  | | ㎡ | |
| 主街长 |  | | 米 | | | 主街宽 | | |  | | 米 | |
| 上年客流量 |  | | 万人 | | | 国际客流量 | | |  | | % | |
| 街区内户籍人口数 |  | | 人 | | | 流动人口数 | | |  | | 人 | |
| 80%以上经营单位营业时间 | ～ | | | | | 停车场面积 | | |  | | ㎡ | |
| 规划等级/批准时间 | □国家级  □省级 | | 年 | | | 应急系统 | | | □咨询、投诉、救援电话公布  □公共广播系统或应急呼叫系统 | | | |
| 获得的荣誉/  批准时间 | A级景区/时间 | | | A/　年 | | | 历史文化街区/时间 | | | □国家级/　年  □省级/　年 | | |
| 其他荣誉称号及批准时间： | | | | | | | | | | | |
| 经营情况 | | | | | | | | | | | | |
|  | 店铺数量 | | | | 经营面积 | | | | 上年营业额 | | | |
| **合计** |  | 个 | | | ㎡ | | | |  | | 万元 | |
| 文化创意类 |  | 个 | | | % | | | |  | | % | |
| 观光景点类 |  | 个 | | | % | | | |  | | % | |
| 餐饮类 |  | 个 | | | % | | | |  | | % | |
| 购物类 |  | 个 | | | % | | | |  | | % | |
| 文化体育类 |  | 个 | | | % | | | |  | | % | |
| 休闲娱乐类 |  | 个 | | | % | | | |  | | % | |
| 运营与管理措施 | 咨询服务处 | | | | | □ | | 专门客服人员 | | | | □ |
| 包装、快递、寄存服务 | | | | | □ | | 残障人士服务 | | | | □ |
| 设立消费退货维权点 | | | | |  | | 定期培训 | | | | □ |
| 规范经营 | | | | | □ | | 访客满意度 | | | | 分 |
| 卫生安全情况 | 分类垃圾箱数量 | | | | |  | | 治安机构或治安联络点 | | | | □ |
| 消防、防盗、防暴、救护等设施设备 | | | | | □ | | 专职、专业保安人员 | | | | □ |
| 医疗服务 | | | | | □ | | 警示警告标志 | | | | □ |
| A级旅游厕所数量 | | | | | □ | | 3A级旅游厕所数量 | | | | □ |
| 导览系统 | 全景导览图 | | | | | □ | | 区域导览牌或导览图 | | | | □ |
| 铭牌标识和景物解说牌 | | | | | □ | | 店铺统一编号 | | | | □ |
| 文化特色 | 非遗展示与活动 | | | | | □ | | 创意性和艺术性业态 | | | | □ |
| 文化展示 | | | | | □ | | 标志性景观 | | | | □ |
| 文化景观和空间 | | | | | □历史建筑 □名人故居 □博物馆 □文化馆 □实体书店及图书馆（分馆） □小剧场 □美术馆 □演艺空间 □电影院 □公共艺术空间 □其他 | | | | | | |
| 证明材料附件 | 1.红线范围图  2.总览图  3.街区业态列表及分布图  4.县级以上自然资源部门关于土地使用符合法律法规有关规定的相关材料  5.管理机构关于近2年主要经营主体无严重违法违规等行为记录和未发生重大旅游安全责任事故、社会反响强烈的负面舆情事件的承诺书  （注：相应图、表和报告需作为附件提供，图纸要求按实际比例制作，内容清晰可辨、色彩饱满） | | | | | | | | | | | |
| 旅游休闲街区总体情况介绍（此介绍纸版可附页，电子版可单独上传附件包含图文内容） | | | | | | | | | | | | |
| 街区文化和旅游资源概述 | | | | | | | | | | | | |
| 街区公共服务体系建设情况（标识引导系统、线上旅游信息服务、线下综合服务中心、智慧旅游建设、旅游交通服务、旅游厕所等） | | | | | | | | | | | | |
| 街区经营和举办活动情况概述  街区知名度和品牌影响力概述 | | | | | | | | | | | | |

四、国家级旅游休闲街区申请（由申报单位填写）

|  |
| --- |
| 根据《旅游休闲街区等级划分》（LB/T 082-2021），本旅游休闲街区自愿申报国家级旅游休闲街区，并全面填写申请报告书的各项内容，对其真实性负责。  旅游休闲街区管理机构负责人签字：    旅游休闲街区管理机构（公章）    年 月 日 |

## 五、当地文化和旅游行政部门审核意见

|  |
| --- |
| 负责人签字：  地市级文化和旅游行政部门（公章）  年 月 日  负责人签字：  县级文化和旅游行政部门（公章）  年 月 日 |

**国家级旅游休闲街区评分细则**

# 说明：

# 根据《旅游休闲街区等级划分》（LB/T 082-2021）的相关规定制定本细则。本细则共分为两个部分：

细则一：国家级旅游休闲街区基础评价细则

细则二：国家级旅游休闲街区综合评价细则

国家级旅游休闲街区需达到如下条件：

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 细则一 | | 细则二 |
| 强制性指标 | 基础评价（100分） | 综合评价（1000分） |
| 达标 | 85 | 900 |

细则一：国家级旅游休闲街区基础评价细则

说明：

1.本细则共两部分，第一部分为强制性指标，主要依据《旅游休闲街区等级划分》行业标准（LB/T 082-2021）中规定的国家级旅游休闲街区的必要条件；第二部分为文化特色与旅游休闲业态服务基础评价。

2.进行第一部分强制性指标评价时，须对每一项指标进行评分，结果分为“达标”和“不达标”两种，6项指标均达标时，总评为“达标”；有任意一项或以上指标不达标，总评为“不达标”。

3.进行第二部分文化特色与旅游休闲业态服务基础评价时，由评定组成员分别对评价项目计分，最后汇总计算分数。

4.第一部分强制性指标，国家级旅游休闲街区须“达标”；第二部分文化特色与旅游休闲业态服务基础评价，国家级旅游休闲街区须达到85分。第一部分 强制性指标

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | 指标内容 | 是否达标 |
| 1 | 应培育和践行社会主义核心价值观，倡导文明旅游、低碳环保和绿色消费。 | 是/否 |
| 2 | 应具有明确的空间范围。国家级旅游休闲街区总占地面积不小于5万平方米或主街长度不小于500米。 | 是/否 |
| 3 | 国家级旅游休闲街区应有相当部分为步行街。 | 是/否 |
| 4 | 应具有统一有效的管理运营机构。 | 是/否 |
| 5 | 应具备文化展示与体验、游览、购物、餐饮、休闲、娱乐等功能，具有文化特色的业态比例不应少于40%。 | 是/否 |
| 6 | 应具有应对各类突发事件的应急预案。近2年内未发生重大安全责任事故和社会反响强烈的负面舆情事件。 | 是/否 |
|  | 总评 |  |

第二部分 文化特色与旅游休闲业态服务基础评价

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **序号** | **评价项** | **评价内容** | **说明** | **得分** |
| 1 | 文化特色（20分） | 文化资源丰富、特色鲜明突出，具有多样化的文化景观，有丰富的文化展示空间和活动，在全国各省（区、市）层面具有较高的知名度。 | 文化资源不丰富特色不突出的，酌减1-4分；文化景观和展示空间不足的，酌减1-4分；地方文化或创意文化业态不丰富的，酌减1-4分；文化活动数量质量不足的，酌减1-4分；在全国各省（区、市）知名度不高的，酌减1-4分。 |  |
| 2 | 环境特色  （10分） | 环境整洁卫生，建筑特色鲜明与周边景观协调，突出绿色发展理念，与当地社区有机融合；严禁大拆大建，拆真建假，随意拆除老建筑、砍伐老树等情况。 | 环境卫生整洁度不够的，酌减1-3分；设计缺乏特色和创意的，酌减1-3分；绿色、环保、低碳发展不足的，酌减1-3分；街区和周边社区隔离或存在严重资源争夺的，酌减1-3分。有随意拆除老建筑、砍伐老树等情况，发现一处减3分。 |  |
| 3 | 业态布局（20分） | 休闲业态种类丰富，经营单位数量充足，消费业态创新，积极发展夜间经济，有品牌化店铺，在全国各省（区、市）具有较高的知名度和美誉度，能满足访客体验、游览、购物、餐饮、娱乐等需要。 | 业态种类单一的，未能充分体现休闲业态的，酌减1-4分；经营单位数量不足，难以满足访客的休闲、游览、购物、餐饮、娱乐等多种体验的，酌减1-4分；消费业态创新不足，根据实地情况夜间经济不充分的，酌减1-4分；品牌店铺不突出且吸引力、知名度和美誉度不足的，酌减1-4分；本地业态不突出的，难以让访客实现本地旅游体验的，酌减1-4分。 |  |
| 4 | 服务与设施（15分） | 标识导览系统完备，标牌醒目指示清晰，公共服务设施布局合理，可为访客提供丰富的游览服务，智慧旅游服务发展水平较高。 | 标识导览系统不完备，标牌指示模糊，访客难以找到核心旅游吸引物和文化景观及展示空间的，酌减3-5分；休息、游览、厕所、停车等公共服务设施布局不合理，数量不能满足访客需求的，酌减3-5分；智慧旅游服务落后的，酌减3-5分。 |  |
| 5 | 管理与安全  （15分） | 安全管理制度健全，有安全处理预案及应急救援机制，对外公布访客咨询、投诉和紧急救援电话，且24小时畅通，安全管理信息化和大数据应用水平较高。 | 安全管理制度不健全，访客的基本人身和财物安全保障不足的，酌减5-10分；安全处置和应急救援体系不完备的，酌减5-8分；访客咨询、投诉和紧急救援电话公布不及时、值守不到位的，酌减1-3分；安全管理智慧化水平不高的，酌减1-5分 |  |
| 6 | 品牌影响（10分） | 具有稳定的访客接待量，国家级旅游休闲街区年接待访客量应不少于80万人次，具有专门制定的街区品牌整体推广措施，街区内企业和个体要诚信经营，注重口碑。 | 旅游休闲街区应具有稳定的访客接待量，访客量达不到80万的，减10分；没有专门的街区品牌整体推广措施的，减3分；出现网络负面舆情和旅游投诉的，酌减1-3分；街区内企业法人和个人不能出现文化和旅游市场严重失信主体，发现一个减3分。 |  |
| 7 | 规划方案（10分） | 有经主管部门批准或将要批准实施的旅游休闲街区规划或区县人民政府批准的旅游休闲街区建设方案等。 | 没有主管部门批准或区县人民政府批准或将要批准实施的规划或街区建设方案的，酌减3-5分；规划和建设方案未能凸显旅游休闲街区建设的，酌减1-3分；规划在业态布局、特色定位、服务与设施配套等方面有明显不合理的，酌减1-3分。 |  |
| 8 | 基础评价总分  （100分） |  | 总分为上述7项所得分数之和。 |  |

细则二：国家级旅游休闲街区综合评价细则

说明：

1. 国家级旅游休闲街区综合评价细则的满分为1000分。

2.国家级旅游休闲街区分数标准如下：

总得分900（含）分以上。

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **序号** | **评定项目** | | **大项分值** | | | **分项分值** | **小项分值** | | **计分** |
| **1** | **可进入性** | | **55** | | |  |  | |  |
| **1.1** | **出入口数量** | |  | | | **20** |  | |  |
|  | 开放式区域，有4个以上出入口 | |  | | |  | 20 | | / |
| 有3个出入口 | |  | | |  | 10 | | / |
| **1.2** | **交通便捷性** | |  | | | **35** |  | |  |
| **1.2.1** | **交通方式多样** | |  | | |  | **15** | |  |
|  | 街区及出入口周边200米范围内有5条以上公交线路或旅游专线或轨道交通可直达 | |  | | |  | 15 | | / |
| 街区及出入口周边200米范围内有3条以上公交线路或旅游专线或轨道交通可直达 | |  | | |  | 10 | | / |
| 街区及出入口周边200米范围内有1条以上公交线路或旅游专线或轨道交通可直达 | |  | | |  | 5 | | / |
| **1.2.2** | **停车场地** | |  | | |  | **20** | |  |
|  | 停车场（含社会停车场）有1000个以上车位，有专人值管；有旅游巴士区 | |  | | |  | 20 | | / |
| 停车场（含社会停车场）有800个以上车位，有专人值管；有旅游巴士区 | |  | | |  | 15 | | / |
| 停车场（含社会停车场）有500个以上车位 | |  | | |  | 10 | | / |
| 附近有社会停车场可供停车 | |  | | |  | 5 | | / |
| **2** | **文化和旅游特色** | | | **167** | |  | |  |  | |
| **2.1** | **文化符号** | | |  | | **25** | |  |  | |
| **2.1.1** | **文化底蕴关联度** | | |  | |  | | **15** |  | |
|  | 文化底蕴丰厚且旅游休闲街区与城市文化关联度高 | | |  | |  | | **15** | / | |
| 旅游休闲街区与城市文化有关联度 | | |  | |  | | **8** | / | |
| **2.1.2** | **文化符号提炼与应用** | | |  | |  | | **10** |  | |
|  | 具有明显的展示城市和街区的历史文化的文化符号 | | |  | |  | | 10 | / | |
| 有文化符号的设计，并在街区中有所应用 | | |  | |  | | 5 | / | |
| **2.2** | **文化资源挖掘与利用** | | |  | | **20** | |  |  | |
|  | 根据GB/T 36309梳理已有的公共文化设施、产品、活动，明确旅游休闲街区文化主题特色，并融入休闲体验环节 | | |  | |  | | 20 | / | |
| 根据GB/T 36309梳理已有的公共文化设施、产品、活动形成鲜明的旅游休闲街区文化特色 | | |  | |  | | 10 | / | |
| 有相应的文化主题 | | |  | |  | | 5 | / | |
| **2.3** | **非物质文化遗产展示活动** | | |  | | **20** | |  | / | |
| **2.3.1** | **非物质文化遗产展示的数量** | | |  | |  | | **10** |  | |
|  | 有国家级和省级非物质文化传承人展示每项2分与1分，国家级和省级非物质文化遗产项目展示每项2分和1分，累计最多10分 | | |  | |  | | 10 | / | |
| **2.3.2** | **非物质文化遗产展示性** | | |  | |  | | **5** |  | |
|  | 有专门的非物质文化遗产展示店铺，特色鲜明，形式美观 | | |  | |  | | 5 | / | |
| 有专门的非物质文化遗产展示橱窗或场所，设计总体美观 | | |  | |  | | 3 | / | |
| **2.3.3** | **非物质文化遗产演示活动** | | |  | |  | | **5** |  | |
|  | 每天有固定场所和时间的非物质文化遗产演示活动 | | |  | |  | | 5 | / | |
| 节假日和重大活动有非物质文化遗产演示活动 | | |  | |  | | 3 | / | |
| **2.4** | **景观特色** | | |  | | **57** | |  | / | |
| **2.4.1** | **标志性景观** | | |  | |  | | **8** |  | |
|  | 具有世界知名的标志性景观（地标建筑） | | |  | |  | | 8 | / | |
| 具有全国知名的标志性景观（地标建筑） | | |  | |  | | 6 | / | |
| 具有本省知名的标志性景观（地标建筑） | | |  | |  | | 4 | / | |
| 具有本（地级）市知名的标志性景观（地标建筑） | | |  | |  | | 2 | / | |
| **2.4.2** | **文化景观种类和数量** | | |  | |  | | **49** | / | |
|  | 具有文化游览景点、历史建筑、名人故居、博物馆、实体书店或图书馆（分馆）、小剧场、公共艺术品等种类文化景观，每种加3分 | | |  | |  | | **21** |  | |
|  | 具有文化馆、美术馆、演艺空间、电影院、一定规模的公共艺术空间等种类文化场所，每种加3分 | | |  | |  | | **15** |  | |
|  | 具有数量丰富的物质文化景观数量，>10；8～10；5～7；2～4；1（依次为13、11、8、5、2分） | | |  | |  | | **13** |  | |
| **2.5** | **特色节事活动** | | |  | | **20** | |  | / | |
|  | 能够成为世界性、全国性、本区域典型的教育、文创、艺术、时尚、科技、历史、传统习俗等节事活动的举办地，分别加10、6、3分 | | |  | |  | | **10** |  | |
| 举办数量丰富的本区域特色节事活动，>12；6～10；5～9；1～4（依次为10、8、5、2分） | | |  | |  | | **10** |  | |
| **2.6** | **地方餐饮文化体验** | | |  | | **10** | |  |  | |
|  | 具有当地经典菜品品牌店 | | |  | |  | | 10 | / | |
| 具有地方名吃的品牌店 | | |  | |  | | 7 | / | |
| 具有地方性菜系的经典菜品或地方名吃 | | |  | |  | | 5 | / | |
| **2.7** | **夜间娱乐活动** | | |  | | **10** | |  |  | |
|  | 活动类型丰富，有地方特色，可参与度高 | | |  | |  | | 10 | / | |
| 活动类型较丰富，有互动环节 | | |  | |  | | 5 | / | |
| 有夜间娱乐活动 | | |  | |  | | 2 | / | |
| **2.8** | **街头艺术展示** | | |  | | **5** | |  |  | |
|  | 多样街头艺术展示，能吸引访客驻足观看 | | |  | |  | | 5 | / | |
| 有街头艺术展示 | | |  | |  | | 2 | / | |
| **3** | **环境特色** | | | **143** | |  | |  |  | |
| **3.1** | **环境质量** | | |  | | **30** | |  | / | |
| **3.1.1** | **环境整洁** | | |  | |  | | **20** |  | |
|  | 整体环境非常整洁，无杂物、无积水、无污渍、无异味、无乱贴、无乱放等现象 | | |  | |  | | 20 | / | |
| 整体环境较为整洁，基本无杂物、无积水、无污渍、无异味、无乱贴、无乱放等现象 | | |  | |  | | 10 | / | |
| **3.1.2** | **声音环境** | | |  | |  | | **10** |  | |
|  | 符合GB 3096的一级标准 | | |  | |  | | 10 | / | |
| 符合GB 3096的二级标准 | | |  | |  | | 5 | / | |
| **3.2** | **建筑特色** | | |  | | **20** | |  |  | |
| **3.2.1** | **建筑地方特色与协调性** | | |  | |  | | **12** |  | |
|  | 建筑风格地方特色明显，其自身功能定位和环境特色非常协调 | | |  | |  | | 12 | / | |
| 建筑风格具有一定特色，与其自身功能定位和环境特色比较协调 | | |  | |  | | 6 | / | |
| **3.2.2** | **建筑设计的创意** | | |  | |  | | **8** |  | |
|  | 有具有国际、全国、全省知名度的创意建筑，分别为8、5、3分 | | |  | |  | | 8 | / | |
| **3.3** | **建筑物及设备运行与保护** | | |  | | **30** | |  | / | |
| **3.3.1** | **建筑物及设备完好度与运行** | | |  | |  | | **20** |  | |
|  | 建筑物及设施设备无剥落、无污垢，且设施设备运行完好，发现一处不符合扣2分，最多扣20分 | | |  | |  | | 20 | / | |
| **3.3.2** | **历史建筑保护** | | |  | |  | | 10 | / | |
|  | 历史建筑按原状保存，不能损毁、改建、添建或者拆除，维修和保养要体现“整旧如旧”的原则，外观改造中尽可能保留历史元素，根据程度给1～5分 | | |  | |  | | **5** |  | |
| 重要的古建筑和纪念性建筑连同周边风貌实行连片保护，根据程度给1～5分 | | |  | |  | | **5** |  | |
| **3.4** | **绿化环境** | | |  | | **13** | |  | / | |
| **3.4.1** | **绿化和本地植物** | | |  | |  | | **10** |  | |
|  | 街区的绿化覆盖率≥36%（国家园林城市指标），且因地制宜有立体绿化推广，本地植物占比较高 | | |  | |  | | 10 | / | |
| 街区的绿化覆盖率≥20%，绿化设计层次分明，使用本地植物 | | |  | |  | | 8 | / | |
| 街区的绿化覆盖率≥15% | | |  | |  | | 5 | / | |
| **3.4.2** | **古树名木保护** | | |  | |  | | **3** |  | |
|  | 有古树名木或本地特色植物的介绍牌 | | |  | |  | | 3 | / | |
| 有植物介绍牌 | | |  | |  | | 1 | / | |
| **3.5** | **户外广告、灯饰和橱窗展示** | | |  | | **25** | |  | / | |
| **3.5.1** | **户外广告、灯饰** | | |  | |  | | **15** |  | |
|  | 户外广告和灯饰的设置符合相关规范，美观，具有突出特色 | | |  | |  | | 15 | / | |
| 户外广告和灯饰的设置基本符合相关规范，基本美观 | | |  | |  | | 5 | / | |
| **3.5.2** | **橱窗和商业展示** | | |  | |  | | **10** |  | |
|  | 橱窗及各种商业展示布置整洁，创意独特，具有较强的艺术性 | | |  | |  | | 10 | / | |
| 橱窗及各种商业展示布置整洁，具有一定创意，具有较强的艺术性 | | |  | |  | | 5 | / | |
| **3.6** | **街区夜景** | | |  | | **10** | |  |  | |
|  | 充分应用声、光、电，有吸引访客驻足的多处夜景景观，不影响居民生活和休息。 | | |  | |  | | 10 | / | |
| 有夜景景观，不造成光污染。 | | |  | |  | | 5 | / | |
| **3.7** | **节能节水** | | |  | | **10** | |  | / | |
| **3.7.1** | **节能灯具** | | |  | |  | | **5** |  | |
|  | 100%采用节能灯具 | | |  | |  | | 5 | / | |
| 80%采用节能灯具 | | |  | |  | | 3 | / | |
| 50%采用节能灯具 | | |  | |  | | 1 | / | |
| **3.7.2** | **具有节水节能的其他设施和措施** | | |  | |  | | **5** |  | |
|  | 有相关宣传，普遍使用节水节能其他措施和设备 | | |  | |  | | 5 | / | |
| 有相关宣传，少量使用节水节能其他措施和设备 | | |  | |  | | 3 | / | |
| **3.8** | **管线入地** | | |  | | **5** | |  |  | |
|  | 市政管网线宜入地，发现1处不合格扣1分，直至0分 | | |  | |  | | 5 | / | |
| **4** | **业态布局** | | | **140** | |  | |  |  | |
| **4.1** | **业态规划** | | |  | | **20** | |  | / | |
| **4.1.1** | **规划合理性** | | |  | |  | | **10** | / | |
|  | 有统一的旅游休闲街区业态规划，合理确定业态定位和业态布局 | | |  | |  | | **5** |  | |
| 有业态规划和鼓励或限制名单 | | |  | |  | | **5** |  | |
| **4.1.2** | **规划的引导性** | | |  | |  | | **10** | / | |
|  | 规划明确旅游休闲业态的主导性 | | |  | |  | | **5** |  | |
| 规划中引导传统店铺、老字号、实体书店等业态的休闲化与体验化 | | |  | |  | | **5** |  | |
| **4.2** | **业态类型** | | |  | | **40** | |  | / | |
| **4.2.1** | **业态多元性** | | |  | |  | | **25** |  | |
|  | 业态类型多元，至少具备文化体验、游览、购物、餐饮、休闲、娱乐、住宿、展览、演艺、运动等7种以上功能 | | |  | |  | | 25 | / | |
| 业态类型较多元，至少具备文化体验、游览、购物、餐饮、休闲、娱乐、住宿、展览、演艺、运动等6种以上功能 | | |  | |  | | 15 | / | |
| 至少具备文化体验、游览、购物、餐饮、休闲、娱乐、住宿、展览、演艺、运动等5种以上功能 | | |  | |  | | 10 | / | |
| **4.2.2** | **业态的适配性和创新性** | | |  | |  | | **15** | / | |
|  | 适应融合发展趋势，具有与商业、教育、艺术、创意、科技等跨界融合业态，每类1分 | | |  | |  | | **5** |  | |
| 适应人口结构变化和市场需求，具有家庭休闲、亲子体验、沉浸体验、文创艺术、社交空间等体验业态，每类1分 | | |  | |  | | **5** |  | |
| 顺应新科技发展和文化体验，有无人便利店、传统老字号、快闪店、全球潮牌店、大师工作室等业态，每类1分 | | |  | |  | | **5** |  | |
| **4.3** | **主题和经营** | | |  | | **40** | |  | **/** | |
| **4.3.1** | **本土文化业态** | | |  | |  | | **20** |  | |
|  | 具有代表所在城市及街区的本地特色业态数量比例不少于15% | | |  | |  | | 20 | / | |
| 具有代表所在城市及街区的本地特色业态数量比例不少于5% | | |  | |  | | 10 | / | |
| **4.3.2** | **文化特色与经营** | | |  | |  | | **20** |  | |
|  | 街区业态整体具有鲜明的文化主题，公共文化服务场所充分开放，且总体运营良好 | | |  | |  | | 20 | / | |
| 街区业态整体具有文化主题，且大部分运营较好 | | |  | |  | | 10 | / | |
| **4.4** | **业态数量** | | |  | | **20** | |  |  | |
|  | 临街店铺90%以上对外开放 | | |  | |  | | 20 | / | |
| 临街店铺80%以上对外开放 | | |  | |  | | 15 | / | |
| 临街店铺70%以上对外开放 | | |  | |  | | 10 | / | |
| **4.5** | **营业时间** | | |  | | **10** | |  |  | |
|  | 80％以上的商家全年营业到21点,且有24小时营业的商铺 | | |  | |  | | 10 | / | |
| 旅游旺季期间有50％以上的商家营业到21点 | | |  | |  | | 5 | / | |
| **4.6** | **创意性和艺术性** | | |  | | **10** | |  |  | |
|  | 具有创意性和艺术性的现代消费业态不少于50％ | | |  | |  | | 10 | / | |
| 具有创意性和艺术性的现代消费业态不少于30％ | | |  | |  | | 8 | / | |
| 具有创意性和艺术性的现代消费业态不少于10％ | | |  | |  | | 5 | / | |
| **5** | **服务设施** | | | **105** | |  | |  |  | |
| **5.1** | **导览标牌** | |  | | | **20** |  | | / |
| **5.1.1** | **全景图** | |  | | |  | **8** | |  |
|  | 街区入口或街区内适当位置设置街区全景图，正确标注主要景点和访客中心、厕所、出入口、医务室、公用电话、停车场等服务设施的位置，明示咨询、投诉、救援电话，少一项扣1分，中外文对照缺失扣4分 | |  | | |  | 8 | | / |
| **5.1.2** | **导览图** | |  | | |  | **7** | |  |
|  | 主要岔路口或重要节点设置导览图，位置合理，指示准确，有主要客源区语言1种以上 | |  | | |  | 7 | | / |
| 设置导览图，位置较为合理，指示总体准确 | |  | | |  | 5 | | / |
| **5.1.3** | **设计与维护** | |  | | |  | **5** | |  |
|  | 设计有特色，与景观协调，制作、维护良好 | |  | | |  | 5 | | / |
| 设计有特色，制作、维护较好 | |  | | |  | 3 | | / |
| 制作、维护一般 | |  | | |  | 2 | | / |
| **5.2** | **铭牌和景物解说牌** | |  | | | **10** |  | |  |
|  | 文物保护单位或重要的景点应设有铭牌标识和景物解说牌，中外文对照，内容翔实，解说科学 | |  | | |  | 10 | | / |
| 文物保护单位或重要的景点仅有中文铭牌标识或解说牌 | |  | | |  | 5 | | / |
| **5.3** | **标识规范** | |  | | | **5** |  | |  |
|  | 设置合理且符合GB2894、GB 15630、GB/T 10001（所有部分）、GB/T 15566.10规定，图形标志和指示准确规范，不规范一处扣1分 | |  | | |  | 5 | | / |
| **5.4** | **厕所设置** | |  | | | **20** |  | | / |
| **5.4.1** | **数量与外型** | |  | | |  | **10** | |  |
|  | 厕位数量满足平峰时期需求，标志醒目，从厕所服务区域最不利点沿线路到达厕所时间不应超过5分钟，外型景观化且与设计有创新 | |  | | |  | 10 | | / |
| 厕位数量满足平峰时期需求，标志醒目，从厕所服务区域最不利点沿线路到达厕所时间不应超过8分钟，外型景观化 | |  | | |  | 7 | | / |
| 厕位数量满足平峰时期需求，标志醒目，从厕所服务区域最不利点沿线路到达厕所时间不应超过10分钟，外型不影响周边环境和景观 | |  | | |  | 5 | | / |
| **5.4.2** | **一般厕所设施** | |  | | |  | **10** | |  |
|  | 80%以上厕所的设施与服务质量应符合GB/T 18973的3A级厕所规定 | |  | | |  | 10 | | / |
| 80%以上厕所的设施与服务质量应符合GB/T 18973的2A级厕所规定 | |  | | |  | 7 | | / |
| 80%以上厕所的设施与服务质量应符合GB/T 18973的1A级厕所规定 | |  | | |  | 3 | | / |
| **5.5** | **休息设施** | |  | | | **20** |  | |  |
|  | 具有开放式露天可就坐的休憩设施，且公共休息空间不低于街区总面积的10%，管理和维护状况良好 | |  | | |  | 20 | | / |
| 具有开放式的休憩设施，且公共休息空间不低于街区总面积的5%，管理和维护状况良好 | |  | | |  | 15 | | / |
| 有休憩设施，管理和维护状况较好 | |  | | |  | 5 | | / |
| **5.6** | **店铺明示与服务** | |  | | | **7** |  | | / |
| **5.6.1** | **店名及编号** | |  | | |  | **4** | |  |
|  | 店铺有中文店名和编号，标牌特色鲜明 | |  | | |  | 4 | | / |
| 店铺有中文店名和编号 | |  | | |  | 2 | | / |
| **5.6.2** | **店铺服务** | |  | | |  | **3** | |  |
|  | 店铺内信息公示、收银、货架等服务设施完备且使用方便 | |  | | |  | 3 | | / |
| 店铺内信息公示、收银、货架等服务设施完备 | |  | | |  | 1 | | / |
| **5.7** | **无障碍设施与儿童便利设施** | |  | | | **15** |  | | / |
| **5.7.1** | **有无障碍通道或盲道** | |  | | |  | **3** | |  |
| **5.7.2** | **有低位收款台** | |  | | |  | **2** | |  |
| **5.7.3** | **有幼儿活动场所与设施** | |  | | |  | **10** | |  |
| **5.8** | **通讯设施与网络环境** | |  | | | **5** |  | |  |
| 5.8.1 | 通讯设施与信号 | |  | | |  | **3** | |  |
|  | 移动通讯信号良好 | |  | | |  | 3 | | / |
| 5.8.2 | 无线网络环境 | |  | | |  | **2** | |  |
|  | 公共Wi-fi覆盖整个街区 | |  | | |  | 2 | | / |
| **5.9** | **充电设施** | |  | | | **3** |  | |  |
|  | 提供便捷使用的手机充电设施 | |  | | |  | **3** | | / |
| **6** | **综合服务** | | **40** | | |  |  | |  |
| **6.1** | **从业人员着装** | |  | | | **15** |  | |  |
|  | 各营业场所非常注重仪容仪表，佩戴工牌，自身着装统一、规范、整洁、美观，富有特色 | |  | | |  | 15 | | / |
| 各营业场所注重仪容仪表，佩戴工牌，自身着装统一、规范、整洁 | |  | | |  | 7 | | / |
| 各营业场所较为注重仪容仪表，自身着装基本整洁 | |  | | |  | 5 | | / |
| **6.2** | **包装、订购、邮寄、寄存服务** | |  | | | **20** |  | |  |
|  | 提供订购及邮寄快递服务（小件寄存、包装、订购、咨询、邮寄快递服务每项4分） | |  | | |  | 20 | | / |
| **6.3** | **提供外语服务** | |  | | | **5** |  | |  |
|  | 有一定数量工作人员能够为客人提供2种以上外语服务 | |  | | |  | 5 | | / |
| 有一定数量工作人员基本能够使用1种外语为客人提供服务 | |  | | |  | 3 | | / |
| **7** | **卫生** | | **55** | | |  |  | |  |
| **7.1** | **责任制度和检查制度** | |  | | | **15** |  | |  |
|  | 卫生责任制度和卫生检查制度健全，有专人负责 | |  | | |  | 15 | | / |
| 卫生责任制度和卫生检查制度较为健全，有专人负责 | |  | | |  | 10 | | / |
| 基本建立卫生责任制度和卫生检查制度 | |  | | |  | 5 | | / |
| **7.2** | **卫生环境** | |  | | | **10** |  | |  |
|  | 符合GB 37487、GB 37488、GB 37489.1规定的设计规范、卫生指标和管理规范 | |  | | |  | 10 | | / |
| **7.3** | **垃圾箱** | |  | | | **20** |  | |  |
|  | 垃圾箱（桶）数量充足，外观完好，美观，具有特色，及时清理，有流动清扫 | |  | | |  | 20 | | / |
| 垃圾箱（桶）数量基本满足需求，外观保持完好，垃圾能够保持清理无堆积 | |  | | |  | 10 | | / |
| **7.4** | **吸烟行为管理** | |  | | | **10** |  | |  |
|  | 室内全部为非吸烟区，且管理到位 | |  | | |  | 10 | | / |
| 禁止标志清楚且管理到位 | |  | | |  | 5 | | / |
| **8** | **安全** | | **115** | | |  |  | |  |
| **8.1** | **安全管理机制** | |  | | | **25** |  | | / |
| **8.1.1** | **消防及安全管理机构和制度** | |  | | |  | **10** | |  |
|  | 设有消防安全及安全管理机构，制度健全，操作规程健全，能够严格执行相关安全法规和标准，并配备专职管理及安全保护人员 | |  | | |  | 10 | | / |
| 设有消防安全及安全管理机构，建有基本制度，较好执行相关安全法规和标准 | |  | | |  | 5 | | / |
| **8.1.2** | **安全处理机制** | |  | | |  | **15** | |  |
|  | 建立健全安全事故处理预案和应急救援机制，反应迅速，处理及时，近3年未出现重大安全责任事故 | |  | | |  | 15 | | / |
| 初步建立安全事故处理预案和应急救援机制，近2年未出现重大安全责任事故 | |  | | |  | 5 | | / |
| **8.2** | **联动救治机制** | |  | | | **10** |  | |  |
|  | 与属地公安、消防等机构有应急联动机制 | |  | | |  | **10** | | / |
| **8.3** | **消防、防盗、防暴、救护** | |  | | | **10** |  | |  |
|  | 具有符合国家标准的各种消防、防盗、防暴、救护设施，设置合理，数量充足；安全标识设置符合规范，设置明显 | |  | | |  | 10 | | / |
| 具有符合国家标准的各种消防、防盗、防暴、救护设施，安全标识设置符合规范 | |  | | |  | 5 | | / |
| **8.4** | **专业保安人员** | |  | | | **15** |  | | / |
| **8.4.1** | **保安人员数量** | |  | | |  | **8** | |  |
|  | 在人流集中和有安全隐患的地方分布；街区流动保安人员应与访客规模及性质相适应 | |  | | |  | 8 | | / |
| 有一定数量的保安人员 | |  | | |  | 5 | | / |
| **8.4.2** | **定时巡查** | |  | | |  | **7** | |  |
|  | 有稳定的巡查 | |  | | |  | 7 | | / |
| 定时巡查，能有效维护安全秩序 | |  | | |  | 5 | | / |
| **8.5** | **人流疏散和紧急出口设置** | |  | | | **15** |  | |  |
|  | 出入口设置非常合理，设有紧急出口，方便访客集散，能够做到畅通无阻；无安全隐患 | |  | | |  | 15 | | / |
| 出入口设置较为合理，设有紧急出口，方便访客集散 | |  | | |  | 7 | | / |
| **8.6** | **流量监控与应急方案** | |  | | | **20** |  | | / |
| **8.6.1** | **流量监控** | |  | | |  | **10** | |  |
|  | 访客可达区域视频监控全覆盖，人流超限自动报警 | |  | | |  | 10 | | **/** |
| 视频监控覆盖街区重要地段、客流集中地段，流量有统计 | |  | | |  | 8 | | / |
| 街区出入口有视频监控，流量有统计 | |  | | |  | 5 | | / |
| **8.6.2** | **应急预案** | |  | | |  | **10** | |  |
|  | 访客高峰人流疏导、恶劣气候、暴恐、传染病疫情与食物中毒、停电等情况有应急预案，每项2分 | |  | | |  | 10 | | / |
| **8.7** | **医疗条件** | |  | | | **10** |  | | / |
| **8.7.1** | **设有医疗室及专业医务人员及常用药品** | |  | | |  | **5** | |  |
| **8.7.2** | **与周边医院有联动救治机制** | |  | | |  | **5** | |  |
| **8.8** | **警示、警告和禁止标志** | |  | | | **10** |  | |  |
|  | 相关区域设置警示、警告和禁止标志 | |  | | |  | **10** | | / |
| **9** | **管理** | | **180** | | |  |  | |  |
| **9.1** | **营业证照** | |  | | | **10** |  | | **/** |
| **9.1.1** | **证照齐备** | |  | | |  | **5** | |  |
|  | 经营单位具有卫生许可证、消防检查意见书、排污申报许可证、组织机构代码证等 | |  | | |  | 5 | | / |
| **9.1.2** | **依法持证经营，并定期进行年检** | |  | | |  | **5** | |  |
| **9.2** | **自愿消费** | |  | | | **10** |  | | / |
|  | 不经营假冒伪劣商品 | |  | | |  | **5** | |  |
| 无围追兜售行为和导购强行消费 | |  | | |  | **5** | |  |
| **9.3** | **价格规范管理** | |  | | | **10** |  | |  |
|  | 设有价格标签，所有商品和服务做到明码标价，价格合理 | |  | | |  | 10 | | / |
| 设有价格标签，商品和服务大多做到明码标价，价格较为合理 | |  | | |  | 5 | | / |
| 商品和服务基本能做到明码标价 | |  | | |  | 3 | | / |
| **9.4** | **智慧街区与电子商务** | |  | | | **20** |  | | / |
| **9.4.1** | **智慧街区宣传和导览** | |  | | |  | 15 | | / |
|  | 具有独立域名的网站和APP或小程序、微信公众号，及时更新 | |  | | |  | **5** | |  |
| 具有智慧导览电子地图和电子语音导览 | |  | | |  | **10** | |  |
| **9.4.2** | **电子商务** | |  | | |  | **5** | |  |
|  | 有街区的电子商务网站或统一电商平台，并有咨询与销售服务 | |  | | |  | 5 | | / |
| 可提供线上咨询与销售服务 | |  | | |  | 2 | | / |
| **9.5** | **访客体验** | |  | | | **80** |  | | / |
| **9.5.1** | **访客中心或服务中心设置合理** | |  | | | **25** |  | | / |
| **9.5.1.1** | **位置** | |  | | |  | **5** | |  |
|  | 位置优越，设在方便醒目的主出入口 | |  | | |  | 5 | | / |
| 位置合理，设在访客集中活动的区域 | |  | | |  | 3 | | / |
| **9.5.1.2** | **规模** | |  | | |  | **5** | |  |
|  | 专用，规模及面积能很好满足需要 | |  | | |  | 5 | | / |
| 兼用，规模及面积基本符合需要 | |  | | |  | 3 | | / |
| **9.5.1.3** | **客服人员与咨询服务充分到位** | |  | | |  | **10** | |  |
|  | 设有充足、专门的客服人员，能较好满足客人需要，提供咨询、投诉等服务和残障人士服务，服务良好 | |  | | |  | 10 | | / |
| 设有兼职客服人员，能提供基本服务 | |  | | |  | 5 | | / |
| **9.5.1.4** | **旅游宣传资料丰富实用** | |  | | |  | **5** | |  |
|  | 内容和信息丰富，制作精美，除本街区信息外，还能提供城市相关旅游信息，可通过电子扫码获得相关内容。 | |  | | |  | 5 | | / |
| 仅提供街区基本宣传材料 | |  | | |  | 3 | | / |
| **9.5.2** | **服务态度** | |  | | |  | **20** | |  |
|  | 尊重客人宗教信仰与风俗习惯，对客人礼貌热情，态度良好，用语文明，服务规范化基础上体现特色化 | |  | | |  | 20 | | / |
| 对客人礼貌热情，态度良好，用语文明，达到服务规范化 | |  | | |  | 10 | | / |
| 对客人服务符合规范化 | |  | | |  | 5 | | / |
| **9.5.3** | **从业人员培训到位** | |  | | |  | **20** | | / |
| **9.5.3.1** | **机构、制度和范围** | |  | | |  | **10** | | / |
|  | 培训制度、机构、人员、经费明确落实且覆盖全员，每项2分 | |  | | |  | **10** | |  |
| **9.5.3.2** | **内容与效果** | |  | | |  | **10** | |  |
|  | 能经常对从业人员进行业务知识和服务技能培训，并能进行本土文化方面的培训，培训效果良好 | |  | | |  | 10 | | / |
| 能定期对从业人员进行业务知识和服务技能培训，培训效果较好 | |  | | |  | 7 | | / |
| 不定期对从业人员进行基本的业务知识和服务技能培训 | |  | | |  | 5 | | / |
| **9.5.4** | **建立访客满意度调查制度** | |  | | |  | **8** | |  |
|  | 每半年定期进行访客满意度调查，并及时公布满意度 | |  | | |  | 8 | | / |
| 每年能定期进行访客满意度调查，并及时公布满意度 | |  | | |  | 5 | | / |
| 不定期进行访客满意度调查 | |  | | |  | 3 | | / |
| **9.5.5** | **访客满意度** | |  | | |  | **7** | |  |
|  | 满意度高，90％以上满意 | |  | | |  | 7 | | / |
| 满意度较高，80％以上满意 | |  | | |  | 5 | | / |
| 满意度一般，70％以上满意 | |  | | |  | 3 | | / |
| **9.6** | **访客投诉处理机制** | |  | | | **10** |  | |  |
|  | 建有非常完善的访客投诉机制，在醒目位置公布投诉电话号码，有专人负责，投诉处理很及时 | |  | | |  | 10 | | / |
| 建有较为完善的访客投诉处理机制，公布投诉电话号码，处理比较及时 | |  | | |  | 8 | | / |
| 建有访客投诉处理机制，公布投诉电话号码，可以处理客人投诉 | |  | | |  | 5 | | / |
| **9.7** | **品牌及影响** | |  | | | **40** |  | | / |
| **9.7.1** | **品牌知名度** | | | |  |  | **15** | |  |
|  | 有独立的街区品牌，且有国际知名度 | | | |  |  | 15 | | / |
| 有独立的街区品牌，且有全国知名度 | | | |  |  | 10 | | / |
| 街区品牌突出，且有全省知名度 | | | |  |  | 5 | | / |
| **9.7.2** | **品牌推广措施与效果** | | | |  |  | **10** | | / |
|  | 有专门的团队和预算用于街区的品牌宣传推广，每项3分 | | | |  |  | **6** | |  |
|  | 具有较高的网络搜索量和第三方平台推广量，每项2分 | | | |  |  | **4** | |  |
| **9.7.3** | **美誉度** | | | |  |  | **7** | |  |
|  | 现场调查问卷和网络评论（或第三方评价）的好评率均在90%以上 | | | |  |  | 7 | | / |
| 现场调查问卷和网络评论（或第三方评价）的好评率80%以上 | | | |  |  | 4 | | / |
| **9.7.4** | **忠诚度** | | | |  |  | **8** | |  |
|  | 50%访客一年内重游 | | | |  |  | 8 | | / |
| 20%访客一年内重游 | | | |  |  | 4 | | / |
|  | **综合评价总分合计** | **1000** | | | |  |  | |  |