|  |  |
| --- | --- |
| ICS  | 03.140  |
| CCS  | 点击此处添加CCS号 |

|  |
| --- |
|        |

西藏自治区地方标准

DB XX/T XXXX—XXXX

地球第三极品牌评价体系 第5部分 高原旅游服务品牌评价要求

Brand evaluation system for The Third Pole of The Earth —— Part 5：b

rand evaluation requirement for plateau tourism service

征求意见稿

XXXX - XX - XX发布

XXXX - XX - XX实施

       发布

目 次

[1 范围 1](#_Toc33619099)

[2 规范性引用文件 1](#_Toc33619100)

[3 术语和定义 1](#_Toc33619101)

4 基本要求 1

5 评价指标体系 1

6 指标测量 2

[7 结果测算 4](#_Toc33619105)

前  言

本标准依据GB/T 1.1-2020 给出的规则起草。

本标准由地球第三极产业发展有限公司提出，由西藏自治区市场监督管理局归口。

本标准起草单位：地球第三极产业发展有限公司、中国标准化研究院、西藏自治区标准化研究所等

本标准主要起草人：

地球第三极品牌评价体系 第5部分

高原旅游服务品牌评价要求

* 1. 范围

本文件规定了对高原旅游服务中旅行社、旅游住宿、旅游景区和其他旅游服务产业，开展地球第三极品牌评价的基本要求、评价指标体系、指标测量以及结果测算等。

本文件适用于在高原旅游服务行业开展地球第三极品牌评价和品牌管理活动的各类实体。

* 1. 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 19000-2016 质量管理体系 基础和术语

GB/T 26358-2022 旅游度假区等级划分

GB/T 27925-2011 商业企业品牌评价与企业文化建设指南

GB/T 39654-2020 品牌评价 原则与基础

GB/T 39869-2021 品牌评价 旅游目的地

* 1. 术语和定义

下列术语和定义适用于本文件。

高原旅游服务品牌 plateau tourism service brand

高原环境下旅游服务实体服务的能力、品质、价值、声誉、影响和企业文化等要素共同形成的综合形象。

* 1. 基本要求

对高原服务品牌开展评价时，应遵循（标准号）《地球第三极品牌评价体系 第1部分 通则》中规定的总体原则和评价程序开展，在构建评价指标体系、获取评价数据、测算评价结果、出局评价报告时，需符合（标准号）《通则》的相应要求。

* 1. 评价指标体系
		1. 概述

评价高原旅游服务品牌时，可从生态环境、卓越品质和品牌成效三个方面开展。

* + 1. 指标体系

高原旅游服务品牌评价指标体系见图1。



图1 高原服务品牌评价指标体系图

* 1. 指标测量
		1. 生态环境

生态环境反映提供高原旅游服务的品牌实体开展服务的生态系统，可从环境独特、生态保护两个维度来进行评价。

* + - 1. 环境独特

品牌实体或品牌实体提供旅游服务时所处的地貌、生态和文化环境的独特性，包括：

——海拔地貌；

——资源级别；

——文化环境。

* + - 1. 生态保护

旅游服务活动过程中对生态环境的保护和发展，包括：

——资源保护；

——环境管理。

* + 1. 卓越品质

卓越品质反映提供高原旅游服务的品牌实体，在提供产品和/或服务中所表现出的质量、服务及创新能力和水平，可从质量管理、创新能力、服务能力、品牌运营和品质水平五个维度来进行评价。

* + - 1. 质量管理

质量管理体现了品牌实体为达到组织目标、满足游客和其他有关相关方的需求和期望，而针对组织内外部进行的资源优化和管理能力，包括：

——基础水平；

——质量信用；

——标准建设；

——制度体系建设。

* + - 1. 创新能力

创新能力反映出品牌实体为达到组织目标、满足游客和其他有关相关方的需求和期望，利用现有知识和物质开展的资源优化设计或技术突破能力，包括：——产品（服务）创新；

——文化创新；

——管理创新。

* + - 1. 服务能力

服务能力反映品牌实体与顾客互动过程中的输出能力，包括：

——服务标准化；

——服务保障；

——投诉处理。

* + - 1. 品牌运营

品牌运营反映出品牌实体在品牌管理建设方面的投入，包括：

——品牌管理；

——建设投入。

* + - 1. 品质水平

品质水平反映出第三方对品牌实体在质量、服务和创新方面建设的评价，包括：

——荣誉情况；

——顾客评价。

* + 1. 品牌成效

品牌成效反映出品牌实体在品牌建设和管理方面所取得的效果，可从经济效益、社会效益和文化效益三个维度进行评价。

* + - 1. 经济效益

经济效益体现了品牌实体所取得的经济收益，主要从财务角度予以考察，包括：

——销售收入；

——盈利能力；

——资产规模。

* + - 1. 社会效益

社会效益体现了品牌实体在社会责任方面的建设和效果，包括：

——纳税贡献；

——吸纳就业人员；

——产业发展与产业生态融合建设；

——员工福利待遇；

——社会公益贡献。

* + - 1. 文化效益

文化效益体现了品牌实体在文化发展和传承方面的建设和效果，包括对历史文化、民族文化和宗教文化的传承、保护和发扬。

* + - 1. 生态效益

生态效益体现了品牌实体在生态保护与经济效益良性平衡和互动情况，包括：

——生态环境开发与治理情况；

——生态与经济平衡情况。

* 1. 结果测算

通过对五个方面的评价指标的分值进行加权求和，计算每项要素的评价结果。计算公式见式（1）：

 $K=\sum\_{i=1}^{i}K\_{i}×W\_{i}$ (1)

式中：

*K*——品牌某个方面的评价值；

$K\_{i}$——某方面下属第i个维度的评价值；

$W\_{i}$——第i个维度对所评价的某个方面的影响

如评价指标体系由多级指标构成，品牌价值要素得分可通过对各级指标的逐级计算获得，计算公式可参考式（1）进行扩展。

1.
2. （资料性）
高原服务品牌评价指标及说明

高原服务品牌评价指标及说明见表A.1。

* 1. 高原服务品牌评价指标及说明

| 评价要素 | 一级指标及权重 | 二级指标及权重 | 指标说明 |
| --- | --- | --- | --- |
| 生态环境350分 | 环境独特200分 | 海拔地貌70分 | 服务开展地区所处的海拔及地貌特点 |
| 资源级别70分 | 服务开展地区的旅游资源，可分为世界级、国家级、省级、市（县）级：世界级，主要包括联合国教育、科学及文化组织批准列入《世界遗产名录》的名胜古迹、世界级地质公园和列入联合国“人与生物圈”嘉华的自然保护区等；国家级，主要包括由国务院审定公布的国家级风景名胜区、国家历史文化名城和国家重点文物保护单位，以及国家级自然保护区和国家森林公园等；省级，主要包括省级风景名胜区、省级历史文化名城、省级文物保护单位，以及省级自然保护区、省级森林公园、省级历史文化名镇名村等；市（县）级，主要包括市（县）级风景名胜区和市（县）级文物保护单位等。 |
| 文化环境60分 | 服务开展地区的宗教、民族、民俗等文化资源的独特性。 |
| 生态保护150分 | 资源保护75分 | 服务开展中对自然、人文资源的保护。 |
| 环境管理75分 | 服务过程中对生态环境的管理，包括环境开发、污染防治等。 |
| 卓越品质350分 | 质量管理100分 | 基础水平30分 | 基础设施建设情况、服务人员资质获取情况 |
| 质量信用20分 | 信用舆情和消费者投诉情况 |
| 标准建设20分 | 近三年主导或参与国际、国家、地方、行业、团体等相关标准制修订情况 |
| 制度体系建设30分 | 标准示范点建设、关键控制点制度建设、党群建设情况管理体系建设及认证情况 |
| 创新能力60分 | 产品（服务）创新20分 | 旅游产品（参观、游乐）的独特性、定制化服务创新以及智慧景区建设等 |
| 文化创新20分 | 运用宗教文化、节庆活动和民俗活动等策划的演出、展览、论坛等 |
| 管理创新20分 | 包括运营管理模式、营销方式、营销政策等的创新 |
| 服务能力80分 | 服务标准化30分 | 服务标准体系建设情况、服务环节管控标准、规范、透明、高效等方面的建设情况 |
| 服务保障30分 | 对游客的承载能力以及应对游客需求的保障能力，包括服务安全、应急处理、服务种类多样性、标准履行、服务人员及基础条件配置等 |
| 投诉处理20分 | 投诉处理情况，包括投诉处理率等 |
| 品牌运营50分 | 品牌管理30分 | 管理机构及人员设置品牌及商标注册情况 |
| 建设投入20分 | 品牌建设持续投资情况 |
| 品质水平60分 | 荣誉情况30分 | 景区评级、旅行社评级、旅游饭店星级评定、著名商标、著名建筑、标准化示范单位（国家级、省级）等 |
| 顾客评价30分 | 顾客满意度等 |
| 品牌成效300分 | 经济效益70分 | 销售收入25分 | 近三年销售收入情况 |
| 盈利能力25分 | 近三年净利润水平 |
| 资产规模25分 | 近三年总资产、总负债、流动资产、非流动资产情况 |
| 社会效益100分 | 纳税贡献15分 | 近三年纳税情况 |
| 吸纳就业人员30分 | 近三年在当地吸纳就业情况 |
| 产业发展与产业生态融合建设30分 | 带动当地产业发展情况产业生态融合建设情况 |
| 员工福利待遇15分 | 员工薪资、保险、培训等福利待遇情况 |
| 社会公益贡献10分 | 支持、参与社会公益情况 |
| 文化效益70分 | 历史、民族、宗教文化70分 | 历史文化、民族文化、宗教文化的传承和发扬 |
| 生态效益60分 | 生态环境开发与治理情况20分 | 在生态环境承受的限度内，进行旅游开发和管理活动情况 |
| 生态与经济平衡情况40分 | 服务中通过定时的生态效益分析，减轻生态污染，控制人类活动对生态环境的影响 |