附件1

天府旅游名县考核评分细则（修订）

本细则分为二部分：

细则一：候选县竞争评选评价指标。（见附件1.1）

细则二：命名县考核认定评分细则。总分为100分，其中基础指标考核40分，第三方评估60分。天府旅游名县认定总得分不低于80分。（见附件1.2）

附件1.1

细则一：候选县竞争评选评价指标

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **序号** | **项 目** | **工作要求** | **主要评价指标** | **评分** |
| 1 | 主题资源与品牌塑造 | 完成县域文化旅游资源普查和评价，资源保护利用科学合理，近一年未发生重大生态环境、文化旅游资源破坏事件；县域旅游核心资源和发展主题明确（不超过2项）、质优且规模大，在国内外具有一定的独特性、较强的标杆性和垄断性，能够体系化、精细化打造特色文化和旅游产品；县域文化和旅游品牌形象特色鲜明，市场营销力度大，识别度、知名度、美誉度高，市场感召力强；文旅融合效果好。 | 资源品牌。世界级、国家级、省级品牌（如世界遗产、地质公园、风景名胜区、自然保护区、水利风景区、河湖公园、森林公园、湿地公园、国家一级博物馆、国家一级图书馆、历史文化名城名镇名村、文化和旅游消费示范城市、重点文物保护单位、工业遗产、非物质文化遗产等）。产品品牌。国家级、省级品牌（如A级景区、旅游度假区、生态旅游示范区等）。品牌形象。文化和旅游宣传形象口号特色鲜明，节会、展览、赛事等的数量、等级、影响、效应等情况。评选命名。国家（省）有关部门授予与文化旅游相关的命名，如森林、园林、文明、卫生城市（县城），历史文化名城、旅游强县、优秀旅游城市等。 | 30 |
| 2 | 产业体系与发展规模 | 实施全域旅游发展战略，积极开展国家（省）级全域旅游示范区创建活动，旅游产业布局合理，融合发展水平高，业态丰富，要素齐全，形成具有县域特色的旅游产业体系，拥有一批国家（省）级文化旅游品牌；文化或旅游产业园区（基地）建设成效显著，产业带动性强，综合效益显著。 | 综合效益。旅游总收入、接待人次，境外、省外游客情况；对地方经济社会贡献情况。融合发展。旅游与一二三产业融合发展情况（如乡村、工业、水利、林业、康养、体育、研学等旅游新业态和文创基地等）。旅游要素。“吃住行游购娱”情况（如特色民宿、餐饮、商品、演艺等）。园区建设。国家（省）级全域旅游示范区、文化产业和旅游产业融合发展示范区、文化或旅游产业（示范）园区等。 | 25 |
| 3 | 重大项目与发展潜力 | 创新旅游投融资机制，形成投资主体多元化、融资渠道多样化、运作方式市场化的新体制，近三年来有一批投资规模大、带动性强在建或已建成的重大文化和旅游项目；培育和引进有竞争力的文化和旅游市场主体，引导中小文旅企业向专业化、精品化和特色化方向发展，形成以文旅骨干企业为龙头、大中小文旅企业协调发展的格局等。 | 重大项目。近三年来已建成或在建的重大文化和旅游项目数量。文旅企业。省级及以上知名文旅企业数量、资产规模效益等情况。文旅投资。近三年文化和旅游事业、产业的投融资情况等。 | 10 |
| 4 | 公共服务与市场秩序 | 旅游集散中心、咨询服务中心、信息服务、便民服务、景区停车场、汽车营地等功能健全有效，自驾游、自助游服务体系完善，厕所革命达标；开展智慧旅游建设。旅游综合监管制度体系完善，市场监管能力强，投诉处理机制健全，市场秩序良好，近一年未发生较大旅游安全的责任事故和严重损害游客权益、在全国产生重大负面影响的责任事件。 | 旅游交通。对外交通（如机场、高铁、高速等）情况；内部交通道路、旅游客运公交等情况。服务设施。“厕所革命”规划、建设、管理工作达标情况；配套设施情况（如：旅游集散中心、服务区、标识标牌、停车场、自驾游营地等）。市场秩序。旅游综合监管制度机制建立情况；文化市场综合执法运行机制；市场整治、旅游安全、游客满意度、投诉处理、应急处置等情况新技术应用。智慧旅游建设；新技术、新装备、新材料、新能源应用等情况。 | 25 |
| 5 | 重视程度 | 党委政府对发展文化和旅游业高度重视，明确将旅游业作为支柱产业或先导产业，建立起党政主要负责人牵头、各部门（单位）联动、全社会参与的文化旅游发展体制机制。编制出台旅游（文旅融合）发展规划，制定并有效实施促进文化和旅游业发展的政策措施。本级财政年度安排文化旅游发展资金不低于1000万元（三州三县民族地区不低于500万元）。 | 政策保障。出台政策、制定规划；发展目标、定位、措施等情况。体制机制。建立起党政主要负责人牵头的体制机制（如领导小组等）、文旅部门机构职能设置；部门（单位）联动、全社会参与等情况。政府投入。本级财政年度安排文化旅游产业发展资金并逐年递增等。 | 10 |
|  | 总评 |  |  | 100 |

附件1.2

细则二：命名县考核认定评分细则

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 序号 | 分类 | 项目 | 评分 |
| 1 | 基础指标考核（40分） | 综合效益 | 8 |
| 2 | 品牌建设 | 12 |
| 3 | 产业发展 | 8 |
| 4 | 服务环境 | 12 |
| 5 | 第三方评估（60分） | 大数据评估 | 30 |
| 6 | 游客满意度抽样调查与暗访 | 15 |
| 7 | 主流媒体评价 | 5 |
| 8 | 涉旅行业评价 | 10 |
|  | 总计 |  | 100 |

| 序号 | 内 容 | 项目分值 | 自查得分 | 检查得分 |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 1 | **综合效益。** | 8 |  |  |
| 1.1 | **经济效益。** | 5 |  |  |
| 1.1.1 | **旅游总收入。****评分：**1.上一年度旅游总收入达到100亿元的得满分0.5分，50亿元（不含）以下不得分，其它按比例扣分。三州三县民族地区80亿元得满分0.5分，30亿元（不含）以下不得分，其它按比例扣分。2.上一年度旅游总收入位列所在市（州）前列〔成都市前6位，其他市（州）前3位〕且连续三年平均增速10%以上的得满分0.5分。不在前列，但连续三年平均增速20%以上；或在前列，连续三年平均增速10%以下的得0.3分。其它酌情扣分。评分指导点（材料审核）:根据市（州）文化和旅游行政管理部门提供相关统计数据评分（结合查询网上公布的数据验证）。 | 1 |  |  |
| 1.1.2 | **旅游税收贡献率。****评分：**上一年旅游及相关产业税收收入占本地税收收入比重高于全省相应指标的得满分1分，每低0.5个百分点减0.2分，以此类推，直至0分。**评分指导点（材料审核）:**根据当地统计和税务等部门提供相关统计数据，依据《国家旅游及相关产业统计分类（2018）》进行统计核算。 | 1 |  |  |
| 1.1.3 | **入境过夜游客人次。****评分：**上一年接待过夜入境游客（包括外国人和港澳台同胞）达到0.5万人次的得满分0.5分，其它按比例扣分。**评分指导点（材料审核）:**根据《旅游统计调查制度》中入境游客统计调查统计规定，具体结果在“四川文化旅游统计综合管理平台”-报表统计-住宿设施接待总体情况中查询。 | 0.5 |  |  |
| 1.1.4 | **国内游客人次。****评分：**近三年国内旅游接待人次年均增长幅度不低于全省相应指标，年均接待700万人次（含）以上的得满分1分，400万人次（不含）以下的不得分，其它按比例扣分。三州三县民族地区500万人次以上的得满分1分，300万人次（不含）以下的不得分。如增速达不到，在相应得分基础上再减0.1分。**评分指导点（材料审核）:**根据市（州）文化和旅游行政管理部门提供相关数据评分（结合查询网上公布的数据）。 | 1 | ` |  |
| 1.1.5 | **国内过夜游客人均天花费。****评分：**国内过夜游客人均天花费高于全省相应指标的得满分1分。低于全省指标200元不得分，其它按比例扣分。**评分指导点（材料审核）:**以验收上年度为基准年，依据全省统一进行的国内旅游抽样调查花费调查结果，具体结果在“四川文化和旅游统计综合管理平台抽样调查系统”中查询。 | 1 |  |  |
| 1.1.6 | **总床位数。****评分：**辖区内旅游住宿单位总床位数达到2万张的得满分0.5分。低于0.5万张的不得分，其它按比例扣分。**评分指导点（材料审核）**:根据验收前1个月在“四川文化旅游统计综合管理平台”-报表统计-住宿设施接待总体情况中查询的结果。 | 0.5 |  |  |
| 1.2 | **社会效益**。 | 2 |  |  |
| 1.2.1 | **旅游从业人数占当地从业人员总数比重。****评分：**旅游从业人员占当地从业人员总数比重达到15%的得满分，每低1个百分点减0.2分，以此类推，直至0分.**评分指导点（材料审核）**:根据本级人力资源社会保障部门提供相关人员信息。 | 1 |  |  |
| 1.2.2 | **促民增收。****评分：**1.上一年度农民（居民）因发展旅游获得的收入占农民（居民）人均可支配收入比重高于全省相应指标5个百分点以上得0.7分，每低1个百分点减0.1分，如此类推，直至0分。2.近3年来，旅游富民经验做法在全国文化旅游或乡村振兴工作等各类会议上作为典型交流，或被国家级主流媒体（指人民日报、新华社、中央广播电视总台，中国旅游报、中国文化报，下同）专题报道的，每次加0.3分；在全省文化旅游或乡村振兴工作各类会议上作典型发言，或被省级主流媒体（指四川日报、四川广播电视台，下同）专题报道的，每次加0.1分；本项最高分值0.3分。被国家和省上通报批评的，不得分。**评分指导点（材料审核）:**1.提供法定调查机构出具的调查报告。2.旅游富民经验做法典型发言或专题报道的佐证材料。 | 1 |  |  |
| 1.3 | **生态效益。****评分：**1.近1年空气质量优良级标准天数达到300天（含）以上得0.8分，250天（含）-299天得0.6分，200天（含）-249天得0.4分，不足200天（不含）不得分。如近三年全域环境质量未持续改善的，扣0.1分。2.荣获国家生态县、国家生态文明建设示范市（县）、“绿水青山就是金山银山”实践创新基地、国家可持续发展实验区的每个加0.2分，省级每个加0.1分，累计不超过0.2分。以上累计不超过1分。**评分指导点（材料审核、现场查看）：**1.提供本级或者上一级生态环境部门公开发布的近三年相关信息或出具的监测报告（本级生态环境部门定期发布的全域环境公报或环境监测报告）。2.提供荣获国家生态县等品牌的文件、证书或标牌等资料。 | 1 |  |  |
| 2 | **品牌建设。** | 12 |  |  |
| 2.1 | **特色主题。**主题资源明确（依托当地最具特色自然资源和人文资源，分析选择不超过2项主题资源）、质优且规模大，在全国（省）具有一定的独特性、较强的标杆性和垄断性；利用主题资源打造体系化、精细化的特色产品，游客容量大，产品品质好，吸引力强，且能够融合地方文化。评分：本项分值最高分1分。为了鼓励错位发展，进行对比分析研究，不能准确研判自身主题资源在周边区域及全国范围内优、劣势的，特色主题定位不准确或超项的，扣0.3分；围绕特色主题打造特色产品体系（如民族风情类产品体系包括民族风情城镇村、景区、展馆、旅游商品、美食、节会活动等系列产品），其深度、广度有明显缺陷的，扣0.2分；特色主题产品品质一般、规模小、游客容量不足，无世界级、国家级产品品牌（如5A级旅游景区、国家级旅游度假区等）支撑的，扣0.2分；特色主题产品无创意，未能积极融合地方文化要素的，扣0.1分，直至扣完1分为止。**评分指导点（材料审核、现场查看、网上查询）：**1.提供特色化主题旅游产品体系及品牌创建情况相关佐证材料（含入驻的国内外品牌企业情况），结合现场查看。2.提供进入国家级、省级重点平台（如央视、四川等主流媒体，文化和旅游部、文化和旅游厅官网）进行旅游宣传推介的相关资料，结合网上查询评价。3.提供主题资源产品吸引境外、省内外游客数量与分析的相关资料。 | 1 |  |  |
| 2.2 | **特色自然。**辖区内自然资源类型多样（如生物资源、农业资源、[森林资源](http://www.so.com/s?q=%E6%A3%AE%E6%9E%97%E8%B5%84%E6%BA%90&ie=utf-8&src=internal_wenda_recommend_textn" \t "https://wenda.so.com/q/_blank)、草原资源、国土资源、矿产资源、[气候](http://www.so.com/s?q=%E6%B0%94%E5%80%99&ie=utf-8&src=internal_wenda_recommend_textn" \t "https://wenda.so.com/q/_blank)气象、[水资源](http://www.so.com/s?q=%E6%B0%B4%E8%B5%84%E6%BA%90&ie=utf-8&src=internal_wenda_recommend_textn" \t "https://wenda.so.com/q/_blank)等）且有效保护；打造成特色旅游产品和品牌，同时将本地特色文化融入到旅游各要素之中。**评分：**1.本辖区拥有世界级（世界自然、灌溉工程、重要农业文化等遗产，世界地质公园，列入联合国生物多样性保护圈等）和国家级（国家公园、自然保护区、风景名胜区、森林公园、草原公园、湿地公园、水利风景区、农业遗产、矿山公园、河湖公园、农业公园、示范农业主题公园、气象公园、中国天然氧吧、园林城市、森林城市等）、省级自然资源，且保护良好、有效利用的，每项依次得0.4、0.2、0.1分。若一项资源获得多种级别的，取其中最高分，不重复计分；但如果规划范围不同，范围重合度没有超过50%（交叠关系，非包含关系）可以得分。本项累计不超过0.6分。另旅游各要素未展现本地特色文化或展现不足的，扣0.1分；每发现1处生态资源明显破坏或盲目过度开发的，扣0.2分。资源未转化为旅游产品或无活动项目支撑的（如列入世界自然遗产大熊猫栖息地范围，但无产品或活动项目支撑的），不纳入统计范围。2.利用自然资源创意开发漂流、潜水、滑雪、登山、温泉养生、跑马、游船等参与性、体验性强的单体项目（实际投资额不低于200万元，年接待游客不少于5万人次），每1项得0.2分，本项累计不超过0.4分。**评分指导点（材料审核、现场查看、网上查询）：**1.由世界、国家、省级权威部门认定（或评定）的世界级、国家级、省级自然资源获评佐证材料（权威部门须是国际组织或政府常设性机构，下同）。2.提供将特色自然资源打造成旅游产品佐证材料（结合现场查看）。3.特色体验活动项目佐证材料及游客接待量数据（结合现场查看）。 | 1 |  |  |
| 2.3 | **特色人文。**辖区内文化资源类型多样（如历史文化、民族文化、民俗文化、农耕文化、工业文化、物质与非物质文化、水文化、森林文化、草原文化、竹文化、酒文化、宗教文化、福寿文化、饮食文化、红色文化、历史文化名人等）且有效传承保护；挖掘提炼并创意打造成特色文化旅游产品和品牌，同时将本地特色文化融入到旅游各要素之中。**评分：**1.本辖区拥有世界级（如世界文化、非物质文化遗产等）、国家级（如重点文物保护单位、工业遗产、非物质文化遗产名录项目、国家考古遗址公园、国家一级博物馆、国家一级图书馆、文化生态保护（实验）区、历史文化名城镇村、历史文化街区、传统村落等）、省级（重点文物保护单位等）文化资源且保护良好、有效利用的，每项依次得0.4、0.2、0.1分。若一项资源获得多种级别的，取其中最高分，不重复计分；但如果规划范围不同，范围重合度没有超过50%（交叠关系，非包含关系）可以得分。本项累计不超过0.6分。另旅游各要素未展现本地特色文化或展现不足的，扣0.1分；每发现1处文化资源明显破坏或掠夺式开发扣0.2分。文化资源未转化为旅游产品或无活动项目支撑的，不纳入统计范围。2.辖区内有定期运营的专题演出、室内剧场或大型文化旅游演艺节目的得0.2分；开发地方文化特色突出、常态化民族民俗风情表演活动（含非遗活态传承活动等），游客参与性强的，得0.2分。本项累计不超过0.4分。**评分指导点（材料审核、现场查看、网上查询）：**1.由世界、国家、省级权威部门认定（或评定）的世界级、国家级、省级人文资源获评佐证材料。2.提供将特色人文资源打造成旅游产品佐证材料（结合现场查看）。3.提供国家级、省级历史文化名城名镇名村、传统村落保护发展规划编制情况和传统村落、历史文化街区挂牌保护情况佐证材料。4.提供进入国家级、省级重点平台（如央视、四川等主流媒体，文化和旅游部、文化和旅游厅官网）进行旅游宣传推介的相关资料。5.提供常态化特色活动相关表演节目单、时间表等佐证材料，结合现场查看评审。6.提供演艺活动宣传资料、广告、旅行服务商将其纳入产品线路等的佐证材料。7.网上查询热度，有较大负面影响的不得分。 | 1 |  |  |
| 2.4 | **精品景区。**依托本地独特资源打造成国家A级景区、旅游度假区、生态旅游示范区等旅游产品品牌，市场吸引力强，作为特色主题旅游产品体系建设的重要支撑。**评分：**成功打造国家5A级旅游景区、国家生态旅游示范区每1个得1分，国家级旅游度假区每1个得1.2分；国家4A级旅游景区、省生态旅游示范区每1个得0.4分，省级旅游度假区每1个得0.6分，累计不超过1.2分；市（州）级旅游度假区每1个得0.2分，累计不超过0.2分；国家3A级及以下旅游景区每1个得0.1分，累计不超过0.4分。规划范围相同的同一景区（度假区等）同时获得多种称号的，不重复计分；但如果规划范围不同，范围重合度没有超过50%（交叠关系，非包含关系）可以得分。另发现景区内旅游各要素未融入本地特色文化的每个扣0.1分。本项累计不超过2分。近一年内县域内景区（度假区等）每受到摘牌（主动摘牌除外）、降低等级、通报批评、警告处理的分别扣0.6分、0.4分、0.3分、0.2分。**评分指导点（材料审核、现场查看）：**1.荣获国家（省）级旅游品牌的佐证材料。2.市场客源结构及游客数量分析的相关资料。3.现场查看规范建设与经营管理情况。 | 2 |  |  |
| 2.5 | **旅游新业态。****评分：**为满足游客个性化、多元化消费需求，实施“旅游+”或“+旅游”融合发展战略，积极培育和创建工业旅游（含工业遗产旅游）、体育旅游（产业）、健康旅游、科技旅游、水利旅游、研学旅游、交通旅游、低空旅游、森林旅游、森林康养等各类旅游新业态品牌。有权威部门认定的国家级旅游品牌，如获国家工业旅游、体育旅游（产业）、健康旅游、中医药健康旅游、研学旅游、森林康养、自然教育、非遗保护传承、非遗生产性保护、文化产业等（示范）基地（区）和非遗扶贫工坊的每个得0.4分，获省级旅游品牌的每个得0.2分；如同一旅游经营点同时获得多种称号的，取其中最高分，不重复计分；未转化成旅游产品的，如工业遗产等各类特色资源类品牌不纳入计分；社会行业组织认定的或正在创建的，不纳入计算范围；另新业态点内旅游各要素未充分展现本地特色文化的每个扣0.1分。本项累计不超过2分。近一年县域内新业态品牌每受到摘牌、降低等级、通报批评、警告处理的分别扣0.6分、0.4分、0.3分、0.2分。**评分指导点（材料审核、现场查看）：**1.提供获评正式文件、证书等佐证材料。2.现场查看品牌建设情况。 | 2 |  |  |
| 2.6 | **特色城镇和街区。**实施“旅游+城镇化”战略，打造特色旅游县城、小镇和步行街区，促进夜游经济发展。**评分：**1.县城旅游氛围浓厚、旅游配套设施完善、卫生与市场秩序良好得0.2分；地方文化突出、建筑风貌和谐得0.1分；业态丰富多样、旅游经营常态化的旅游休闲街区（指在城区内，LB／T 082—2021）得0.2分；荣获中国优秀旅游城市或历史文化名城、国家文化和旅游消费示范城市、国家园林城市（县城）、国家卫生城市、国家森林城市、全国文明城市、国家级夜间文化和旅游消费集聚区等国家级品牌的每个得0.3分，省级0.1分；列入国家文化和旅游消费试点城市得0.1分；县级公共图书馆、文化馆未达到国家三级馆标准或未对游客开放的扣0.1分；未建有县级及以上国有美术馆的扣0.1分。本项累计不超过0.8分。2.有国家权威部门颁布且开展旅游、形成旅游业态的全国特色景观旅游名镇、全国历史文化名镇、国家级旅游特色小镇（含休闲农业、运动休闲、健康养老、森林旅游、森林康养等）等品牌的1个得0.2分；有省权威部门颁布且开展旅游、形成旅游业态的四川省文化旅游特色小镇、天府旅游名镇、四川特色景观旅游名镇或四川特色小镇（含四川森林特色小镇、竹林小镇、大熊猫生态小镇、运动休闲特色小镇等）、四川乡村旅游特色镇、乡村振兴先进乡镇（从事旅游产业）等省级名镇1个得0.1分。本项累计不超过0.7分。**评分指导点（材料审核、现场查看、网上查询）：**1.提供权威部门印发的取得荣誉文件（含中国优秀旅游城市、特色小镇等）。2.提供国家级、省级历史文化名城名镇名村、传统村落保护发展规划编制情况和传统村落、历史文化街区挂牌保护情况佐证材料（同2.3）。3.现场查看县城（含步行街）、特色小镇建设情况。4.结合查询网上查询评价。 | 1.5 |  |  |
| 2.7 | **乡村旅游。**推进旅游与乡村振兴相结合，充分挖掘利用古村落、古民居群、民族特色村寨和田园风光等乡村旅游资源，打造特色旅游村寨和乡村旅游产品。**评分：**1.荣获全国休闲农业与乡村旅游示范县、国家级休闲农业重点县的得0.3分，全国旅游标准化示范单位、四川省乡村振兴先进县、省级休闲农业重点县的得0.2分，省级旅游标准化示范单位、现代公共文化服务体系示范县、乡村旅游示范县（强县）的得0.1分。本项累计不超过0.3分。2.在当地召开全国旅游现场工作推进会或在全国乡村旅游会议上作典型发言的加0.2分，在当地召开全省旅游现场工作推进会或在全省乡村旅游会议上作典型发言的加0.1分。本项最高0.2分。3.有国家权威部门颁布且开展旅游、形成旅游业态的全国休闲农业与乡村旅游示范点、全国特色景观旅游名村、全国历史文化名村、中国传统村落、中国少数民族特色村寨、中国民间文化艺术之乡、中国美丽休闲乡村、中国乡村旅游模范村、全国乡村旅游重点村、森林乡村等国家级名村1个得0.2分，有省权威部门颁布且开展旅游、形成旅游业态的天府旅游名村、四川特色文化名村、乡村旅游重点村、水美新村、森林乡村、民间文化艺术之乡、民族团结进步示范村、乡村振兴示范村（从事旅游产业）、四川名村或四川乡村旅游精品村寨1个得0.1分，荣获国家（省）级乡村旅游创客示范基地的每个分别加0.2、0.1分。本项累计不超过0.6分。4.荣获星级农家乐（乡村酒店）、特色业态经营点、等级旅游民宿、省级示范休闲农庄、省级竹林人家、星级森林人家等品牌总数不少于50家（含）的得0.4分，40（含）-50家的得0.3分，30（含）—40家的得0.2分，20（含）—30家的得0.1分，20家（不含）以下的不得分。若同一村镇或景点、经营点同时获得多种称号的，取其中最高分，不重复计分。**评分指导点（材料审核、现场查看、网上查询）：**1.权威部门（机构）授予荣誉、命名的佐证材料，权威部门指常设性机构。2.提供国家级、省级历史文化名城名镇名村、传统村落保护发展规划编制情况和传统村落、历史文化街区挂牌保护情况佐证材料（同2.3）。3.现场查看建设是否有特色及经营管理情况。4.市场监管部门提供从事乡村旅游接待的个体工商户登记汇总表。5.典型发言佐证材料。6.结合网上查询评价。 | 1.5 |  |  |
| 2.8 | **特色重大活动。****评分：**1.定期举办具有地方和民族特色的生态文化旅游节庆活动或近一年来成功引入落地的国际性（全国性）节庆活动等，形成节会品牌，能有效提升当地知名度和影响力。具有全国影响（指由国家有关部门和省人民政府共同举办）的每1项活动，得0.4分；具有全省影响〔指由省直有关部门和市（州）人民政府共同举办〕的每1项活动，得0.3分；具有本区域影响〔指由市（州）有关部门和县级人民政府共同举办〕的每1项活动得0.1分，累计不超过0.4分。本项累计不超过1分。2.定期举办或近一年来成功引入落地的文化和旅游博览会（生态旅游博览会）、交易会、体育赛事、高端论坛等，形成品牌，能有效提升当地知名度和影响力。具有国际影响（指国际性行业组织和国家有关部门共同举办，如世界田联白金精英标牌赛事及以上等级的马拉松赛事或由国家体育总局或总局相关单项运动协会主办的国际性体育赛事）的得0.8分；具有全国影响（指由国家有关部门和省人民政府共同举办的文化和旅游博览会、交易会或由国家体育总局或总局相关单项运动协会主办的全国性体育赛事活动等，如中国田径协会铜牌及以上等级的马拉松赛事，并能在国家田径管网上查询到）的每1项活动，得0.6分；具有全省影响（指由省有关部门和市〔州〕人民政府共同举办的文化和旅游博览会、交易会或由省体育局或省体育局相关训练单位、单项协会主办的省级体育赛事活动等）的每1项活动，得0.4分；具有本区域影响（指由市〔州〕有关部门和县级人民政府共同举办）的每1项活动得0.1分，累计不超过0.4分。近三年，承接国家（省）级涉文旅培训、节会、展赛等活动，分别加0.2分、0.1分，累计不超过0.2分。本项累计不超过1分。**评分指导点（材料审核、现场查看、网上查询）：**1.提供近三年定期举办重大活动的级别、方案、照片等佐证资料，乡镇为主办方的活动不纳入统计范围。“定期举办”指近三年来至少连续举办了两届。2.提供近两年成功引入落地的签约项目协议、实施方案、照片等佐证资料，结合网上查询验证。3.非权威部门（机构）主办的活动不纳入统计。4.网上查询重大活动热度，有较大负面影响的不得分。5.提供承接国家（省）级涉文旅培训、节会、展赛等活动的照片、网上宣传报道等佐证材料。 | 2 |  |  |
| 3 | **产业发展。** | 8 |  |  |
| 3.1 | **全域旅游。****评分：**树立全域旅游发展理念，将县域作为完整旅游目的地，以旅游业为优势产业，统一规划布局，积极构建现代旅游产业体系。成功创建国家全域旅游示范区的得1分、省级的得0.7分；列入国家（省）全域旅游示范区创建单位名单的得0.2分。得分不累计。**评分指导点（材料审核）：**提供国家（省）级文化和旅游部门认定或列入创建单位名单的文件等佐证材料。 | 1 |  |  |
| 3.2 | **特色住宿。**推进文旅与服务业融合，辖区内有高中低档不同价位、不同类型的特色住宿设施，包括度假酒店、星级饭店、文化主题饭店、绿色饭店、汽车营地、旅游民宿、森林人家、乡村酒店等类型。**评分：**拥有五星级旅游饭店、引入国际品牌管理公司经营的高端酒店每个加0.4分；4星级旅游饭店、金鼎级文化主题饭店、金树叶级绿色饭店、甲级旅游民宿的每个加0.2分，此项累计不超过0.4分；3星级旅游饭店、银鼎级文化主题饭店、银树叶级绿色饭店、乙级旅游民宿的每个加0.1分，此项累计不超过0.2分；2星级旅游饭店、丙级旅游民宿每个加0.05分，此项累计不超过0.1分。荣获天府旅游名宿的每个得0.1分，此项累计不超过0.2分。未评级授牌但至少在3个及以上OTA平台上游客评价平均得分4.8以上每个的得0.1分，4.7以上的得0.05分，4.6以上的得0.02分，此项累计不超过0.2分。同一接待设施获得多种荣誉的，取最高等级，不重复加分。本项累计不超过1分。现场抽查每发现1处不合格、不规范的扣0.1分。近一年被游客投诉受到上级相关部门通报批评，或在暗访中被点名通报批评的，每个每次扣0.1分，星级饭店被摘牌的扣0.2分。**评分指导点（材料审核、现场查看、网上查询）：**1.提供旅游饭店标准评定机构正式颁布的文件、证书、牌匾等资料。2.提供国内外主流OTA平台(如美团、携程、去哪儿、途牛、驴妈妈等)游客评价平均得分（至少3个及以上OTA平台游客评价的平均得分，每个平台点评量不少100条）佐证材料。结合网上查询核对。3.现场查看住宿设施特色度和多样性及企业经营管理与服务质量。 | 1 |  |  |
| 3.3 | **特色美食。**推进旅游与服务业融合，在景区、城镇、旅游线路沿线有可接待旅游者的特色餐馆，且有地方风味的特色食品。**评分：**拥有菜品风味独特，服务质量优良，文化主题突出、进行商标注册、游客评价较高的特色餐馆或小吃，获评天府旅游美食每道得0.2分，累计不超过0.4分；获评中华老字号等每家得0.1分，累计不超过0.4分；市（州）级及以上行政部门颁发的特色餐饮店等品牌每家得0.02分，累计不超过0.1分。未评级授牌但至少在3个及以上OTA平台上游客评价平均得分4.8以上每个的得0.1分，4.7以上的得0.05分，4.6以上的得0.02分，此项累计不超过0.2分。同一餐饮点获得多种荣誉的，取最高等级，不重复加分。有特色食品并进行商标注册的每个得0.05分，累计不超过0.2分。本项累计不超过1分。现场抽查每发现1处不合格、不规范的扣0.1分；近一年被游客投诉受到上级相关部门通报批评，或在暗访中被点名通报批评的，每个每次扣0.1分。**评分指导点（材料审核、现场查看、网上查询）：**1.提供景区、城镇或者旅游线路沿线特色餐馆名录、地址、特色、特色食品、荣获的品牌（如中华老字号等）、联系电话等统计表。2.现场查看特色餐馆工商卫生等证件是否齐全、文化主题是否突出、服务环境与质量是否优良。3.提供商标注册部门核发的特色食品注册商标及相关文件。4.提供在OTA平台上游客评价佐证材料。 | 1 |  |  |
| 3.4 | **特色商品。**推进文旅与工业、农业、服务业等融合，依托辖区内研发基地或产业园、生产企业研发生产有本地特色的旅游纪念品、工艺品、特色农副产品，且商品种类丰富、包装实用大方，销售服务周到，无强买强卖现象。**评分：**1.依托辖区内研发基地或产业园、生产企业研发生产有本地特色并进行商标注册的旅游商品不少于50种5大类的得满分0.3分，40（含）—50种的得0.2分，30（含）—40种的得0.1分， 30种（不含）以下的不得分。类别不足的扣0.1分。非辖区内研发生产的或未进行商标注册的旅游商品不纳入统计。2.有特色鲜明的旅游商品且获国际性奖项的每个得0.5分、获国家级奖项（包括中国质量奖、中国商标金奖或驰名商标、全国旅游商品大赛二等奖以上等全国性奖项）的每个得0.2分、获省级奖项的每个得0.1分；荣获天府旅游名品的每个得0.1分；荣获四川文创集市的每个得0.2分。同一旅游商品若获多种奖项的取其中最高分，不重复计分，本项累计不超过0.7分。有强买强卖现象的，此项不得分。现场抽查每发现1处不合格、不规范的扣0.1分。近一年被游客投诉受到上级相关部门通报批评，或在暗访中被点名通报批评的，每个每次扣0.2分。**评分指导点（材料审核、现场查看、网上查询）：**1.提供特色旅游商品名录、生产单位、地址、类别、联系电话、获奖情况、工商部门商标注册信息统计表。2.提供特色旅游商品研发基地或产业园、生产企业是否合法合规（工商、安全、环保等证照是否齐全），食品厂家卫生生产条件是否达标，食品厂家生产许可证、员工健康证等是否齐全等有关材料，结合现场抽查评审。3.奖项：提供奖项佐证材料（由政府管理部门或旅游行业协会、商品行业协会颁发）。4.网上查询相关信息与评价。 | 1 |  |  |
| 3.5 | **新技术、新装备、新材料、新能源广泛应用。****评分：**1. 文化和旅游景区（点）和旅游服务设施广泛应用新技术、新装备、新材料、新能源，走绿色发展之路，丰富业态，提升管理、服务、安全等水平。每个方面有2项应用得0.05分，累计不超过0.3分。另新技术、新装备、新材料、新能源四个方面应用每缺少一方面扣0.05分。

2.创新利用多种新媒体方式进行目的地营销，取得明显成效（游客同比增长在15%以上）的得0.1分，没有不得分。3.与国内外大型旅游电商合作，开通电子商务，并取得良好效益的得0.1分，没有不得分。**评分指导点（材料审核、现场查看、网上查询）：**1.提供文化和景区（点）和旅游服务设施广泛应用新技术（如5G、大数据和云计算技术、虚拟现实、物联网技术等）、新装备（机器人、可穿戴设备、无人机、遥感测绘设备、3D打印设备、康养助残设备等）、新材料（纳米材料、生物材料、航天材料、高分子材料、环保材料等）、新能源（风能、太阳能、新能源汽车等）情况文字和图片资料，结合现场查看验证。2.提供微博、微信、应用程序（APP）客户端等多种创新性方式佐证材料，结合查询网上热度（点击率）评价。3.提供与旅游电商合作协议书和良好效益证明材料（如合作方提供的每个月或季度、年度的业务流量、经营效果、同比或环比增长数据），查看网站推介产品情况。 | 0.5 |  |  |
| 3.6 | **文化和旅游企业。****评分：**1.涉旅“四上”企业（已在国家统计联网直报平台进行联网直报被认定的）不少于15家（含）的得1分，8家（含）以下的不得分，其它按比例扣分。三州三县民族地区不少于10家（含）的得1分，5家（不含）以下的不得分，其它按比例扣分。2.上一年度经营收入超过3亿元以上或纳税3000万元以上（三州三县民族地区经营收入超过1亿元以上或纳税1000万元以上）的文化和旅游龙头企业（要求文旅为主营产业，其经营收入占总收入50%以上）每家得0.3分，荣获四川省文化旅游产业优秀龙头企业、四川省文化产业旗舰企业和四川省优秀服务业企业（文旅类）的加0.2分，本项累计不超过0.5分。以上累计不超过1.5分。**评分指导点（材料审核）：**1.统计部门按照国家统计局印发的《旅游及相关产业统计分类（2018）》和《文化及相关产业分类（2018）》提供纳入国家联网直报的涉旅“四上”企业数量和名单。2.荣获四川省文化旅游产业优秀龙头企业等认定文件。3.龙头企业提供工商注册的经营范围凭证和上一年经营收入及纳税情况材料（需提供税务部门凭证）。 | 1.5 |  |  |
| 3.7 | **文化和旅游重大项目。****评分：**近三年文化和旅游项目列入省重点项目名单且制定年度建设任务并对外营业（或部分对外营业）的每项得0.4分；列入省文化旅游融合发展示范项目的每项加0.3分；列入市（州）重点项目名单且对外营业（或部分对外营业）的每项得0.1分，本项累计不超过0.3分。同一项目取最高分，不重复计分。本项累计不超过1分。**评分指导点（材料审核、现场查看）：**1.提供重点项目的相关部门正式批复文件。2.提供重大项目旅游固定投资年度报表、年度计划工作总结等佐证材料。3.现场查看重点项目推进情况和对外营业情况。 | 1 |  |  |
| 3.8 | **文化和旅游产业园区。****评分：**充分发挥文化和旅游产业园区集聚、辐射和带动作用，鼓励各地围绕文化和旅游核心吸引物打造形成旅游功能突出的产业集聚区。拥有国家文化产业和旅游产业融合发展示范区、文化产业（示范）园区、一二三产业融合发展示范园区和现代农业产业园等，每个得0.5分；省级的每个得0.2分；已编制文化和旅游产业园区规划且通过评审并印发实施，建立了统一有效的管理机构，正在积极推进建设的得0.05分，此项累计不超过0.2分。产业园区旅游要素不全的扣0.1分。同一园区获得多项荣誉的，取最高等级，不重复计分。本项累计不超过1分。**评分指导点（材料审核、现场查看）：**1.提供国家（省）级有关部门正式文件等佐证材料。2.现场查看园区建设情况，并查阅规划、工作方案等有关材料。3.一二三产业融合发展示范园区和现代农业产业园园区内至少有1个国家3A级及以上景区为支撑。 | 1 |  |  |
| 4 | **服务环境。** | 12 |  |  |
| 4.1 | **旅游交通。** | 3 |  |  |
| 4.1.1 | **旅游交通组织。****评分：**1.通景公路。中心城市（镇）抵达国家5A级旅游景区或国家级旅游度假区等的道路应达到一级公路标准〔三州及盆周地区的县（市、区）应达到二级公路标准〕，抵达国家4A级旅游景区和省级旅游度假区的道路应达到二级公路标准〔三州及盆周地区的县（市、区）应达到三级公路标准〕，抵达主要乡村旅游点公路应达到等级公路标准，核心旅游景区（主要指国家4A及以上旅游景区或省级及以上旅游度假区等）之间连接交通应达到三级及以上公路标准，本项得分0.5分。每发现1条不达标的扣0.1分，每发现1条通往景区等级公路养护不到位的扣0.1分，扣完0.5分为止。2.中心城市（镇）、交通枢纽（临近机场、火车站和客运码头）等游客集散地开通直达核心旅游景区的旅游专线公交；中心城区到主要乡村旅游景区（点）应开通有客运班车；城区、中心镇出租汽车服务良好，清洁卫生、按表计价、规范服务、不拒载、不欺客。发现1处缺失或不合格扣0.1分，扣完0.5分为止。**评分指导点（材料审核、现场查看）：**1.提供境内通往景区（点）和核心旅游景区之间各条公路名称及等级汇总表和各条公路图片。2.提供专线统计表，城市观光巴士、旅游专线公交和旅游客运班车线路营运时间和图片。3.现场抽查和暗访出租汽车是否干净整治，服务是否主动热情，是否合法合规。 | 1 |  |  |
| 4.1.2 | **旅游交通配套。****评分：**1.公路服务区：境内国（省）道沿线服务区（站、点），位置合理，建筑风貌独具特色，功能齐备，有停车、餐饮、购物、卫生间等功能设施，得0.4分。每发现1处应建未建（车程60分钟）的扣0.2分，功能不完善或不达标的扣0.1分，建筑风貌特色不鲜明、未融入地方文化的扣0.1分，扣完0.4分为止。 2.生态停车场：游客集中场所停车场与当地生态环境相协调，配套设施完善，得0.4分。每发现1处应建未建的扣0.2分，功能不完善或不达标的扣0.1分，扣完0.4分为止。3.房车宿营地或自驾车露营地：位置合理，建设规范，设施齐全，服务体系完整，建成1处得0.2分，本项累计不超过0.2分。**评分指导点（材料审核、现场查看、网上查询）：**1.提供公路服务区建设的相关文字、图片资料，结合现场查看评审。2.现场查看生态停车场情况（生态停车场指有绿化停车面或绿化隔离线的停车场，或者使用生态型或环保型建筑材料修建的停车场）。3.提供房车宿营地或自驾车露营地的相关文字、图片资料，结合现场查看评审。4.游客集中场所主要指旅游集散中心、旅游景区、主要乡村旅游区（点）、城市游憩街区、城市重点公共文化活动场所等。5.查询网上游客相关评价。 | 1 |  |  |
| 4.1.3 | **特色旅游廊道。****评分：**1.旅游风景道：指利用国（省）道或境内等级公路（要求5公里以上）改造提升，能够连接中心城镇、核心旅游吸引物、旅游小镇和主要乡村旅游点，沿线配套有旅游驿站（含观景台、生态停车位、厕所、售卖设施等服务设施），形成旅游产业空间集聚的道路，且富有地方文化特色。每缺失一项功能扣0.1分。本项分值最高分0.5分。2.休闲绿道：指以游憩、健身为主，兼具市民绿色出行，拥有步行道、自行车道等功能的廊道，沿线配套有厕所、休憩座椅、自行车租赁、标识牌等服务设施，且富有地方文化特色。建有5公里以上（三州三县民族地区要求2公里以上）休闲绿道的得0.3分，功能缺失的扣0.1分。本项分值最高0.3分。3.四好农村路：获得四好农村路全国示范县的得0.2分，获得四好农村路省级示范县的得0.1分，完成四好农村路示范路建设任务的得0.1分，本项分值最高0.2分。**评分指导点（材料审核、现场查看）：**1.提供旅行风景道、休闲绿道（含休闲步道、城市绿道）建设方案。2.现场查看旅行风景道、休闲绿道是否达到建设要求。3.提供四好农村路有关文件。 | 1 |  |  |
| 4.2 | **旅游厕所。** | 2 |  |  |
| 4.2.1 | 数量与分布。保质保量完成旅游“厕所革命”年度任务。主要游客集中场所步行10分钟、旅游公路沿线车程30分钟内须设置旅游厕所或市政公厕。主要游客集中场所对外服务临街单位厕所至少有3处免费向游客开放。**评分：**在“全国旅游厕所管理系统”查询年度任务未完成者，每少1个扣0.1分；现场检查每发现1处缺失扣0.2分；每发现1处不合格或免费厕所标志标识不清晰不规范的扣0.1分；建筑风貌特色不鲜明、未融入地方文化的扣0.1分；扣完1分为止。另游客利用网络可方便快捷的查询附近厕所准确位置的加0.2分，本项累计不超过1分。**评分指导点（材料审核、现场查看、网上查询）：**1.提供旅游“厕所革命”年度目标任务和完成情况一览表，以及“全国旅游厕所管理系统”查询结果。2.提供厕所位置布局图及数量，特别是游客集中场所和旅游公路沿线厕所位置布局情况。3.网上可方便快捷查询附近厕所的准确位置。4.游客对是否方便入厕等的反映。 | 1 |  |  |
| 4.2.2 | **建设和管理。****评分**：1.旅游厕所建筑风格新颖独特，富有地方文化特色，与周边环境相协调，设施符合规范要求。新建或改建（指2016年10月国家实施“厕所革命”以来建设或改建的）男女分区的旅游厕所男女厕位比例（含男用小便位）须不大于2：3，4A级及以上旅游景区和省级及以上旅游度假区旅游厕所应设有家庭卫生间（第三卫生间），达到《旅游厕所质量等级的划分与评定（GB/T 18973—2016）》标准，标识标牌信息规范、完整且厕所内开展有爱护设施、文明如厕等宣传。每发现1处缺失或不规范的扣0.1分（为了男女厕位比例达标，有明显封堵已有小便厕位，造成游客和居民有负面反映的，仍按不规范扣分），建筑风貌特色不鲜明、未融入地方文化的扣0.1分，扣完0.5分为止。2.厕所管理规范。厕所有专人负责清洁卫生，做到随时清扫，保持清洁，达到“四净、三无、两通、一明”（即地面净、墙壁净、厕位净、周边净，无溢流、无蚊蝇、无臭味，水通、电通、灯明）的要求。粪便无害化处理。每发现1处不达标扣0.1分，扣完0.5分为止。3.“厕所革命”成效显著，近三年来受到国家相关部门通报表扬的每次加0.2分，省级加0.1分（含主流媒体专题正面报道，或在当地召开过全省旅游厕所现场工作推进会，或在国家或省级会议上作典型交流发言的），累计不超过0.2分。本项累计不超过1分。另“厕所革命”工作完成不力，被上级相关部门通报批评，每次扣0.2分；在暗访、第三方评估中被点名通报批评的，每个每次扣0.1分。**评分指导点（现场查看、网上查询）：**1.国家或省级通报表扬、典型发言相关佐证材料、图片。2.日常管理制度上墙、管理规范性及清洁值班记录等。3.现场检查旅游厕所标识标牌和清洁卫生状况。4.排污是否进入城市管网，未进入城市管网的是否进行生物降解或采取其他环保措施，提供相关证明材料及图片。5.是否设置无障碍厕位或家庭卫生间，检查无障碍通道、扶手、挂钩、马桶、洗手液、擦手纸、卫生纸、面镜、垃圾桶等。6.现场查看厕所数量及男女厕位比例设置是否合理；7.查看厕所建筑风格是否与周边环境相协调，融入地方文化。8.网上查询游客反映情况。 | 1 |  |  |
| 4.3 | **旅游信息咨询服务体系。** | 2 |  |  |
| 4.3.1 | **信息咨询。**在机场、火车站、客运站、码头等主要旅游集散地建设有旅游集散中心，旅游集散中心内部应设置有旅游综合服务中心。在城市商业街区、主要旅游景区（点）、乡村旅游点等旅游活动集中场所须设置旅游咨询服务点。**评分：**1.依据《城市旅游集散中心等级划分与评定》GB/T 31381—2015，建设有符合规范要求的旅游集散中心1处得0.3分，功能设施不足的扣0.1分，建筑风貌特色不鲜明、未融入地方文化的扣0.1分。本项最高得分0.3分。2.旅游综合服务中心要求具有停车休息、厕所、旅游咨询、商品售卖、餐饮服务、医疗救助等功能，建设位置合理、设施齐全、功能完善、环境整洁，且建筑风格新颖独特，富有地方文化特色，符合相关规范要求。每发现1处缺失或不达标扣0.1分，扣完0.4分为止。3.旅游服务点具有停车休息、旅游咨询、商品售卖、厕所等功能。每发现1处缺失或不达标扣0.1分，扣完0.3分为止。**评分指导点（现场查看）：**1. 现场查看旅游集散中心位置是否合理、功能设施是否达到《城市旅游集散中心等级划分与评定》（GB/T 31381—2015）要求。

2.现场查看旅游综合服务中心位置布局是否合理、功能是否完善、是否满足游客要求。3.现场查看咨询服务点分布、数量及服务功能是否完善。 | 1 |  |  |
| 4.3.2 | **导视系统。**旅游集散中心、核心旅游吸引物、旅游特色街区等游客聚集场所出入口应配套设置有中外文对照的全域全景图。旅游景区、旅游度假区、生态旅游示范区和旅游风景道等核心旅游吸引物应设置有中外文对照的导游全景图。主要旅游交通公路应设有中外文对照的交通指示牌、旅游标识牌，位置合理，标准规范。重要景点景物应设置景物介绍牌。在游客集中场所须设置旅游公共信息图形符号。标识内容、位置与范围参照《公共信息图形符号 第1部分：通用符号标准》（GB/T 10001.1-2012）。**评分：**每发现1处应设未设的扣0.2分，不符合规范扣0.1分，扣完1分为止。**评分指导点（资料审核、现场查看）：**1.提供全域全景图设置点分布图。2.现场查看全域全景图是否正确标示出主要景点及旅游服务设施的位置，包括各主要景区（点）、旅游集散中心、旅游咨询服务中心（点）、住宿、特色餐饮点、公共体育馆、博物馆、文化馆、美术馆、图书馆、科技馆、纪念馆、城市休闲公园、红色旅游景区、爱国主义基地、旅游驿站、主要旅游厕所、出入口、医院、风景道、休闲游步道、停车场、加油站、旅游特色街区、自驾车营地、目前所在位置以及主要旅游推荐线路等，并明示咨询、投诉、救援电话。3.现场查看导游全景图是否正确标示出主要景点及旅游服务设施的位置，包括各主要景点、游客中心、厕所、出入口、医务室、公用电话、停车场、目前所在位置等，并明示咨询、投诉、救援电话。4.依据相关标准，现场查看全域全景图及导游全景图中外文的准确性、规范性及位置的合理性。5.依据相关标准，现场检查交通指示牌、导览图、旅游标识牌、景物介绍牌的准确性、规范性及位置的合理性。6.现场检查旅游公共信息图形符号位置与数量（在停车场、出入口、交叉路口、售票处、购物场所、医疗点、厕所、餐饮设施等位置，应合理设置公共信息图形符号）、图形符号设计（图形规范、与景观相协调、有文化特色）、视觉效果（精美、清晰）和维护保养情况。 | 1 |  |  |
| 4.4 | **智慧旅游。** | 1.5 |  |  |
| 4.4.1 | **智能服务。****评分：**1.国家4A级以上旅游景区（度假区等）须有服务平台，能提供智能导游、电子讲解、实时信息推送、在线预订、网上支付等服务；主要乡村旅游点须提供线上预订、网上支付等服务。每发现1处功能不完善的扣0.1分，扣完0.4分为止。未提供服务的不得分。2.有针对自助旅游者的咨询、导览、导游、导购、导航、一键报警和分享评价等智能化旅游服务系统。具备1个功能的加0.05分，本项累计不超过0.2分。3.在旅行服务商经营场所、星级饭店、A级旅游景区、旅游度假区、生态旅游示范区、文（博）场馆、特色业态经营点、农家乐、旅游餐厅、旅游购物场所等经营场所能提供免费无线网络服务，公布旅游咨询、旅游投诉和紧急救援电话。游客集中场所实现通信信号、视频监控全覆盖，且通信信号畅通。每发现1处功能缺失或不达标扣0.1分，扣完0.2分为止。**评分指导点（现场查看）:**1.现场检查智能导游、电子讲解服务情况。2.景区旅游网有查询和预定服务项目，查询预定方便，反馈及时，安全可靠。3.网上支付程序简易、顺畅、快捷、安全。4.现场查验是否有针对自助旅游者的智能化旅游服务系统。5.旅游咨询、旅游投诉和紧急救援电话公示情况，以及是否有专人24小时职守（如上墙或在显著位置设立水牌），结合电话抽查。6.现场上网查验无线网络服务。7.紧急救援电话除通用救援电话外，还应该包括当地救援电话。8.现场查验通信信号、视频监控服务、监控室是否24小时有专人值守、管理制度是否上墙、值班记录是否规范、应急预案及救援措施是否完善。 | 0.8 |  |  |
| 4.4.2 | **监测管理系统。****评分：**1.建立有全域旅游监测指挥平台和运营监测系统，具有行业监管、产业数据统计分析、应急指挥平台、舆情监测、视频监控、旅游项目管理和营销系统等功能，提倡多平台合一，并实现与智游天府对接，省、市、县互联互通。每缺1项功能扣0.1分，扣完0.3分为止。2.建设有旅游大数据平台，构建有较为完备的旅游大数据资源体系，采集整合涉旅相关数据，建立起全域客流管理、游客行为分析、旅游精准营销、旅游精细服务等重点领域大数据应用资源库，有效支撑全域旅游规划布局、旅游市场综合监管、全域客流管理与需求洞察、游客行为分析、旅游精准营销与服务的业务需求。每缺1项功能扣0.1分，数据少的扣0.1分，未接入省智游天府平台的扣0.1分，未投入运行或运行情况一般的扣0.1分，扣完0.4分为止。没有大数据中心的不得分。**评分指导点（材料审核、现场检查）:** 1.提供全域旅游监测指挥平台和运营监测系统建设规划或实施方案。2.现场查看主要功能实现情况。3.为了确保数据传输安全，基于国家政务外网传输数据，并与省上相关平台对接。安全等级应达到国家信息网络安全保护二级及以上（查阅公安部门颁发的备案证明），是否建立了安全管理制度和体系。4.现场查看是否建设有旅游大数据中心，设立有景区运行数据库、大数据平台，内容包括交通、气候气象、生态环境、文化和旅游资源、客流地、游客流量信息、文化和旅游消费信息、游客满意度、优质文化和旅游企业名录等数据。5.提供文化和旅游消费信息（包括旅游的基本要素吃、住、行、游、购、娱等信息）纳入大数据管理的相关佐证材料，要求所有A级旅游景区、旅游度假区、主要酒店、餐饮点等接入大数据平台。6.现场查看大数据平台是否设有专业人员负责相关数据信息的采集与运维工作（人员定岗定责、管理制度、运行情况等）。7.提供旅游大数据平台建设规划或实施方案和运行情况登记表等佐证材料。 | 0.7 |  |  |
| 4.5 | **全域环境整治。** | 1.5 |  |  |
| 4.5.1 | **全民动员。**大力推进美丽四川建设，开展清洁景区（度假区）、清洁饭店、清洁乡村旅游点、清洁农家乐等活动，营造良好的旅游环境。**评分：**旅游经营服务场所，无污染、无垃圾，无“脏、乱、差”现象。每发现1处不合格扣0.1分，扣完0.5分为止，网上查询有负面报道的重点查看。**评分指导点：（材料审核、现场查看、网上查询）。**1.相关活动的文件及辅助资料（方案、照片、总结）。2.结合材料评分现场检查。3.网上查询活动开展情况，是否有相关负面信息。 | 0.5 |  |  |
| 4.5.2 | **“三边三化”。**主要文化和旅游景区、廊道、村镇的周边实现洁化绿化美化。**评分：**发现1处不合格扣0.1分，扣完0.5分为止，网上查询有负面报道的重点查看。**评分指导点（材料审核、现场查看）：**1.提供相关举措的文件及辅助资料（方案、照片、总结）。2.现场查看“三边三化”实施情况。 | 0.5 |  |  |
| 4.5.3 | **“三改一整”。**旅游接待户全面实现“改厨、改厕、改客房、整理院落”。**评分：**发现1处不合格扣0.1分，扣完0.5分为止，网上查询有负面报道的重点查看。**评分指导点（材料审核、现场查看）：**1.提供相关举措的文件及辅助资料（方案、照片、总结）。2.提供旅游接待户“三改一整”的有关文件及辅助资料（方案、照片、总结）。3.现场查看“三改一整”实施情况。 | 0.5 |  |  |
| 4.6 | **人才培养。****评分：**1.开展旅游人才调查摸底，制定旅游人才发展目标、工作计划和激励政策措施，建立一支与旅游业发展相匹配的旅游人才队伍的得满分0.2分，缺项的得0.1分，存在旅游人才匮乏等突出问题的不得分。2.文化和旅游行政管理部门及辖区内主要旅游经营单位与境内外组织机构、高校、科研院所、行业协会、品牌旅游企业等单位建立人才发展合作机制，正式挂牌，取得良好成效。每与1家境外单位开展合作得0.1分，1家国内单位得0.05分。本项累计不超过0.2分。3.培养了一批国家（省）级乡村能人和非遗传承人等，每人分别加0.05分、0.03分；参加全国、全省涉文旅行业比赛获奖的分别加0.1分、0.05分；荣获天府旅游名导的每人加0.05分。同一人获多项荣誉不重复计分，本项累计不超过0.4分。4.建立了文旅志愿者队伍，设立志愿服务工作站点，定期开展公益活动，服务总时长总量超过500小时以上得0.2分，500小时以下得0.1分，没有建立的不得分。以上累计不超过1分。**评分指导点（材料审核、网上查询）:**1.本级人力资源社会保障部门、文化和旅游部门联合开展的旅游人才普查报告。2.本级旅游人才发展目标、工作计划和激励政策措施有关文件和近两年工作总结。3.合作协议正式文件、挂牌图片，实训方案、实训人员、实训次数证明材料（指旅游主管部门及旅游经营单位到高校、科研院所等单位学习或高校、科研院所安排学生到旅游企业实习等的实训方案、名单以及实训次数）。4.各类培训通知、方案、签到表、总结、照片。5.提供乡村能人、非遗传承人证书与文件；参加大赛获奖证书、有关文件等佐证材料。6.提供文旅志愿者队伍建设方案、工作机制及有关活动。 | 1 |  |  |
| 4.7 | **旅游秩序与安全。****评分：**1.建立完善旅游市场综合监管机制，组织开展旅游市场整治专项活动，推动旅游领域信用体系建设，定期开展文明旅游宣传创建和警示教育活动，旅游市场秩序良好。整合组建承担旅游行政执法职责的文化市场综合执法队伍。旅游投诉举报渠道健全畅通有效，投诉处理制度健全，处理规范公正，反馈及时有效。每缺1项扣0.1分，不完善的扣0.05分，县域旅游投诉在全国旅游监管平台和智游天府平台上的有效时限办结率98%（含）—100%（不含）的扣0.1分、低于98%（不含）的扣0.2分；近一年未开展旅游市场专项整治活动，导致旅游市场秩序不规范，或处置游客投诉、负面舆情不当，受到上级相关部门通报批评的，每个每次扣0.1分；未按时办结省级以上相关部门旅游投诉督办要求的，每个每次扣0.05分；荣获国家（省）文明旅游示范单位的分别加0.1分、0.05。此项累计不超过0.5分。2.本区域有旅游企业专门救援队伍、或与其他专业救援队伍（含医疗机构、急救中心）合作、或与其他商业机构救援合作，公布紧急救援电话号码，且应安排年度应急救援演练，突发情况下可有效救助旅游者。主要文化和旅游场所有针对突发公共事件的应急预案并定期开展演练。每发现1项缺失或不合格扣0.1分，扣完0.2分为止。3.A级旅游景区、旅游度假区、生态旅游示范区、体育（科技、研学、工业、健康等）旅游示范基地、文化和旅游产业园区、星级饭店、游客集散场所等设有安全管理人员，安全防护设施、设备配套完善（含医疗救护、消防设施等），并建立防范制度并成文置于单位明显位置，有工作方案、检查记录及业务培训等。个体工商户应按照《农家乐（民宿）建筑防火导则（试行）》（建村〔2017〕50号）要求，加强消防安全管理。每发现1处缺失或不规范、不完善扣0.1分，扣完0.3分为止。**评分指导点（材料审核、现场查看、网上查询）:**1.提供建立旅游综合监管机制、综合执法队伍、投诉处理制度、信用体系、文明旅游等方面的文件、方案、图片、登（统）计表等。2.提供针对文化和旅游突发公共事件（包括自然灾害、事故灾难、突发公共卫生事件和突发社会安全事件等）的应急预案，要求职责明确、程序清晰。3.提供近两年针对文化和旅游突发公共事件的演练通知、工作方案、人员签到册、演练脚本、演练记录、照片等佐证材料。4.现场查看经营接待单位游客投诉登（统）计表及处理情况、红黑榜公示、旅游文明宣传和警示教育开展情况。5.现场查看安保人员配备情况（照片是否上墙并公布相关信息），安全设施配套是否完善、能否正常使用，交接班记录及巡检记录是否完善。现场查看经营单位（点）是否配备足量的消防、防火设备并且设备完好、有效。6.网上查询相关信息。 | 1 |  |  |
| 5 | **大数据评估。** | 30 |  |  |
| 5.1 | **游客总人次。****评分：**1.近一年接待游客人次最多的参评单位得满分2分，其它按排名分档评分（三州三县民族地区适当向前调整1档）。2.近一年接待游客人次同比增速最多的参评单位得满分2分，其它按排名分档评分。**评分指导点（材料审核）:**根据通信运营商等相关单位提供的相关数据评分。 | 4 |  |  |
| 5.2 | **省外和境外游客占比。****评分**：近一年接待省外和境外游客人次的比重达50%及以上的参评单位得满分4分，其它按排名分档评分。**评分指导点（材料审核）:**根据通信运营商等相关单位提供的相关数据评分。 | 4 |  |  |
| 5.3 | **过夜游客。****评分：**1.近一年过夜游客总人次最多的参评单位得满分2分，其它按排名分档评分（三州三县民族地区适当向前调整1档）。2.近一年过夜游客占接待游客总人次比重最大的参评单位得满分3分，其它按排名分档评分（三州三县民族地区适当向前调整1档）。**评分指导点（材料审核）:**1.该指标评价县域旅游对远程游客（省外和境外）的吸引力，是区分旅游名县与一般旅游县的重要客观性技术指标。2.根据公安部门、通信运营商等相关单位提供的数据进行评分。 | 5 |  |  |
| 5.4 | **游客平均停留天数。****评分：**≥2.8人天数得满分3分，<1天数不得分，其它按比例扣分。**评分指导点（材料审核）:**根据通信运营商等相关单位提供的相关数据评分。 | 3 |  |  |
| 5.5 | **游客消费。****评分：**1.根据近一年银联发生旅游及相关行业交易的回算金额进行排名，第1名得满分2分，其它按排名分档评分（三州三县民族地区适当向前调整1档）。2.近一年游客消费同比增速最多的参评单位得满分2分，其它按排名分档评分。**评分指导点（材料审核）:**根据银联商务提供的相关数据评分。 | 4 |  |  |
| 5.6 | **目的地热度。****评分:**根据近一年网上县域旅游及境内景区（点）、餐饮、住宿等接待设施搜索量（点击率），构建县域旅游知名度，进行综合评分。**评分指导点:**根据国内知名搜索引擎、论坛等数据进行综合评估。 | 5 |  |  |
| 5.7 | **游客点评。****评分：**1.根据近一年游客在知名OTA、网络媒体和自媒体上对县域旅游及境内景区（点）、餐饮、住宿等接待设施的品质与服务质量点评情况，构建县域旅游要素美誉度（满意度和口碑指数），进行综合评分，满分3分。2.近一年县域旅游口碑指数同比提升最多的参评单位得满分2分，其它按排名分档评分。**评分指导点:**根据国内知名OTA、网络媒体和自媒体等数据进行综合评估。 | 5 |  |  |
| 6 | **游客满意度（抽样调查与暗访）。****评分**：根据《天府旅游名县游客满意度测评体系》（附件）进行抽样调查与暗访。综合得分95分（含）以上得15分，80分（不含）以下不得分，其它按比例扣分。**评分指导点:**考核验收前三个月由文化和旅游厅委托国家法定调查机构实施。得分依据国家法定调查机构出具的抽样调查与暗访测评报告。 | 15 |  |  |
| 7 | **主流媒体评价。****评分:**根据主流媒体对县域文化旅游的宣传报道和反映当地旅游资源、人文生活等的电视剧、电影、纪录片等影视作品播放情况，进行综合评估打分，构建县域旅游知名度和美誉度。**评分指导点:**提供主流媒体对县域文化旅游的宣传报道和影视作品播放情况佐证材料。文化和旅游厅收集汇总后，随机抽取一定数量的主流媒体负责人或记者进行综合测评。 | 5 |  |  |
| 8 | **涉旅行业评价。****评分：**1.根据川内涉旅行业组织对县域旅游知名度、美誉度和行业自律、诚信体系建设情况进行综合评价，本项最高分得5分；2.根据省文化和旅游产业领导小组成员单位对县域旅游知名度、美誉度进行综合评价，本项最高分得5分。**评分指导点:**由文化和旅游厅牵头组织川内涉旅行业组织负责人和文化和旅游产业领导小组成员单位进行综合测评。 | 10 |  |  |

备注：

1．天府旅游名县基础指标考核4大项得分不得低于该项总分值的60%。

2．旅游总收入、入境过夜游客人次、国内游客人次考核指标，评审时根据全省增长幅度等实际情况作相应调整。

3．游客满意度抽样调查和暗访要求综合测评得分高于80分（含）。

4．近一年来如发生下列事件：较大及以上旅游安全生产责任事故；重大生态环境、文化旅游资源等破坏责任事件；因监管失职，出现严重损害旅游者权益，性质恶劣、情节严重，在全国产生重大负面影响责任事件的，直接取消资格。

5．凡涉及加分项或扣分项均适用“同一主体因同一事项被通报表扬或通报批评，不重复加（减）分。

6．涉及到的量化指标以文化和旅游、发展改革、自然资源、生态环境、公安、财政、人力资源社会保障、住房城乡建设、水利、农业农村、林草、市场监管、税务等权威部门提供的佐证材料为依据。

7．旅游公共服务标识系统建设以国家有关部门发布的最新版相关标准为依据。

8．旅游集散中心应配套有咨询处、投诉点、医务室、AAA级旅游厕所、休闲座椅、休息室、免费饮水、全域旅游全景图、导览图、旅游指南、旅游手册及地图、影视广播设备、音像制品、电子触摸屏、垃圾桶、特殊人群配套设施等服务设施设备，建筑设施融入地方文化，同时，有特色商品展示和售卖处，票务预订和售卖处等。为游客提供：景区展示、交通换乘、旅游商品购物、如厕休憩、医疗服务等服务，提供旅游线路信息、旅游景区信息、旅游包车服务信息、旅游交通信息、票务信息、酒店信息、气象信息等旅行相关信息，并为游客提供全面及时准确的咨询服务等。

天府旅游名县游客满意度测评体系

天府旅游名县游客满意度由游客抽样调查评价与暗访测评构成，游客满意度综合测评满分为100分，游客抽样调查评价占80%，暗访测评占20%。

一、游客抽样调查

游客抽样调查评价由旅游产品知名度、旅游产品美誉度、旅游产品丰富度、文旅融合、配套设施与服务、旅游环境、景区服务、旅游总体感受8个一级指标构成。根据一定比例不同人群和远程、中程、近程游客（以中远程游客为主，含入境游客）回答情况计算二级指标得分，一级指标得分由所辖二级指标得分算术平均得出。详见表1。

表1 天府旅游名县游客抽样调查评价指标体系

| 一级指标 | 分值 | 二级指标 |
| --- | --- | --- |
| 知名度 | 15 | 旅游资源特色度 |
| 旅游产品知名度 |
| 旅游宣传吸引力 |
| 美誉度 | 15 | 宜于旅游的价值程度 |
| 县域旅游口碑度 |
| 重游推荐意愿 |
| 产品丰富度 | 10 | 旅游产品种类丰富 |
| 旅游产品别具特色 |
| 夜游产品（逛夜市、看演出、体验民俗活动、赏灯光秀等）特色性 |
| 文旅融合 | 10 | 当地文化呈现度 |
| 娱乐活动参与体验度 |
| 娱乐活动丰富度 |
| 配套设施与服务 | 20 | 旅游交通便捷高效 |
| 住宿选择多样舒适 |
| 餐饮选择多样卫生 |
| 商品丰富购物便利 |
| 公厕充足干净整洁 |
| 城区及其街区特色性 |
| 旅游信息化程度（含咨询、查询、订购等） |
| 各项服务规范性 |
| 旅游环境 | 10 | 治安状况良好 |
| 全域环境优良（含县域绿化度、整洁度） |
| 县域卫生及医疗设施配套齐全 |
| 旅游接待企业（经营户）诚信经营 |
| 旅游市场秩序良好（有无虚假宣传、强买强卖、售卖假冒伪劣产品和价格欺诈等现象） |
| 旅游从业人员服务良好，居民热情友好 |
| 景区服务 | 10 | 景区管理秩序 |
| 环境清洁卫生 |
| 手册、标识、讲解和文明旅游宣传 |
| 性价比方面 |
| 景区安全保障 |
| 县域旅游总体感受 | 10 | 旅游体验总体满意程度 |

二、暗访测评

暗访测评由旅游环境、旅游交通、餐饮、住宿、景区服务5个一级指标构成，重点暗访游客关注的县域旅游服务质量、市场秩序、环境卫生。访问员根据二级指标扣分标准进行暗访扣分。详见表2。

表2 天府旅游名县暗访测评指标体系

| 一级指标 | 二级指标 | 二级指标分值 | 每个问题扣分 |
| --- | --- | --- | --- |
| 旅游环境（25分） | 县城、街道环境卫生保持良好，主要街道环卫设施完善、清洁卫生、无明显垃圾，无流动摊贩占道经营现象。 | 5 | 0.2 |
| 主要文化和旅游区、廊道、村镇的周边实现洁化绿化美化，即“三边三化”，环境卫生保持良好，旅游配套设施完善。 | 5 | 0.2 |
| 旅游接待户全面实现“改厨、改厕、改客房、整理院落”，即“三改一整”，无污染、无垃圾，无“脏、乱、差”现象。 | 5 | 0.2 |
| 交通管理到位，车辆停放有序，无乱停乱放影响交通通行和无乱穿马路闯红灯现象。 | 3 | 0.2 |
| 空气质量较好，城区空气质量指数(AQI)不高于100。 | 2 | 2 |
| 旅游智能服务（含咨询、查询、在线预订、网上支付等）优良。 |  |  |
| 旅游行业服务质量较高，旅游从业人员业务熟悉、服务态度良好；居民友好热情，咨询或问路能够给予答复。 | 5 | 0.2 |
| 旅游交通（20分） | 游客集散的主要车站候车、购票秩序良好，周边无非法运营车辆拉客现象，能为游客提供租车服务。 | 5 | 0.5 |
| 通往主要景区专线巴士或公交车车况良好，清洁卫生，无超载、拒载、中途甩客现象。 | 3 | 0.5 |
| 通往主要景区的道路交通标识设置完善、位置显眼、用文字表示的标识牌有中英文对照。 | 5 | 0.5 |
| 通往主要景区的道路路况良好，无明显坑洼，安全护栏、弯道镜等完好无破损。 | 3 | 0.5 |
| 城市出租车能提供安全、快捷、舒适、文明的热情服务，能为游客提供旅游咨询服务，无绕路、拒载、甩客等现象。 | 4 | 0.5 |
| 餐饮 （15分） | 环境条件良好，大堂设施摆放整齐，无杂物（特别是货物）堆放。 | 3 | 0.5 |
| 清洁卫生到位，地面无垃圾，桌面无油迹，无苍蝇蚊虫，碗筷干净并消毒。 | 4 | 0.5 |
| 服务人员衣着干净整洁，服务及时、周到、热情。 | 3 | 0.5 |
| 菜品新鲜无异味，饭菜内无异物。 | 4 | 0.5 |
| 明码实价，无价格欺诈现象。 | 1 | 0.5 |
| 住宿 （15分） | 公共区域环境卫生条件良好，公共设施清洁整齐，地面无垃圾，公共区域无杂物堆放。 | 3 | 0.5 |
| 客房条件良好，各类设施（家具、地面、墙面、厕所、床上用品等）干净整洁，空调、电视、电话、网络、洗浴等使用正常。 | 3 | 0.5 |
| 安全设施完善，监控设备安装到位，门窗锁扣安全可靠无损坏，同时前台提供贵重物品寄存服务。 | 3 | 0.5 |
| 服务人员统一着装，衣着干净整洁，服务及时、周到、热情，前台人员普通话标准。 | 3 | 0.5 |
| 公布当地旅游咨询、投诉电话，并设有旅游咨询台，咨询服务耐心、热情。 | 2 | 0.5 |
| 明码实价，无价格欺诈现象。 | 1 | 0.5 |
| 景区服务（25分） | 景区秩序井然，游客购票、游览、排队、车辆停放等管理有序。 | 3 | 0.5 |
| 环境卫生保持良好（含公厕），垃圾清理及时，无脏乱差和乱涂画等现象。 | 4 | 0.5 |
| 安全设施齐备且维护良好，无安全隐患。 | 2 | 0.5 |
| 景区地图、介绍信息公示到位，标识指引等设置完善、统一规范、内容清楚、指向准确。 | 3 | 0.5 |
| 景区工作人员着装统一整洁、态度友好热情，导游、讲解员等普通话标准，服务周到。 | 2 | 0.5 |
| 门票和服务性收费公开有据，不存在乱收费、变相涨价等现象。 | 2 | 0.5 |
| 景区娱乐项目内容健康，不存在安全隐患。 | 2 | 0.5 |
| 景区商家诚信经营，服务热情，无强买强卖和价格欺诈现象。 | 2 | 0.5 |
| 景区内和景区大门口无流动商贩、占道经营、尾随推销现象。 | 3 | 0.5 |
| 游客中心（景区管理处）功能完善，并提供旅游咨询、受理投诉等服务。 | 2 | 0.5 |