附件4

旅游度假区等级评价细则

# 说明：

# 本细则根据《国家级旅游度假区管理办法》和《旅游度假区等级划分》（GB/T 26358-2022）制定。本细则共分为两个部分：

细则一：旅游度假区等级基础评价

细则二：旅游度假区等级综合评价

各等级旅游度假区须达到如下标准：

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | 细则一 | | 细则二 |
| 第一部分  必备条件  （10项） | 第二部分  资源环境与度假产品基础评价  （100分） | 总分  （1000分） |
| 国家级旅游度假区 | 达标 | 90分 | 900分 |
| 省级旅游度假区 | 达标 | 80分 | 800分 |

细则一：旅游度假区等级基础评价

说明：

1、细则一包含两个部分，第一部分为必备条件，对《旅游度假区等级划分》（GB/T 26358-2022）的基本条件及相关量化指标进行评价；第二部分为基础评价，对资源环境与度假产品进行评价。

2、第一部分评价结果分为“达标”和“不达标”两种：10项指标均达标，总评为“达标”；否则为“不达标”。国家级旅游度假区和省级旅游度假区均须“达标”，方可进入第二部分评价。

3、第二部分满分100分，评价项设置分值为基准分值，评价实行扣分制，直至0分。国家级旅游度假区须达到90分（含）以上，省级旅游度假区须达到80分（含）以上。

第一部分 必备条件

| 序号 | 必备条件内容 | 是否达标 |
| --- | --- | --- |
| 1 | 培育和践行社会主义核心价值观。 |  |
| 2 | 选址无多发性不可规避的自然灾害。度假区总体规划经过环境影响评价和批复，符合国土空间规划相应管控要求。土地利用和项目建设无违法违规行为。 |  |
| 3 | 面积范围合理、空间边界明确。国家级旅游度假区面积不小于5km2；省级旅游度假区面积不小于3km2。 |  |
| 4 | 环境质量符合相关国家标准：全年环境空气污染物基本项目浓度符合GB 3095-2012的二类区标准；住宿客房声环境质量达到GB 3096-2008的1类标准；与人体接触的地表水质量达到GB 3838-2002的Ⅲ类标准；土壤质量符合GB 15618和GB 36600要求。国家级旅游度假区每年适宜度假时长不低于4个月，省级旅游度假区不低于3个月。 |  |
| 5 | 具有良好的度假资源，资源规模能满足度假产品转化利用和可持续发展的需要。度假产品类型丰富、品质优良，总体规模与需求相匹配，国家级旅游度假区度假产品（除住宿、餐饮、购物外）不少于5种，省级旅游度假区度假产品不少于3种。 |  |
| 6 | 区内用于产权出售的房地产项目总建筑面积与旅游接待设施总建筑面积的比例不大于1：2。 |  |
| 7 | 国家级旅游度假区内各类度假住宿设施的总客房数合计不低于1000间（套），省级不低于500间（套）。  高质量度假住宿设施合计不少于3处，其中，国家级旅游度假区高质量度假住宿设施客房数合计不低于300间（套），省级不低于150间（套）。 |  |
| 8 | 国家级旅游度假区年过夜游客量不低于25万人天，省级不低于10万人天。  国家级旅游度假区过夜游客平均停留天数不低于2.5天，省级不低于2天。 |  |
| 9 | 具有统一独立有效的运营管理机构。 |  |
| 10 | 近3年未发生重大环保事故、重大旅游安全责任事故和重大负面舆情。主要经营主体近3年无严重违法违规等行为记录。安保应急制度健全，意识形态工作责任制落实到位，具备公共卫生防疫能力，设施设备和管理运营符合安全、消防、食品、卫生、环境保护、劳动合同等法律法规要求。 |  |
| 总评 | |  |

第二部分 资源环境与度假产品基础评价

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 序号 | 评价项 | 评价内容 | 说明 | 得分 |
| 1 | 度假资源  （10分） | 品质优良，类型丰富，主要度假资源具有一定独特性。 | 观赏游憩价值、历史文化科学艺术价值或休闲度假价值不高，酌减1~5分；类型不丰富，主要度假资源品质欠佳，规模不足，独特性不够，酌减3~8分。 |  |
| 2 | 自然环境  （8分） | 气候条件相对舒适，空气质量好，山水植被环境好，自然生态优美，适宜开展相应度假活动。 | 自然环境与相应的度假活动不匹配，酌减5~8分；空气质量差、环境有污染，或发生生态环保问题，酌减5~8分。 |  |
| 3 | 人工环境  （12分） | 与自然环境协调，人文特色突出，度假休闲氛围浓郁。 | 建成环境破坏了地形地貌和植被，酌减5~10分；人文特色、乡土地域特色或艺术创意特色不突出，与自然环境不协调，酌减3~10分；度假氛围不明显，酌减3~5分。 |  |
| 4 | 度假产品  体系  （15分） | 类型丰富，品质优良，文旅深度融合；核心度假产品主题突出，特色鲜明，成体系，成规模。 | 度假产品品质一般，文旅融合不深，酌减5~8分；度假产品类型不丰富，或以观光产品为主，设计无创意，酌减5~8分；核心度假产品吸引力不足，主题不突出或特色不鲜明，质量不高，酌减8~10分；核心度假产品体系性或规模不足，酌减2~5分。 |  |
| 5 | 住宿设施  （20分） | 类型丰富，结构合理，品质较高，文化氛围浓郁，服务特色鲜明，度假型客房达一定比例。 | 住宿设施类型不足2类，酌减3~5分；度假型客房（如家庭房、景观房、亲子房、主题房等）低于区内客房总量的25%，酌减10~20分；高质量住宿设施数量不足，酌减8~10分；大众型住宿设施品质和舒适度欠佳，酌减5~10分；缺乏文化氛围，服务精细化特色化不足，酌减5~10分。 |  |
| 6 | 休闲娱乐  活动  （10分） | 常态化文化休闲娱乐活动、户外休闲娱乐活动、夜间休闲娱乐活动丰富，富有创意，品质优良。 | 与核心度假产品相关的休闲娱乐活动不足8项，酌减2~8分；常态化文化休闲娱乐活动不足3项或质量不佳，酌减2~10分；户外休闲娱乐活动不足5项或质量不佳，酌减2~10分；夜间休闲娱乐活动不足2项或质量不佳，酌减2~8分；产品缺乏对某类客群关注，酌减2~5分。 |  |
| 7 | 公共服务  （10分） | 旅游交通可达性良好，旅游信息服务、旅游公共设施及保障服务与接待能力相匹配，公共文化服务设施丰富。 | 旅游交通可达性不好，交通秩序不佳，公共交通不完善，组团之间交通不便捷，酌减2~8分；无相应旅游信息服务及标识，酌减8~10分，标识形象不明确、不美观，酌减2~5分；缺少无障碍设施，不能满足老幼残孕等特殊群体需求，酌减2~8分；缺少应急设施和紧急医疗救助，酌减2~8分；度假区内或临近的城镇缺少历史建筑、名人故居、博物馆、文化馆、美术馆、非遗展示体验空间、实体书店及图书馆（分馆）、小剧场等公共文化设施及服务，酌减2~8分。 |  |
| 8 | 品牌影响力  （15分） | 具有全国知名度，省外客源分布广泛；品牌形象鲜明；线上、线下游客满意度和美誉度高。 | 度假区形象模糊，未形成品牌，酌减5~10分；知名度仅能覆盖本区域或周边区域，酌减3~8分；游客满意度低，酌减5~10分；现场调查问卷或网络评价中负面评价较多，评分不高，酌减5~10分。 |  |
|  | 总分  （100分） |  | 总分为上述8项所得分数之和。 |  |

细则二：旅游度假区等级综合评价

说明：

细则二满分为1000分，国家级旅游度假区须达到900分（含）以上，省级旅游度假区须达到800分（含）以上。

旅游度假区等级综合评价

|  | 评定项目 | 项目 分值 | 选项类型 | 评分 |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 1 | 度假资源与环境 | 100 |  |  |
| 1.1 | 度假资源 | 30 |  |  |
| 1.1.1 | 资源价值 | 15 | 单选 |  |
|  | 观赏游憩价值、历史文化科学艺术价值或休闲度假价值极高 | 15 |
| 观赏游憩价值、历史文化科学艺术价值或休闲度假价值较高 | 10 |
| 1.1.2 | 资源规模 | 10 | 单选 |  |
|  | 体量大，结构和谐，疏密度优良，自然景观丰富，人文活动发生频率高，能满足资源利用的需要 | 10 |
| 体量较大，结构较和谐，疏密度良好，自然景观较丰富，人文活动发生频率较高，基本满足资源利用的需要 | 7 |
| 1.1.3 | 资源影响力 | 5 | 单选 |  |
|  | 在全国范围内知名，具有较强影响力 | 5 |
| 在本省范围内知名，具有一定影响力 | 3 |
| 1.2 | 度假环境 | 70 |  |  |
| 1.2.1 | 环境质量 | 20 | 多选 |  |
|  | 全年空气质量优良天数比例不低于90% | 4 |
| 住宿客房声环境质量达到GB 3096-2008的1类标准 | 4 |
| 地表水主体水域环境质量不低于GB 3838-2002 的Ⅱ类标准 | 4 |
| 设施集中建设区负氧离子浓度不低于1500个/cm³ | 4 |
| 自然植被长势良好，植被覆盖率不低于60% | 4 |
| 1.2.2 | 度假时长 | 10 | 单选 |  |
|  | 每年适宜度假时长不低于3个月，每增加1个月加1分 | 5~10 |
| 1.2.3 | 人工环境 | 20 | 多选 |  |
|  | 建筑与设施选址得当，布局合理，尺度宜人，设计美观 | 8 |
| 建成环境与当地自然和人文环境相协调 | 6 |
| 绿化具有乡土特色或保持本地原有特色，且生态效益高 | 6 |
| 1.2.4 | 主题氛围 | 20 | 多选 |  |
|  | 主要道路、主要出入口等重要空间设置鲜明美观的度假区标识形象 | 10 |
| 整体环境风貌协调，度假氛围感强 | 5 |
| 氛围与主题契合度高，人文特色突出 | 5 |
| 2 | 度假产品 | 350 |  |  |
| 2.1 | 通则 | 80 |  |  |
| 2.1.1 | 产品类型 | 10 | 单选 |  |
|  | 除住宿、餐饮、购物外，不少于3种类型的度假产品，每增加1种加1分 | 5~10 |
| 2.1.2 | 产品品质 | 15 | 多选 |  |
|  | 度假产品整体特色鲜明，主题突出，体验性参与性强 | 5 |
| 不少于3项在全国范围内品质优良的度假产品，每增加1项加2分 | 6~10 |
| 2.1.3 | 服务质量 | 15 | 多选 |  |
|  | 相对于同等级旅游度假区的同类产品，整体服务质量达到领先水平 | 5 |
| 提供度假管家或度假助理等专业、全面、定制化的度假服务 | 5 |
| 度假服务人员数量充足，具备本岗位相关业务能力 | 5 |
| 2.1.4 | 文旅融合产品 | 20 | 多选 |  |
|  | 充分挖掘文化内涵，突出文化特色，注重文化和旅游深度融合，不少于2项文旅深度融合的度假产品，每增加1项加4分 | 2~14 |
| 推动中华优秀传统文化传承利用，不少于1项省级或以上非物质文化遗产转化的度假产品 | 3 |
| 不少于1项充分结合公共文化设施和服务、文化产业园区、文艺演出展览等的度假产品 | 3 |
| 2.1.5 | 核心度假产品 | 20 | 多选 |  |
|  | 主题鲜明、吸引力强，与主要度假资源的类型匹配，形成常态化体验 | 5 |
| 满足不同细分客群需求，至少包含6项活动，每增加1项加1分 | 3~5 |
| 消费场景丰富，业态多样，产业链长，运营效益良好 | 5 |
| 日游客容量达到旅游度假区日游客容量的1/5（含）~1/4（含） | 4~5 |
| 2.2 | 住宿 | 100 |  |  |
| 2.2.1 | 设施规模 | 20 | 单选 |  |
|  | 2000间（含）以上 | 20 |
| 1500（含）~2000间 | 15 |
| 1000（含）~1500间 | 10 |
| 500（含）~1000间 | 5 |
| 2.2.2 | 设施类型 | 10 | 单选 |  |
|  | 不少于4类的酒店、公寓、民宿、营地等住宿设施类型 | 10 |
| 3类酒店、公寓、民宿、营地等住宿设施类型 | 8 |
| 2类酒店、公寓、民宿、营地等住宿设施类型 | 5 |
| 2.2.3 | 客房设施 | 10 | 多选 |  |
|  | 所有客房不低于GB/T 14308附录中一星级或GB/T 41648丙级的客房设施要求 | 4 |
| 不低于GB/T 14308附录中三星级或GB/T 41648乙级客房设施要求的客房占全部客房的比例达到50%，每增加5%加1分 | 4~6 |
| 2.2.4 | 度假型客房 | 10 | 多选 |  |
|  | 不少于3类的家庭房、亲子房、景观房、主题房等客房类型 | 3 |
| 占比达到区内客房总量的25%，每增加5%加1分 | 3~7 |
| 2.2.5 | 住宿服务 | 10 | 多选 |  |
|  | 员工仪容仪表规范，言行举止符合礼仪要求，业务能力与技能符合岗位需要 | 5 |
| 提供主要度假产品与交通的信息服务 | 5 |
| 2.2.6 | 高质量住宿设施数量 | 10 | 单选 |  |
|  | 5处（含）以上，包括国际品牌度假酒店、国内知名品牌度假酒店、符合GB/T 14308-2010中四星级（含）以上标准的旅游饭店、符合GB/T 41648-2022中甲级标准的旅游民宿、优秀的地方品牌特色住宿设施等，下同 | 10 |
| 4处 | 8 |
| 3处 | 6 |
| 2.2.7 | 高质量住宿设施规模 | 10 | 单选 |  |
|  | 500间（含）以上 | 10 |
| 300（含）~500间 | 8 |
| 150（含）~300间 | 5 |
| 2.2.8 | 高质量住宿设施环境 | 10 | 多选 |  |
|  | 与文化深度融合，具有艺术性、主题性或地域性，文化氛围感强 | 3 |
| 住宿设施环境优美，与人文、自然景观协调 ，注重生态环保与绿色低碳 | 3 |
| 主题鲜明，通过建筑景观、装饰装修、服务与活动等方式强化主题，度假氛围感强 | 4 |
| 2.2.9 | 高质量住宿设施服务 | 10 | 多选 |  |
|  | 不少于3种的运动健身、康养保健、亲子娱乐、文化体验、会议团建等配套服务 | 5 |
| 不少于3种的度假管家、专业活动辅导、智慧酒店、儿童托管、宠物托管等特色服务，每增加1种加1分 | 3~5 |
| 2.3 | 休闲娱乐活动 | 70 |  |  |
| 2.3.1 | 文化休闲娱乐活动 | 15 | 单选 |  |
|  | 活动类型和档次多样，不少于2项高品质、常态化的文化休闲娱乐活动，且内容健康、导向积极，避免庸俗、低俗、媚俗，每增加1项加2分 | 9~15 |
| 2.3.2 | 户外休闲娱乐活动 | 15 | 单选 |  |
|  | 活动类型和档次多样，不少于4项高品质的代表性户外休闲娱乐活动，能满足不同年龄、喜好的游客需求，每增加1项加2分 | 9~15 |
| 2.3.3 | 夜间休闲娱乐活动 | 10 | 单选 |  |
|  | 活动类型和档次多样，不少于1项高品质夜间休闲娱乐活动，每增加1项加2分 | 6~10 |
| 2.3.4 | 与其他产业融合的活动 | 10 | 单选 |  |
|  | 不少于1项与工业、农业、体育、健康、教育等其他产业融合的活动，每增加1项加1分 | 8~10 |
| 2.3.5 | 活动配套服务 | 20 | 多选 |  |
|  | 提供与活动内容匹配的场地、设施、物品等现场条件 | 4 |
| 收费合理，明码标价，活动规则、设施状况、注意事项、活动风险等明确告知 | 4 |
| 不少于1项保健服务，如健康管理、康复疗养、心理咨询、营养咨询、运动辅导等 | 4 |
| 为运动、康养、赛事、文化体验等专业性强的活动配备具有专业技能的组织、救援、教练、辅导、解说等人员 | 4 |
| 上述专业人员信息通过至少1种方式向游客公开，如佩戴标识、信息上墙、宣传材料、网上信息公开等 | 4 |
| 2.4 | 餐饮 | 60 |  |  |
| 2.4.1 | 餐饮设施 | 20 | 多选 |  |
|  | 主要住宿设施和主要度假产品周边用餐便捷 | 10 |
| 不少于3处休闲餐饮设施，如咖啡厅、酒吧、小吃店、茶馆、甜品店、奶茶店等 | 5 |
| 不少于1处餐饮设施与其他度假产品结合，如结合休闲街区、文化场馆、特色交通等，每增加1处加1分，与住宿设施结合的不计入 | 3~5 |
| 2.4.2 | 餐饮服务 | 15 | 多选 |  |
|  | 餐饮服务规范，符合卫生安全要求和食品安全要求 | 5 |
| 菜单明码标价 | 5 |
| 提供24小时全时段餐饮设施或服务 | 5 |
| 2.4.3 | 餐饮特色 | 15 | 多选 |  |
|  | 提供具有地方特色、文化特色或创意特色的菜品菜系，如当地名菜、名厨、名店、餐饮老字号等，或将餐饮与主题文化、特色产业、非遗技艺、科技创意等结合，每项得3分 | 9 |
| 除本地菜之外，不少于1类国内其他菜系 | 3 |
| 不少于1类外国菜品或菜系 | 3 |
| 2.4.4 | 文明用餐 | 10 | 单选 |  |
|  | 通过宣传标识、现场提醒、合理调整菜品数量及分量、推行简餐或分餐制、提供半份菜或小份菜、主动提供打包等至少2种方式引导游客餐饮节约和绿色消费 | 10 |
| 2.5 | 购物 | 40 |  |  |
| 2.5.1 | 购物场所 | 10 | 多选 |  |
|  | 布局合理，不少于3处满足游客购物需要的场所 | 6 |
| 购物场所体现文化或主题特色 | 4 |
| 2.5.2 | 购物服务 | 10 | 多选 |  |
|  | 旅游商品价格合理，明码标价 | 4 |
| 提供售后保障服务 | 4 |
| 提供物流托运、刷卡结算、电子支付、环保包装等至少2项服务 | 2 |
| 2.5.3 | 文创商品 | 10 | 多选 |  |
|  | 不少于3项文创商品 | 4 |
| 文创商品体现文化或主题特色，文化内容健康、导向积极 | 4 |
| 不少于1项省级或以上非物质文化遗产活化的商品 | 2 |
| 2.5.4 | 特色旅游商品 | 10 | 多选 |  |
|  | 结合种植业、养殖业、手工业、制造业等当地优势产业开发至少1项特色旅游商品，每项得1分 | 5 |
| 特色旅游商品实现品牌化，包装低碳环保、具有特色 | 5 |
| 3 | 度假公共服务 | 160 |  |  |
| 3.1 | 旅游交通服务 | 60 |  |  |
| 3.1.1 | 可达性 | 20 | 多选 |  |
|  | 航线、高铁动车班次密度与度假市场需求相匹配 | 3 |
| 距离最近的机场或高铁站车程2小时以内 | 3 |
| 与机场或高铁站有便捷的高速路或快速路连接 | 3 |
| 与高速路出口有高等级道路连接，连接道路选线合理、便捷通畅、景观氛围良好 | 3 |
| 与周边等级较高或较为知名的旅游区（点）具有良好的通达性 | 3 |
| 结合交通枢纽、旅游集散中心、游客中心等设施，根据需要提供旅游专线、租车、包车等交通服务 | 3 |
| 各种交通工具换乘便捷 | 2 |
| 3.1.2 | 道路系统 | 16 | 多选 |  |
|  | 各主要产品间、度假组团间相互连接的道路畅通 | 4 |
| 停车场布局合理、管理规范，采用生态停车场设计，风貌与周围环境相协调 | 4 |
| 配备一定比例的无障碍停车位，地面涂有停车线、轮椅通道线和无障碍标志 | 4 |
| 游步道和自行车道线路完整连续，沿线环境宜人，交通路面状况良好，休息节点设置合理 | 4 |
| 3.1.3 | 交通服务 | 24 | 多选 |  |
|  | 配备一定比例新能源车公共充电设施，数量满足游客需求 | 4 |
| 区内公共交通服务完善，距离较远的主要度假产品之间设穿梭巴士或电瓶车 | 3 |
| 租车服务完善，租还便捷 | 3 |
| 道路交通秩序良好，无严重交通拥堵或游客长时间滞留等候 | 3 |
| 提供救援、维修等自驾配套设施或服务 | 3 |
| 公共营地建设符合市场需求，具备一定规模，布局合理，服务与管理到位 | 8 |
| 3.2 | 旅游信息服务 | 50 |  |  |
| 3.2.1 | 咨询服务 | 15 | 多选 |  |
|  | 依托飞机场、火车站、汽车站、港口等交通枢纽，提供人工咨询点、智能终端、二维码信息等易于获取的线上或线下信息服务 | 5 |
| 区内设置至少1处咨询服务中心，提供信息咨询、预约预订、度假助理、宣传展示、商业休闲、无障碍等综合服务，配套专门的管理服务团队 | 5 |
| 结合区内酒店等主要产品设置若干小型人工或自助服务点，提供基础信息服务 | 5 |
| 3.2.2 | 公共信息导向系统 | 20 | 多选 |  |
|  | 具有完善的公共信息导向系统，使用规范的公共图形符号，导向要素齐全，导向效果好，易于理解 | 5 |
| 度假区入口或区内适当位置设置全景图，正确标注主要度假产品和咨询服务中心、厕所、出入口、医务室、停车场等服务设施位置，明示咨询、投诉、救援电话 | 5 |
| 在交通枢纽与度假区之间设置清晰醒目的交通引导标志，其中度假区名称准确，如采用简称，做到清晰、不易混淆 | 5 |
| 提供导向用便携印刷品及二维码，如导游图、导览手册等 | 5 |
| 3.2.3 | 解说系统 | 15 | 多选 |  |
|  | 具有自然教育、环境解说与文化解说系统整体方案 | 5 |
| 解说内容准确、导向积极、细致完善，兼顾科学性、教育性、宣传性和趣味性 | 5 |
| 采用至少2种方式对度假产品和度假资源进行科学解说 | 5 |
| 3.3 | 其他公共服务 | 50 |  |  |
| 3.3.1 | 配套基础设施 | 15 | 多选 |  |
|  | 水、电、排污处理等基础设施配套完备、管理规范 | 5 |
| 合理设置充足的分类垃圾箱，垃圾清理、转运及时，环境保持干净卫生 | 10 |
| 3.3.2 | 厕所服务 | 10 | 多选 |  |
|  | 公共厕所布局合理，数量与接待能力相匹配，外观与环境协调 | 3 |
| 供游客使用的社区公共厕所清洁及时，室内外设施干净卫生整洁 | 3 |
| 不少于40%的区内旅游厕所满足旅游厕所质量类别中的Ⅰ类要求 | 4 |
| 3.3.3 | 日常医疗服务 | 5 | 多选 |  |
|  | 提供快捷购药等日常医疗辅助条件 | 3 |
| 设有医疗室及专业医务人员 | 2 |
| 3.3.4 | 配套服务 | 8 | 多选 |  |
|  | 度假设施集中的区域能提供良好的生活配套服务，满足度假游客多样化的生活需求 | 4 |
| 公共文化设施和服务能够满足长期度假游客多样文化需求，实现主客共享 | 4 |
| 3.3.5 | 特殊人群服务 | 12 | 多选 |  |
|  | 度假设施集中的区域提供连贯的无障碍通行流线 | 2 |
| 主要公共设施及高质量度假住宿设施配备低位服务设施、无障碍客房、无障碍电梯或升降平台、无障碍停车位、无障碍厕所、无障碍标识，提供轮椅等辅助器具租借服务，能接待导盲犬用户 | 2 |
| 提供信息无障碍服务，自助公共服务终端设备具备语音、大字、盲文等无障碍功能 | 2 |
| 核心度假产品能满足无障碍需求，提供无障碍咨询引导或陪伴服务 | 2 |
| 提供老年优先、风险防范、关怀服务等适老化服务 | 2 |
| 提供母婴室、童车租赁、儿童托管等母婴与儿童服务 | 2 |
| 4 | 运营管理 | 230 |  |  |
| 4.1 | 规划管理 | 25 |  |  |
| 4.1.1 | 规划编制 | 15 | 多选 |  |
|  | 在总体规划基础上，科学编制相关详细规划或指导度假区运营的专项规划或实施方案 | 8 |
| 相关规划中对建设用地的诸项指标，如容积率、建筑密度、建筑高度、绿地率等，提出合理的控制要求，既能够与环境相融合，又能够体现集约用地理念 | 7 |
| 4.1.2 | 规划实施 | 10 | 多选 |  |
|  | 总体规划有效落实，主要度假产品和服务设施依据总体规划基本建成，选址、用地、布局、规模和品质符合总体规划要求 | 5 |
| 其他规划有效指导度假区建设运营 | 5 |
| 4.2 | 综合管理 | 75 |  |  |
| 4.2.1 | 管理机制 | 15 | 多选 |  |
|  | 运营管理机构具有独立法人资格 | 5 |
| 管理机制健全高效 | 5 |
| 综合治理能力强，有效统筹管理辖区内的经营主体并为其提供良好的服务 | 5 |
| 4.2.2 | 资源环境管理 | 10 | 多选 |  |
|  | 具有完善的生态环境保护与监测机制，根据监测分析结果，及时发现问题，科学制定针对性整改措施和解决方案，并有效落实 | 3 |
| 具有完善的文物和文化资源保护机制，制定有相关保护管理方案和措施，并切实执行 | 3 |
| 建设项目施工或设施维护现场有效与外界隔离，粉尘、噪声、震动等对周边环境和交通的影响低 | 4 |
| 4.2.3 | 市场秩序 | 30 | 多选 |  |
|  | 有科学严谨的市场管理机制，能够有效统筹管理或引导区内所有经营企业与人员 | 5 |
| 经营主体证照齐全，依法依规经营，日常监督检查记录完整，有关管理部门出具的整改意见落实到位 | 5 |
| 诚信经营，商品和服务有统一的质量管理、价格管理和售后服务，无偷逃税款，无假冒伪劣商品，无虚假宣传和广告 | 5 |
| 尊重游客，无围追兜售和强迫购物等涉嫌违反消费者权益保护的行为或现象 | 5 |
| 无单方随意违约、哄抬价格、随意涨价等现象，单方违约时依法赔偿 | 6 |
| 无市场垄断和不正当竞争等行为 | 4 |
| 4.2.4 | 运营效果 | 10 | 多选 |  |
|  | 整体运营良好，主要度假产品和服务设施无长期停业或长期空置现象 | 6 |
| 度假产品更新提升及时且可持续 | 4 |
| 4.2.5 | 运行监测 | 5 | 单选 |  |
|  | 运行情况监测工作及时、准确、全面、规范，相关基础工作完善 | 5 |
| 4.2.6 | 投诉处理 | 5 | 多选 |  |
|  | 受理投诉的机构设置、人员配置、渠道建设落实到位，投诉档案记录完整 | 2 |
| 有明确的投诉电话，受理及时，在24小时内做出处理决定，全部投诉均得到妥善处理 | 3 |
| 4.3 | 安全管理 | 45 |  |  |
| 4.3.1 | 安全生产 | 32 | 多选 |  |
|  | 度假区旅游安全运营管理与生产岗位责任制度健全，有完善的安全警示管理制度，游客安全工作责任制落实到位 | 5 |
| 安全预警救援设施与服务齐备有效，游客密集区附近合理设置灾害警铃、广播等示警设备以及应急避难场所；危险性项目合理配置救援人员及设施；支持7×24小时全区安全救助，救援反应迅速，组织得力，处置效果好 | 6 |
| 安全教育提示全面有效，相关区域设置警示、警告和禁止标志，设有旅游安全教育提示专门负责人，定期对从业人员开展旅游安全教育和培训，为游客提供充分的旅游度假安全教育和提示 | 5 |
| 安全监控全面有效，区内人流集中区域实现视频监控全覆盖，日常运行正常，高峰期流量管理到位 | 5 |
| 安全设施配置齐备并检测及时，危险地带安全防护设施、防火设施、游览游乐服务设施等齐备、完好、有效，并定期维护保养，特殊旅游项目和特种旅游设施须经过安全验收和定期安全审核 | 6 |
| 对重点领域、重点环节定期进行安全隐患排查 | 5 |
| 4.3.2 | 应急管理 | 13 | 多选 |  |
|  | 具有包括自然灾害、事故灾难、公共卫生事件、社会安全事件等旅游突发事件应急预案 | 3 |
| 与所在地县级以上地方人民政府及其相关部门的应急预案相衔接 | 2 |
| 定期组织演练，根据事故风险特点，每年至少组织1次综合应急预案演练或者专项应急预案演练，每半年至少组织1次现场处置方案演练和1次生产安全事故应急预案演练，每次演练2分 | 5 |
| 与周边医院有联动救治机制，配备医疗急救和转运服务 | 3 |
| 4.4 | 人才队伍建设 | 25 |  |  |
| 4.4.1 | 人才引进 | 7 | 多选 |  |
|  | 注重人才引进，具有完善的引进制度，明确引进的标准、待遇和流程，制度落实良好 | 3 |
| 积极引进和培育复合型人才，如文化旅游、运营管理、科技创新、生态维护人才等 | 4 |
| 4.4.2 | 员工培训 | 12 | 多选 |  |
|  | 具有完善的人力资源培训制度并有效落实，员工上岗前经过培训，培训合格率达到100% | 8 |
| 涉及国家实行就业准入制度的工种或职业，员工持证上岗 | 4 |
| 4.4.3 | 研发队伍 | 6 | 单选 |  |
|  | 构建度假产品研发机制，组建或联合度假产品研发团队，推动度假产品创新 | 6 |
| 4.5 | 智慧化建设 | 40 |  |  |
| 4.5.1 | 智慧服务 | 30 | 多选 |  |
|  | 主要活动区域覆盖高速无线网络 | 6 |
| 具有独立域名的网站，建设线上服务平台如APP、小程序、公众号等，并及时更新 | 8 |
| 具有智慧导览电子地图和电子语音导览 | 8 |
| 提供智慧票务、智慧停车、电子商务等智能服务 | 8 |
| 4.5.2 | 智慧管理 | 10 | 多选 |  |
|  | 运用信息化、数字化技术支持旅游管理、统计和调查 | 5 |
| 运用大数据和人工智能等新技术进行智慧化精准营销和舆情监测等 | 5 |
| 4.6 | 市场营销 | 20 |  |  |
| 4.6.1 | 营销机制 | 5 | 多选 |  |
|  | 具有系统的、富有创意的宣传推广计划并有效落实 | 3 |
| 具有力度较大、稳定的市场营销投入 | 2 |
| 4.6.2 | 品牌形象 | 7 | 多选 |  |
|  | 具有完善的品牌形象管理体系，品牌形象正面积极 | 5 |
| 宣传片、宣传册、广告等制作精良，无不良引导 | 2 |
| 4.6.3 | 营销渠道 | 8 | 多选 |  |
|  | 积极采用新媒体等数字化营销方式，引流效果良好 | 3 |
| 举办主题鲜明、形式多样、游客可参与的营销或节庆活动 | 5 |
| 5 | 市场结构与影响 | 100 |  |  |
| 5.1 | 规模与结构 | 60 |  |  |
| 5.1.1 | 年游客规模（万人天） | 10 | 单选 |  |
|  | ≥100 | 10 |
| 50（含）~100 | 8 |
| 25（含）~50 | 6 |
| 10（含）~25 | 4 |
| 5.1.2 | 年过夜游客规模（万人天） | 15 | 单选 |  |
|  | ≥50 | 15 |
| 25（含）~50 | 12 |
| 10（含）~25 | 9 |
| 5.1.3 | 过夜游客平均停留天数（天） | 15 | 单选 |  |
|  | ≥3 | 15 |
| 2.5（含）~3 | 12 |
| 2（含）~2.5 | 9 |
| 5.1.4 | 年游客中过夜游客的比例 | 10 | 单选 |  |
|  | ≥50% | 10 |
| 30%（含）~50% | 8 |
| 10%（含）~30% | 6 |
| 5.1.5 | 年过夜游客中省外游客的比例 | 5 | 单选 |  |
|  | ≥40% | 5 |
| 30%（含）~40% | 4 |
| 20%（含）~30% | 3 |
| 10%（含）~20% | 2 |
| 5.1.6 | 年境外游客规模（万人天） | 5 | 单选 |  |
|  | ≥3 | 5 |
| 2（含）~3 | 4 |
| 1（含）~2 | 3 |
| 0~1 | 2 |
| 5.2 | 品牌影响力 | 40 |  |  |
| 5.2.1 | 市场知名度 | 10 | 单选 |  |
|  | 在国际范围内市场知名度高，具有非常广泛的品牌认知 | 10 |
| 在全国范围内市场知名度高，具有广泛的品牌认知 | 8 |
| 在本省范围内市场知名度高，具有较为广泛的品牌认知 | 6 |
| 5.2.2 | 品牌美誉度 | 10 | 单选 |  |
|  | 现场问卷调查和网络评论（或第三方评价）的好评率均在90%（含）以上 | 10 |
| 现场问卷调查和网络评论（或第三方评价）的好评率均在80%（含）以上 | 6 |
| 5.2.3 | 游客满意度调查 | 5 | 单选 |  |
|  | 每年定期进行至少2次游客满意度调查，并及时公布满意度 | 5 |
| 每年定期进行至少1次游客满意度调查，并及时公布满意度 | 3 |
| 5.2.4 | 游客满意度 | 15 | 单选 |  |
|  | 满意度高，90%（含）以上满意 | 15 |
| 满意度较高，80%（含）以上满意 | 12 |
| 满意度一般，70%（含）以上满意 | 9 |
| 6 | 生态文明与社会效益 | 60 |  |  |
| 6.1 | 生态文明 | 30 |  |  |
| 6.1.1 | 生态保护 | 10 | 多选 |  |
|  | 针对生态环境保护有相关资金投入 | 5 |
| 旅游者及旅游活动的影响未超出环境承载力 | 5 |
| 6.1.2 | 绿色低碳 | 10 | 多选 |  |
|  | 主要度假设施的设计建造及运营管理过程中有明确的减碳降碳控碳或降耗降污增绿计划，效益明显 | 2 |
| 采取限塑、节水节能和循环利用等环保低碳的措施，有效降低能耗 | 2 |
| 区内提供便利的新能源或清洁能源交通工具，有效减少游客在区内驾驶燃油汽车出行 | 3 |
| 区内主要经营主体不主动提供一次性用品 | 3 |
| 6.1.3 | 环境教育 | 10 | 多选 |  |
|  | 多种方式开展生态环境宣传教育工作 | 4 |
| 区内企业、居民环保意识强，游客环保意识在旅游过程中得到提高 | 3 |
| 区内环保理念、措施和成效对周边区域起到示范带动作用 | 3 |
| 6.2 | 社会效益 | 30 |  |  |
| 6.2.1 | 文化保护与传承 | 15 | 多选 |  |
|  | 文物和文化资源得到有效保护，无文物受损或过度商业化等问题 | 8 |
| 文化资源的活化传承效果显著，如当地非遗技艺人才增加、文化遗产融入度假生活等 | 7 |
| 6.2.2 | 就业与经济带动 | 15 | 多选 |  |
|  | 显著带动旅游或其他产业的上下游产业链发展 | 5 |
| 助力共同富裕，旅游富民与就业带动效果显著，促进地方经济发展或乡村振兴 | 5 |
| 度假区与社区在设施共建共享、公众参与共融等方面成果良好 | 5 |
| 合计 | | 1000 |  |  |