

青岛西海岸新区管委办公室文件

青西新管办发〔2016〕66号

青岛西海岸新区管委办公室 青岛市黄岛区人民政府办公室 关于印发青岛西海岸新区加快旅游业 创新发展意见的实施细则的通知

各大功能区管委

各镇人民政府，各街道办事处，区政府有关部门，区直有关单位，
驻区有关单位：

《青岛西海岸新区加快旅游业创新发展意见的实施细则》已经区政府同意，现印发给你们，请认真遵照执行。

青岛西海岸新区管委办公室
青岛市黄岛区人民政府办公室

2016年12月28日

青岛西海岸新区加快旅游业创新发展意见的 实施细则

为贯彻落实《青岛西海岸新区管委青岛市黄岛区人民政府关于加快旅游业创新发展的意见》(青西新管发〔2016〕40号)(以下简称《意见》),制定本实施细则。

第一章 奖励扶持对象、标准及依据

第一条 加快发展海洋旅游产品

1.1 海洋旅游,是指以海洋为场所,以观光游览、休闲度假、康体疗养、运动探险为主要目的的旅游活动形式,一般包括海滨(海岸沙滩)旅游、海上旅游、海底旅游、海岛旅游等。

1.2 以游艇业作为发展海上旅游的突破口,区国土、海渔部门加大用地、用海支持力度,优先保障重点海上旅游项目的用地、用海指标;相关部门和镇街加快灵山岛、竹岔岛、斋堂岛等岛屿保护性开发,发挥中心节点作用;现有码头增设邮轮、游艇停泊功能的,可保持现有土地权利类型不变;利用现有码头设施用地、房产增设住宿、餐饮、娱乐等商业服务设施的,以及有偿使用的邮轮、游艇码头用地,依法经批准可采取协议方式供应。

企业自2017年1月1日起,购置游艇、游船、帆船等营运设施(承担公共交通职能的除外)在新区从事海上旅游活动,且年营运天数不低于180天,第一年度营业额达到300万元以上的,

给予设施购置费 15% 的一次性补贴，单个企业最高不超过 100 万元；自第二年度起，以上年度营业额为基数，按增长部分的 20% 给予奖励，每年度奖励最高不超过 100 万元。

营业收入指营运设施本身投入旅游运营所获取的直接收入，主要包括船票收入、在设施上开展的餐饮收入、住宿收入及其他相关休闲项目收入等。

1.3 鼓励海洋旅游业态创新，制定《海洋旅游业态创新评定标准》（附件 1），在新区从事海洋旅游活动的企业可依据标准申报参评。区旅游部门每年组织专家评审，得分最高的被评为海洋旅游新业态，给予 100 万元的一次性奖励。

海洋旅游新业态是相对于海洋旅游主体产业有新突破、新发展，或超越传统的单一观光模式，具有可持续成长性，可形成比较稳定发展态势的业态模式。

第二条 加大夜间旅游扶持力度

2.1 制定《特色美食街和休闲街区评定标准》（附件 2）。新区内正式营业一年以上的美食街和休闲街区均可申报。每年组织专家评审，评选出特色美食街和休闲街区。

特色美食街是指以餐饮为主，兼有休闲、娱乐、购物等业态，美食特色突出，餐饮文化浓厚，配套设施完善，管理服务规范的特色街区。

休闲街区是指商业特色鲜明、旅游氛围浓厚，配套设施完善，管理服务规范，可满足消费者购物、观光、娱乐、体验等休闲活

动需求的旅游街区。休闲街区主要包括具有观光、休闲、购物等旅游功能，能够体现地方文化特色的商业街和具有观光、体验、购物等旅游功能，从事旅游商品、文玩等批发零售的专业市场或场所。

每年从以上两类街区中，分别择优评选不超过**5**个街区（两类总计不超过**10**个）进行奖励，同一街区不能重复申报。

对于年度营业收入达到**500**万元以上的特色美食街和休闲街区，按营业收入的**10%**予以奖励，最高奖励**100**万元。同一街区连续**2**年以上（含**2**年）申报奖励，需建立优化提升机制，且营业收入同比增幅不低于**20%**。

营业收入是指街区所有经营业户开具的增值税纳税发票营业收入之和。

申报奖励的街区运营主体必须是独立法人企业，如街区开发建设公司、街区商业管理公司或者街区物业管理公司等。

2.2 依托新区文化底蕴，策划推出**1-2**台大型实景旅游演出，区国土、规划等部门在土地、规划等方面给予优先保障。鼓励对现有演艺资源及景区（点）资源进行整合利用，鼓励社会资本以投资、参股、控股、并购等方式开发大型实景演出市场，鼓励引入国内一流运营与创作团队。每年度按大型实景演出营业收入择优进行奖励，最多奖励**2**个经营单位。常态化营业后首年度营业额超过**1000**万元的，按营业额的**40%**给予奖励，最高不超过**1000**万元；自第二年起，以上年度营业额为基数，按增长部

分的**50%**给予奖励，每年度奖励最高不超过**1000**万元。

大型实景演出的剧本、配乐等创作内容应积极向上，并突出新区文化元素，演艺产品运营团队具有高水平的品牌营销能力，产品及品牌具备高度的传播力、影响力，经营单位（或运营主体）善于运用现代高新科学技术，制作演出形式创新、有创意、品质高的旅游演艺产品。

运营主体是指在新区注册登记，具有独立法人资格，注册资本不低于**1000**万元的企业。常态化营业是指自项目所涉及的相关手续齐备，接待及附属设施完善，通过相关主管部门验收，并且向区旅游部门报备之日起开始计算的营业状态。

大型实景演出营业额包括该项目的票房收入、演艺项目必要的对内配套服务设施等演艺模块的直接收入。

2.3 鼓励景区（点）因地制宜开展夜间旅游，推出各具特色的常态化旅游演艺产品。鼓励将旅游景区（点）的演艺产品以参股、利润分成等多种方式灵活参与景区经营，不断提高景区（点）的文化内涵，提高景区核心竞争力。制定《常态化演艺产品评选标准》（附件**3**），组织专家进行评选，每年评选不超过**2**个常态化演艺产品，按照评选年度景区（点）营业额的**20%**予以一次性奖励，每个产品奖励金额不超过**100**万元。

常态化旅游演艺产品是指有固定演出场所，有固定演职人员，能够提供安保、灯光等基础条件，应急保障措施完善，每年演出时间不低于**100**天的演艺产品。常态化演艺产品经营时间包

括白天及夜间。

2.4 支持企业投资举办具有地域标志性的民俗节事活动。从活动的投资规模、民俗体现、游客体验、旅游业态融合、宣传推广、综合服务等方面，组织专家进行评选，每年评选不超过**2**个民俗节事产品，分别给予主办企业**100**万元的一次性奖励。

民俗节事活动是指依托新区历史传统文化或民间风俗习惯，赋予一定现代意义后，开发的具有地方文化特色鲜明、群众认可度高、旅游吸引力大、游客体验性强、综合拉动作用明显等特点，并坚持优化创新，逐渐形成品牌效应的旅游活动。

民俗体现是指活动尊重并继承了新区的历史传统文化和民间风俗习惯，并以传统方式加以体现。

旅游业态融合是指活动需与景区、街区、酒店、民宿、美食等旅游业态进行融合发展，并结合现代元素对活动内容创新丰富。

第三条 扶持反季节旅游等新产品开发

3.1 每年制定并发布《度假旅游目的地旅游产品菜单》(以下简称《菜单》)(附件4)。《菜单》以目录的形式明确新区今后重点发展的旅游产品业态，引导旅游产品开发方向。对列入《菜单》的新开发旅游产品首年度销售额超过**100**万元的，按照销售额**20%**的标准给予一次性奖励，奖励金额最高不超过**100**万元。本细则第一条、第二条中旅游产品符合新产品条件并申请新产品奖励的，按照就高不就低的原则奖励，不重复奖励。

3.2 鼓励发展反季节旅游。反季节旅游时间是指每年的1-4月份和11-12月份。

为打造冬游青岛首选目的地，对列入《菜单》的滑雪、冰雕、温泉度假等冬季旅游产品参照新产品开发标准进行双倍奖励，最高不超过200万元。

3.3 旅游产品是指旅游业者通过开发利用旅游资源提供给旅游者的旅游吸引物与服务的组合。“新开发”指以下三种情形之一：《意见》实施期内正式运营的新产品；在原有产品基础上，引进符合《菜单》要求的新产品；对原有产品进行改造升级形成符合《菜单》要求的新产品。

申报新产品奖励需同时具备以下条件：

- (1) 符合《菜单》中所明确的业态要求；
- (2) 新产品运营主体在新区范围内注册登记并依法纳税；
- (3) 主题鲜明，特色突出，具有明显的吸引力和独特的旅游价值；

(4) 具备较为完善的旅游设施、较强的旅游接待能力以及较高的旅游服务水平；

(5) 年度销售额超过100万元，以企业申报年度为准，只奖励一个年度。销售额指新产品运营企业增值税纳税申报表中营业收入。

第四条 评选十大旅游名村

4.1 制定《青岛西海岸新区“十大旅游名村”品牌评选标

准》(附件5),由各镇街(区)调查摸底、制定实施方案、精心培育,于每年3月底之前,主要从列入区政府“美丽乡村建设计划”的名单中,根据旅游业发展情况,择优推荐参与旅游名村评选。产生民宿发展集聚效应的民宿特色村,优先列入评选范围。区旅游部门组织专家、相关部门进行初步审核,按照1:1.5的比例确定入选村庄进行重点培育。每年组织召开专家评审会对入选的村庄进行打分排名,确定最多10个旅游名村,分别授予旅游名村称号,并给予每个村200万元的一次性奖励。区旅游部门负责对旅游名村开展不定时抽查复核,通过复核的可继续保留原认定不变,对未通过的提出整改意见,并启动持续跟进整改机制。对于连续两次未通过的,取消原认定。

4.2 区旅游等部门加大宣传推广力度,依据旅游业发展规划,鼓励引进专业旅游运营公司,整合串联乡村旅游精品,形成独具特色的乡村旅游产品体系。

第五条 加快发展特色民宿产业

5.1 特色民宿是指经营者利用乡村房屋,以文化创意进行改造设计,高标准植入当地特色人文、景观精髓,突出住宿服务体验,突出建筑设施风貌,突出度假服务品质,突出乡野生活乐趣,实现与周边生态环境高度契合、满足旅游者体验高品质乡村生活需求的住宿处所。包括利用乡村房屋,通过自营、合作、租赁等方式提升改造的;在现有农家乐基础上提升改造的;利用村集体用房、国有农林场房、位于乡村的国有集体闲置房产提升改

造的；符合条件要求的其他情况。

5.2 特色民宿发展坚持规划引领、重点先行、体现特色、注重品质的原则，实现经济效益、社会效益和生态效益协调发展。通过划定特色民宿重点发展区域，实施范围内道路、水电、环境等基础设施建设通达性改造与示范性提升，改善区域环境，在重点区域内扶持推出一批文化创意鲜明、度假功能突出、服务品质较高的特色民宿，逐步形成并释放特色民宿文化的集约效应与示范效应。

5.3 鼓励利用宅基地、集体建设用地从事旅游经营。利用现有房屋和土地兴办民宿客栈的，可保持原土地用途、权利类型不变；土地权利人申请办理用地手续的，符合划拨用地目录的，可以划拨方式供地；不符合划拨的依法经批准可以协议方式出让。建设开发特色民宿确需新增建设用地用于公共基础设施建设的，区国土部门在年度新增建设用地指标上给予优先保障，并按法定程序办理相关用地审批手续。

因旅游项目配套安排商品住宅要求修改土地利用总体规划、城乡规划的，不得批准。严格相关旅游设施用地改变用途管理，土地供应合同中应明确约定，整宗或部分改变用途，用于商品住宅等其他经营项目的，应由政府收回，重新依法供应。

5.4 成立区特色民宿发展领导小组，由区政府分管领导担任组长，成员由相关部门组成，小组下设办公室，办公室设在区旅游局。区特色民宿发展领导小组围绕区特色民宿产业科学发

展,负责产业发展重大事项的决策及有关政策解读、协调和处理。办公室负责牵头特色民宿相关的指导服务工作。各成员单位按照各自职能为特色民宿产业发展提供指导服务,以成员单位职责为基础,负责制定全面的服务与监管政策,并强化实施。

5.5 制定《特色民宿申请认定程序》(附件 6),对于利用(租用)民房 3 幢、6 个房间以上,或利用(租用)村集体用房、农林场房、国有闲置房产等单幢 10 个房间以上,或新建与环境融为一体的,经过区特色民宿发展领导小组办公室认定的特色民宿,年客房出租达 800 间夜以上的(以公安部门旅馆业治安管理信息系统登记的旅客信息与客房标准数量为依据),由区特色民宿发展领导小组办公室组织专家对符合条件的申报单位,通过明察暗访等形式,结合游客满意度等情况,每年确定不超过 10 个民宿点,分别按照年营业额的 20%进行奖励,每家民宿年度最高奖励 100 万元。

5.6 特色民宿应具备的条件:

(1) 开办及运营须以合法性为前提。

(2) 改造设计需体现出创意与本地文化的高度结合。主体建筑的整体风格、周边配套设施的选择等方面需与地方特色、周边环境相融合,主题定位明确,并注重推介营销,对全区民宿产业发展具有示范引领作用。

5.7 鼓励支持特色民宿打破行政村限制,采取多种经营模式发展规模化、集聚化民宿产业。鼓励利用条件成熟的旅游景区

周边农村闲置房优先发展特色民宿，对产生特色民宿发展集聚效应的村庄，每个村特色民宿客房间数分别达到**30**间（含）以上、**50**间（含）以上、**80**间（含）以上的，经过区特色民宿发展领导小组办公室认定，优先列入“十大旅游名村”评选范围，并分别给予相应的加分奖励。

5.8 建立民宿发展全程帮扶机制。由区特色民宿发展领导小组办公室牵头，依托全国相关协会、专业联盟等平台，建立规划设计、建设管理和市场营销全程帮扶机制。采取政府购买服务等方式，建立动态的专家智库、运营人才库，对民宿设计、建设及具体经营者，采取不定期集中培训指导与具体问题一对一分析相结合等方式，帮助解决民宿建设经营管理中的相关问题，确保民宿发展品质；引进一批具有国际战略眼光、深谙文化创意的投资者、开发者和设计师参与特色民宿，鼓励青年创客、民宿设计团队和大学生参与特色民宿的设计和建设运营，打造有个性、有核心竞争力的特色民宿项目。

5.9 以资源整合、特色挖掘为基础，联合全区特色民宿点，打造中国北方独具特色的民宿集群，同时将特色民宿品牌纳入西海岸度假服务平台和旅游营销体系，鼓励支持各民宿点制定全面的品牌打造及推广计划，加大自主营销力度，全力打造集文化、创意、特色、品质为一体的“青岛西海岸度假民宿”品牌形象。

5.10 鼓励各部门安排项目资金或积极争取上级资金投向民宿所在村，用于发展民宿产业和公共配套设施建设。对新区特

色民宿发展有重大积极影响或贡献的特色民宿项目，可给予“一事一议”的扶持政策。

5.11 建立完善的民宿产业考核监督机制。由各镇街负责本行政管辖区域内民宿的初审、指导、服务、规划、统计、安全和日常管理工作。区特色民宿发展领导小组办公室负责每年组织一次对特色民宿点开展抽查复核，及时提出整改意见，并启动持续跟进整改机制。对于连续两次不达标特色民宿点，取消原认定。鼓励加强行业自律，民宿发展规模较大的村或镇街要推动成立民宿协会等行业组织，发挥行业自律作用。民宿行业组织的设立应报当地镇街同意，经区特色民宿发展领导小组办公室审核后报区民政部门依法登记。

第六条 搭建度假目的地服务平台

6.1 度假目的地服务平台是指充分利用智慧城市特别是智慧旅游、智慧交通等建设成果，整合优势度假资源和产品，集资源展示、咨询顾问、区间交通、预订销售、数据掌控、服务评价、投诉监管、营销推广等于一体，以管理智能化、服务个性化、营销精准化为特征，为游客提供线上、线下综合旅游服务的“西海岸度假服务平台”。

平台优先提供公共服务职能，由政府通过购买服务等形式搭建和委托运营，同时通过特许经营模式支持国有资本与民营资本联合，对平台进行授权范围内的商业运作，为游客提供从查询到预订、消费的全包式服务。平台延伸产生的商务服务功能的提供

与交易，由运营企业自主负责。

6.2 平台遴选符合度假产品标准的旅游企业或者关联业态机构进入平台。进入平台的企业产品须具有较高的品质或特色，对度假客具有较强吸引力，服务优良、口碑好，在新区同类产品处于领先地位。遴选标准由平台运营公司制定，参与企业自主申报，平台公司参照标准择优选取申报企业纳入平台。

平台遴选的度假产品和度假服务设施，包括星级饭店、中高端品牌酒店、特色民宿客栈、A级旅游景区、海上旅游度假产品、夜间演出产品、大型节庆活动、特色餐饮店、游乐项目、特色美食街和休闲街区、文化体验项目及与旅游度假或旅游需求相关联的其他业态。

6.3 对平台企业实行动态管理，凡符合平台遴选标准的企业和产品，可随时申报加入平台。平台运营公司通过制定考核细则，不定期对平台内企业进行动态监督管理和量化考核，实行“负面清单”，对企业所提供的商品质量和服务水平不达标的，将予以取消平台内企业资格和当年平台内奖励。对违反有关约定造成损失的，平台运营公司有权依法追究相关经济和法律責任。

6.4 平台立足本地旅游度假信息与产品服务深耕，充分利用对本地信息掌控的深度、广度和及时性，及时更新发布新区度假旅游产品信息；通过不断整合优质旅游度假资源和产品，推出适合市场需求的各类旅游度假打包产品；结合不同季节产品特点，策划推出各种主题营销活动，做到季季有主题、月月有活动、

周周有促销。

平台依托政府旅游主管部门宣传营销资源，通过媒体宣传、线上流量导入、线下落地布点推广等多种形式和手段，不断提升平台知名度和影响力，从线上、线下多渠道吸引、转换旅游度假客源关注并使用平台。

平台按照打造全域旅游的方向，依托政府支持，充分利用和调动区内与旅游度假相关业态资源，整合大型旅游综合体、室内外文化演艺、特色小镇、特色美食街和休闲街区等旅游关联企业产品，与相关大型节会、民俗节事等建立双向衔接机制，发挥旅游度假服务平台联动优势，丰富平台产品类型供给，打造独特、丰富的旅游度假产品套餐，为游客提供多样化、个性化的旅游消费菜单产品和服务，为旅游关联业态转化客源。

6.5 平台度假顾问向游客提供平台内的信息咨询、向导、投诉受理等服务，包括度假企业顾问、度假服务平台专职顾问、度假服务平台兼职顾问、持证导游等。

度假企业顾问是指在企业内配备一定数量的人员，为度假客提供平台线上咨询服务，解决度假客在平台内有关本企业产品消费过程中遇到的问题。

度假服务平台专职顾问是指由平台运营公司招募专职人员，经培训考核合格后上岗，为游客提供网上答疑、度假产品讲解、度假线路向导等服务，同时兼顾旅游投诉受理者的角色。

平台依托政府支持，借助区文明、旅游等部门力量，面向区

内广泛发动吸引社会公众参与，招募城市度假服务志愿者，作为度假服务平台兼职顾问，为游客提供亲情化的本地度假咨询向导服务。营造良好的全域旅游氛围，形成新区市民与外地游客的友好互动，在国内率先打造“城市旅游公益服务与形象传播市民大使”特色品牌形象。

平台开放导游注册报名，符合法律法规要求的持证导游，可注册成为度假服务平台导游，供游客选择预订。

6.6 平台以引进专用服务车、合约车、社会签约车等形式实现平台内车辆接送服务，解决游客本地旅游消费的交通问题。相关消费交易服务和质量保障由进入平台的企业自行实施。

对提供平台内车辆服务的企业，根据其车辆在平台内为游客提供的服务产生的营业收入，按**20%**给予奖励，每年最高奖励不超过**100**万元。营业收入包括游客实际支出收入部分、企业打折优惠部分、企业补贴部分。申请奖励的企业，须同时满足以下条件：

(1) 进入平台的企业提供的车辆中新能源车须占一定比重且逐年递增。

(2) 按照平台要求对司机进行培训考核合格后上岗，并制定监督管理考核机制。

(3) 企业须通过打折、赠送代金券、或者补贴等形式为度假客用车提供一定优惠，优惠幅度不低于正常价格的**10%**。

6.7 进入平台内的企业，按其在平台内“酒店+”组合产品

中的年度销售收入（平台结算额度）的**10%**予以奖励，其中对酒店每年最高奖励不超过**200**万元，对景区（包括旅游区和游客占比较大的休闲娱乐项目等）每年最高奖励不超过**50**万元。

在平台内企业申请组合产品奖励资金须同时满足以下条件：

- (1) 组合产品须为两家及以上企业的产品组合；
- (2) 企业需要确保平台上所销售产品的供应数量和品质；
- (3) 企业所提供产品的价格不高于与其他网络渠道的协议价格；
- (4) 企业年销售额逐年递增，且增幅不低于**10%**；
- (5) 企业积极参与、配合平台的宣传营销活动。

6.8 平台鼓励旅行社、OTA等分销平台内“酒店+”组合产品，按照组合产品平台结算额度，每套产品享受政府补贴奖励**20%**，最高不超过**100**元；销售反季节组合产品，每套产品奖励**40%**，最高不超过**200**元，单个企业每年奖励最高不超过**100**万元。

分销企业申请奖励资金须同时满足以下条件：

- (1) 分销企业在平台公司报备；
- (2) 销售平台内**300**元以上的“酒店+”组合产品；
- (3) 组合产品年销售额**10**万元以上；
- (4) 年销售额逐年递增，且增幅不低于**10%**；
- (5) 无低价销售破坏市场秩序的行为；
- (6) 配合平台需要，收集、导入其销售产品的游客评价等数

据。

6.9 平台运营公司每月与平台内各企业核对并确认销售数据，企业须配合提供相关证明材料，由平台运营公司统一申请奖励，奖励资金由平台运营公司按标准拨付给平台内企业。

6.10 平台运营公司制定对平台内企业的奖励考核制度。政府补贴运营期间，平台对外营销所产生的收益，在保证平台正常运营前提下，根据考核结果，通过资金或者宣传置换等形式全部或大部分返还给平台内企业。

6.11 平台的建设和运营是动态的、逐步完善的过程，相关细则也将根据实际运行情况进行微调和修正。

6.12 在平台尚未正式建成前，区旅游部门按平台规则组织进行演练运营，其收益待平台建成后合并计算。

第七条 推行旅游惠民“一卡通”

为最大限度优惠新区居民，整合新区旅游资源，面向新区居民发行“旅游一卡通”。

第八条 完善旅游公共服务设施

8.1 在凤凰岛国家级旅游度假区和西城区分别规划建设一处大型旅游集散中心，其中凤凰岛集散中心兼具海陆统筹功能。依托火车站、地铁站、汽车总站、滨海大道等资源，完善旅游集散服务、呼叫、监控等功能，完善各交通节点、停车场、旅游集散地的导向标识系统。区交通部门负责设置旅游接驳和旅游线路，构筑核心旅游区与城区和外围景区、酒店相衔接的集散通道。

8.2 鼓励国家 A 级旅游景区、乡村旅游点、主题公园和重要旅游集散地建设旅游厕所。年度内建设完成的非财政拨款的旅游厕所，按照国家旅游局《旅游厕所建设管理指南》和《青岛西海岸新区旅游厕所 A 级评定标准》（附件 7）进行评定验收。被评定为 3A、2A 和 1A 的，分别给予 5 万元、4 万元和 3 万元一次性补助。

8.3 鼓励社会资本在重点景区周边开设临时停车场。区城管部门负责制定《临时停车场管理服务办法》，对符合临时停车场要求的给予流动厕所、管理房等设施配套扶持。

8.4 鼓励社会资本在重点景区周边新建生态停车场。纳入全区旅游服务质量监督考核范围的旅游区以自筹资金新建生态停车场，停车场建成后，区旅游部门联合相关部门进行实地评选，根据《重点景区生态停车场建设标准》（附件 8）确定补助对象。2017 年度补助 2 处，2018 年度和 2019 年度分别补助 4 处，三年共补助 10 处。已确定的补助对象，面积达到 3000 平方米、6000 平方米、10000 平方米以上的，分别给予一次性奖励 10 万元、30 万元、50 万元。

生态停车场是指在露天停车场应用透气、透水性铺装材料铺设地面，并间隔栽植一定数量的乔木等绿化植物，形成绿荫覆盖，将停车空间与园林绿化空间有机结合的停车场。

第九条 强化品牌形象推广

9.1 2017-2019 年，区财政每年安排不少于 2000 万元旅游

营销专项资金，由区旅游部门专项用于当年的新区旅游宣传营销。

深化落实“为企业服务，为游客服务”的理念，建立以新区旅游企业为中心、“形象+产品”相结合的旅游营销联动发展机制，发挥财政资金“四两拨千斤”作用，撬动更多的社会资金投入，形成城市旅游营销强大合力。

9.2 开展旅游企业成功营销案例评选活动，组织专家评审，根据营销投入情况、实际成效和对全区旅游企业的贡献度，每年择优评选不超过**5**个案例，分别给予**50**万元、**40**万元、**30**万元、**20**万元、**10**万元一次性奖励。

案例评选范围为新区旅游企业或旅游企业联合体组织开展的以新区旅游产品、项目、活动等为主体内容的市场开发与营销活动。

新区旅游企业是指在新区注册登记、纳税并经相关旅游部门或机构公告认定的旅游景区景点、星级饭店、星级餐馆、旅行社等旅游企业，以及在新区注册登记、纳税的业内广泛认可的品牌饭店等涉旅企业。

旅游企业联合体是指新区内**3**家及以上旅游企业及涉旅企业，基于旅游建设发展目标而自主联合组成的组织机构。案例由企业联合组织的，以排列在第一位的主办单位为申报单位；由旅游企业联合体组织的，以联合体为申报单位。

营销投入是指在案例组织实施期间企业为宣传推广案例所

投入的人、财、物等营销成本，包括媒体宣传、市场推广、营销活动等方面的投入。

实际成效是指案例持续期间所产生的经济效益和社会效益，包括游客接待总量和增量、日均游客接待量、营业收入总量和增量、日均营业收入、投入产出情况、营销活动亮点以及对新区旅游业和经济社会的促进带动作用等。

对全区旅游品牌的贡献率是指案例对推动新区旅游品牌内涵塑造、品牌形象丰富、品牌传播提升的贡献，以案例宣传推广及传播效果为主要审核依据，包括组织开展的媒体宣传推广、宣传推广的点击量和阅读量、媒体对案例的关注度（关注的媒体种类、级别、数量，关注的周期、频率、深度）等。

9.3 通过有奖征集、聘用专业机构或创意团队等方式，组织策划“西海岸 更青岛”等特色鲜明的城市旅游形象口号，加大在电视、广播、报刊、网络、户外、手机新媒体等主流媒体及省内、京津冀、长三角、港澳台、东北亚等主要客源地的推广力度。

通过联合推介、资源置换、活动营销、共建共享、有偿使用等方式，整合区内市政、路政、地产、媒体等资源，加强新区城市旅游形象推广和旅游产品推介。

9.4 由区旅游部门主导，整合新区内各类旅游宣传资源和旅游企业宣传资源，采取互设资料展架、互相摆放或发放宣传资料、广告位置换、等价资源置换等资源互换及相关方式，在青岛

区域内的集散中心、游客中心、景区、酒店饭店、售楼处、机场、火车站、汽车站等游客集聚地的大厅、大堂、前台、服务台、休憩中心、候机厅、候车厅等显著位置，持续提供发放新区各类旅游宣传资料。

新区旅游宣传资料是指由区旅游部门组织设计制作的宣传推介新区旅游资源、产品、项目、线路等内容的资料，包括旅游指南、月刊、画册、折页、地图、攻略、海报、手册等各类宣传资料。宣传资料由区旅游部门通过招投标方式，组织第三方专业团队定期搜集和整合全区各类最新旅游信息，根据四季旅游特色和当前旅游市场需求进行设计、制作、发放。

资料发放旺季期间（每年5月-10月）每月初定期提供发放和更换，淡季期间（每年11月-次年4月）每两个月定期提供发放和更换；重大旅游节事活动或营销活动期间另行提供资料发放和更新。资料发放情况由区旅游部门按照定期检查和不定期抽查的方式组织进行督导落实。

鼓励区内旅游企业利用自身资源参加资料发放宣传；进入西海岸度假服务平台的新区旅游企业及其产品优先参加资料发放宣传。

9.5 围绕省内、京津冀、长三角、港澳台、东北亚等新区旅游重点客源市场，注重媒体宣传、渠道建设、活动营销等多方发力，通过“形象+产品”相结合的方式，以形象带产品，以产品托形象，实施多形式立体化营销。

注重琅琊文化、海洋文化、渔家文化等新区特色文化的挖掘和提炼，发挥东方影都、青岛国际啤酒节、灵山湾拉网节、杜鹃花会等核心旅游产品和重大节事活动的虹吸和溢出效应，鼓励企业推出相应配套旅游产品。

第十条 继续开展联合营销

10.1 旅游企业参加全区联合营销的，区财政按照不低于每个企业营销经费的**50%**进行补贴；鼓励多个旅游企业组建旅游联合体，进行产品组合并进行线上、线下销售，旅游联合体参与新区统一组织的赴境内外宣传促销和展览活动，其展位费、布展费等费用给予全额补贴，旅游企业在期间举办专场说明会的给予专场说明会直接发生费用**50%**的补贴。

联合营销是指新区旅游企业按照区旅游部门全年营销方案，结合自身实际，认购区旅游部门集中采购的媒体资源。区旅游部门定期公布新区旅游营销方案，明确主推产品、营销方式、投放媒体及营销渠道。按照联合营销的思路，通过政府购买服务，委托专业旅游经营机构整合资源，策划包装具有原创性、体验性且市场潜力大的特色旅游产品，集中采购媒体资源，打造旅游营销大平台。

联合营销中营销经费指旅游企业参与区旅游部门整合的媒体资源采购所需的实际费用。

新区统一组织的赴境内外宣传促销和展览活动是指区旅游部门按全年旅游营销方案组织的旅游推介会、交易会、博览会和

旅游巡展等活动。

10.2 区旅游部门所有宣传推广工作中优先体现西海岸度假服务平台及平台内企业和产品。

10.3 鼓励企业创新营销模式。通过组织专家评审等方式，根据对新区度假目的地整体形象、旅游品牌及产品推广的贡献度，每年评选 3-5 个创新营销案例，每个给予 20 万元的一次性奖励。奖励主体若为旅游联合体，则奖励资金由联合体自主分配。

创新营销是指旅游企业根据营销环境的变化情况，结合企业自身的资源条件和经营实力，寻求新观念、新方法、新技术、新手段的营销思路。

突出贡献是指对新区整体的贡献，或者是在景区、酒店、美食、节庆、乡村旅游等旅游业某一方面的贡献。

营销案例主体为新区旅游企业或旅游联合体，提报的创新营销案例要有具体营销方案，需在传统营销基础上有所创新并收效明显，对企业或者新区的旅游品牌塑造、丰富、提升相关方面有积极作用，对其它企业或者同类工作具有借鉴意义。创新案例媒体关注度高，且参加评选前已全部完成或已达到阶段性成果目标效果。

鼓励企业开展创新营销活动系列化、常态化，同一主题创新案例在前一年基础上有所提升突破的，次年可再次申报。

参与评选的创新营销案例，可同时参加成功营销案例的评选，按照就高不就低的原则核算奖励资金。

第十一条 打造旅游美食品牌

11.1 每年年初发布《青岛西海岸新区特色食材清单》。区旅游部门聘请有公信力的美食专家组成研发团队，同时鼓励企业参与，通过一材多做、命题烹饪等竞争性方式，结合“五名十佳”品牌评选活动成果，研发评选出新区特色美食，并对其制作标准和流程进行固化统一。

一材多做、命题烹饪是指研发团队根据《青岛西海岸新区特色食材清单》，通过选用不同的佐料和采取不同的烹饪技艺，研发出不同菜品的制作形式。一种食材可以做出多道菜品，形成系列品牌。新研发的菜品进行试卖后，根据市场情况最终确定新区特色美食。

11.2 制定《特色美食专营店评定标准》（附件9）。鼓励企业或个人在新区设置特色美食专营店，在星级酒店、品牌饭店、限上住宿餐饮企业和星级餐馆中开设特色美食专营区，并实行动态化管理。对实现常态化经营的，年销售新区特色美食超过50万元，按营业收入10%的比例进行奖励，专营店每年最高奖励不超过30万元，专营区每年最高奖励不超过10万元。鼓励特色美食专营店和专营区与在线美食销售平台合作销售并推广特色美食，线上平台销售特色美食年营业收入需占专营店或专营区年销售特色美食全部营业收入的30%以上。

11.3 申请新区特色美食专营店和专营区须同时满足以下条件：

(1) 特色美食专营店实用面积不小于 120 平方米，至少能同时容纳 60 人就餐；特色美食专营区实用面积不小于 3 平方米。

(2) 特色美食专营店内销售的新区特色美食菜品须占饭店全部菜品 60%以上；特色美食专营区全部用来展示新区特色食材，销售新区特色美食。

(3) 特色美食专营店和专营区所销售的特色美食原材料必须在区旅游部门认可的特色食材生产企业协会、合作社等行业组织中选取。

(4) 特色美食专营店和专营区统一使用新区特色美食标志。

(5) 特色美食专营区所属饭店须正常经营 3 年及以上且在新区有较高的知名度，年餐饮营业收入达到 500 万元以上。

(6) 特色美食专营店和专营区所属饭店的建筑、附属设施和运行管理应符合消防、安全、卫生等现行的国家有关法规和标准，并须出具以下证明：工商营业执照、卫生许可证、消防验收合格证、特种经营许可证、房产证明、租赁合同等相关证件。

(7) 特色美食专营店和专营区须使用国家税务部门增值税发票税控开票系统，且增值税发票需分类开具，标明单价和数量。

(8) 特色美食专营店和专营区须配备专门的新区特色美食导购员，向顾客介绍并推荐特色美食。

11.4 对特色美食专营店和专营区实行动态管理，若出现弄虚作假、重大安全事故、严重服务质量投诉等事件的，取消特色美食专营店或专营区资格。

11.5 每年择优认定不超过 20 家特色美食专营店、20 家特色美食专营区进行奖励。

第十二条 打造旅游商品品牌

12.1 按照“政府扶持、市场运作、企业经营、连锁推广”的思路，探索集研发、生产、销售、服务、推广于一体的旅游商品运营模式，树立“特色、正宗、平价”的经营理念，运用政府公信力与市场化相结合，统一品牌识别，加大推广力度，努力打造新区旅游商品品牌形象。

委托专业公司开展新区旅游商品市场调研，进行品牌体系创意策划。在广泛征求各行业意见的基础上，确立新区旅游商品名称、文化内涵、核心卖点，以及VI视觉识别系统等，塑造旅游商品品牌，并进行商标注册。

从新区非遗名录、特色工农业产品、食品、艺术品中选取创作元素，以一种材料或元素符号，从材质、功能等多角度，进行创意设计新区系列旅游商品和伴手礼商品。

12.2 每年开展一次旅游商品评选大赛，面向社会广泛征集体现新区地域特色及文化内涵的旅游商品，同时鼓励已经投放市场的特色工农业产品、食品、艺术品等通过改造提升参评。由区旅游部门委托第三方专业公司负责活动的具体实施，制定发布评选方案、明确评选标准、评选程序、宣传方式等具体事宜。评选设金银铜奖三个等级，对荣获金奖、银奖、铜奖的参赛企业或个人分别给予 10 万元、8 万元和 5 万元的奖励。

12.3 《意见》中鼓励扶持的旅游商品包括委托专业公司创作设计的和旅游商品评选大赛获奖的旅游商品，统一使用新区旅游商品VI视觉识别和商标，以下简称新区旅游商品。

12.4 鼓励国有公司、社会资本对新区旅游商品进行批量生产，2017年到2019年扶持不超过5家旅游商品生产企业，按照商品生产企业当年获奖旅游商品销售收入10%的比例进行补贴，每年度最高奖励不超过200万元。申请奖励的新区旅游商品生产企业须同时满足以下条件：

(1) 在新区注册的法人企业并依法纳税；

(2) 有明确的旅游商品生产场所及自行生产商品能力，高端旅游商品可采取代加工的方式生产；

(3) 从原材料采购、加工工艺、包装、售后服务等各个环节加强管理，产品符合国家质量标准和安全标准；

(4) 年旅游商品生产总值超过100万元，且逐年递增。

(5) 使用国家税务部门增值税发票税控开票系统。

鼓励旅游商品生产企业利用自身优势开展产品研发，对已有商品进行改造提升。

12.5 每年在全区规划布局不超过5处旅游商品专营店，不超过20处旅游商品专营区，推广销售新区旅游商品。旅游商品专营店或专营区年销售新区旅游商品收入超过50万元，按照销售旅游商品收入10%的比例进行奖励，专营店每年最高奖励不超过50万元，专营区每年最高奖励不超过10万元。

制定《旅游商品专营店评定标准》(附件 10)和《旅游商品专营区评定标准》(附件 11)。申请新区旅游商品专营店(区)须同时满足以下条件:

(1) 旅游商品专营店经营面积不低于 500 平方米,旅游商品专营区经营面积不低于 20 平方米;

(2) 旅游商品专营店(区)内经营的新区旅游商品种类占全部新区旅游商品种类的 50%以上;

(3) 申报旅游商品专营店(区)按照评定标准需达 90 分以上;

(4) 使用国家税务部门增值税发票税控开票系统,且旅游商品销售增值税发票需分类开具,标明单价和数量。

12.6 旅游商品专营店(区)实行统一品牌标识、动态监管,建立专营店(区)监督机制,实行季度检查考核,对考核一次不合格的限期整改,对一个年度内考核两次不合格的取消其旅游商品专营店(区)资格。

12.7 加强与区内各类旅游大专院校联系与合作,通过短期培训、实习锻炼、定点就业等多种方式解决我区旅游商品人才匮乏的问题。

积极组织旅游商品创作和生产企业参加具有较大国内外影响的旅游商品展会和设计大赛,提高商品知名度。

积极构建立体营销网络,鼓励旅游商品生产和销售企业与度假服务平台、淘宝网、京东商城、唯品会等大型网上购物网站和

微信平台合作开设黄岛旅游商品旗舰店、专卖店和微店，开展网上销售。

第十三条 探索创新旅游景区经营管理模式

13.1 支持区内**3A**级及以上收费旅游景区通过收购兼并、跨界融合做大做强。鼓励景区所有权、经营权、管理权分离，引进专业运营团队，提升经营管理水平。对于新引进国内知名运营团队或本土其他景区运营团队，实现业绩增长的，由区旅游部门组织专家评审，通过景区年度营业收入增长额、景区年度营业收入增幅、景区服务质量**3**项指标（按**5: 3: 2**比重）进行评选，每年评选**2**个成功案例，按照年度内新增营业收入的**20%**予以一次性奖励，单个案例最高奖励不超过**100**万元（合作双方各占**50%**）。

实现业绩增长是指景区申报奖励年度营业收入比上年度营业收入有较大幅度增长。

13.2 景区运营团队需有运营国家**4A**级及以上旅游景区的成功案例，团队核心负责人应有运营**4A**级及以上旅游景区**3**年以上工作经验。

第十四条 重视旅游人才培育

对接国家“旅游业青年专家”培养计划，将旅游领域人才纳入省、市领军和拔尖人才培养工程。加强景区运营、市场营销、酒店管理等紧缺专业型人才的培养和引进。鼓励旅游饭店采用补贴员工在职学历教育提升的方式提高员工素质。推行区旅游部门

与院校师资、企业互相挂职锻炼。支持驻地高校及职业学校加强旅游学科专业建设和理论研究，鼓励开展校企联办、订单培养、人才互聘、实习实训、就业奖励等多种形式的人才培养合作。

第十五条 推进餐饮住宿业优化结构

15.1 鼓励旅游企业优先使用节能、环保装配式绿色建筑；鼓励发展大体量（**500**间客房以上）、大众化的团队接待设施。组织专家进行评选，每年评选不超过**2**家，每家给予**100**万元的一次性奖励。

15.2 大众化团队接待设施是指客房总量在**500**间以上，设施设备符合国家安全、消防、卫生、环保的规定要求，具备住宿、餐饮、停车等接待功能；客房价格合理，运行秩序良好，客房年平均出租率不低于**30%**，以接待旅游团队、会议会展团队、影视剧组等大型团队为主的饭店设施。

第十六条 推进旅行社提质增效

16.1 吸引全国百强旅行社、境内外知名旅行社到新区设立分支机构、子公司；支持国内知名在线旅游平台到新区开设实体店；支持旅行社实施合并、重组，实现规模化经营。探索通过政府适当补贴旅游保险的方式，降低旅行社经营风险，提高市民出游安全保障。鼓励旅行社创新发展模式，推出滨海度假、乡村休闲等精品线路，推行“定制化、管家式”服务，促进旅行社做大做强，对在新区纳税并且营业收入首次超过**5000**万元和**1**亿元的旅行社，一次性分别奖励**50**万元和**100**万元。

16.2 在线旅游平台是指证件齐全(工商营业执照、税务登记证、组织机构代码证、社会保险登记证、统计登记证或“五证合一”证、旅行社业务经营许可证、电信与信息服务业务经营许可证、增值电信业务经营许可证等),完成经营性网站备案,并符合《旅行社产品第三方网络交易平台经营和服务要求》的旅行社。其中,工商营业执照中经营范围应包含与旅游相关互联网业务,并具有中国互联网协会信用评价中心颁发的AAA级企业信用评级证书。

16.3 申请营业收入奖励的旅行社需在新区注册登记、全额纳税并且纳入国家统计局联网直报系统。

16.4 营业收入是指旅行社主营业务产生的纳税营业收入和其他业务收入中飞机票、火车票、租车、租房等代理订购业务实际产生的利润额。营业收入中不包括关联公司(如总公司与分公司、子公司)之间代收款项转账的营业额。

第二章 奖励资金兑现程序

第一条 奖励资金年终申报认定遵照以下程序:

1.1 2018年1月20日、2019年1月20日、2020年1月20日前,分别提出上一年度奖励资金申请,同时提报相应材料。奖励资金申请表、民宿认定申请表等表格从黄岛旅游政务网下载;

1.2 区旅游部门受理申请后,委托第三方审计机构进行审

计；

1.3 区旅游部门会同区财政部门对第三方审计机构出具的审计报告进行复审；

1.4 区旅游部门将复审后的企业获得奖励资金情况在黄岛旅游政务网上进行公示，公示期为一周；

1.5 公示期结束后，区旅游部门将奖励资金申请报区政府研究批准。区政府批准后，区财政部门按规定程序办理资金拨付。

1.6 企业奖励扶持资金的发放原则上按照《青岛市黄岛区企业奖励扶持资金管理办法》（青西新管发〔2016〕53号）执行。

第二条 符合奖励资金申请条件的企业，年终申报奖励资金时需提报以下材料：工商营业执照、税务登记证、组织机构代码证、社会保险登记证、统计登记证或“五证合一”证、增值税纳税申报表、电子缴税付款凭证等相关资料。

此外，海上旅游营运设施购置费补贴还需提供设施质量合格证、购买合同、购买发票；

特色美食街和休闲街区经营业户根据经营范围还需提供卫生许可证、食品经营许可证、消防安全检查合格证、特种行业许可证等与经营范围相关的证件；

特色美食专营店和专营区还需提供增值税发票税控开票系统数据、进货增值税发票和证明材料；

旅游商品生产企业、旅游商品专营店和专营区还需提供增值税发票税控开票系统数据。

第三条 申请奖励资金的企业需事先向区旅游部门提交相关书面材料，区旅游部门建立工作台账，不定期对项目进行实地查看和监督。

第四条 按营业额考核进行核算奖励资金的项目均采用月（季）度上报经营情况和年终申报的方式进行。

月度上报：申请奖励资金的企业每月（季）**20**日前向区旅游部门报送上月（季）增值税纳税申报表、电子缴税付款凭证、月（季）财务报表，其中特色民宿还需提报公安部门旅馆业治安管理信息系统数据；特色美食专营店和专营区还需提报本店特色美食的点菜系统数据、会计核算数据、在线销售平台数据、增值税发票税控开票系统数据、进货增值税发票复印件；旅游商品生产企业、旅游商品专营店和专营区还需提报增值税发票税控开票系统数据、进货增值税发票复印件；街区运营企业还需提报街区所有业户的增值税纳税发票复印件等证明材料。

大众化团队接待设施还需提报公安部门旅馆业治安管理信息系统数据。

年终申报：在规定时间内向区旅游部门提报相应材料。

第五条 本细则中“第一年度”或“首年度”是指企业申报奖励资金的当年度。年度是指每年**1月1日至12月31日**。

第六条 景区营业收入是指景区增值税纳税申报表中的营业收入，包括景区门票收入、停车费收入、内部交通收入、餐饮住宿收入、商品销售收入、租赁收入等。

第三章 附 则

第一条 对申报资料弄虚作假等恶意骗取财政资金的企业，将在行业内通报批评并记入诚信档案，取消一切奖励资格；对已发放的奖励资金依法予以收回，并依照国务院《财政违法行为处罚处分条例》进行处罚，构成犯罪的依法移送司法机关追究刑事责任。

第二条 对存在较大安全隐患没有及时进行整改或者全年发生重大安全责任事故一次或重大旅游服务质量投诉事件两件以上（含两件）的企业，取消其当年奖励资格。

纳入《关于加强旅游区服务质量监督考核的实施意见》（青西新管办发〔2016〕36号）考核范围内的企业，年度考核不合格的，取消其当年奖励资格。

第三条 本细则在实际操作过程中将根据实际情况进行微调和修正；本细则如遇上级政策调整，则以上级政策为准。

第四条 本细则由区旅游部门会同牵头责任部门负责解释并实施。

第五条 本细则自2017年1月1日起施行，有效期至2019年12月31日。

附件：

1. 海洋旅游业态创新评定标准
2. 特色美食街和休闲街区评定标准

3. 常态化演艺产品评选标准
4. 度假旅游目的地旅游产品菜单
5. 青岛西海岸新区“十大旅游名村”品牌评选标准
6. 特色民宿申请认定程序及评定标准
7. 青岛西海岸新区旅游厕所 A 级评定标准
8. 重点景区生态停车场建设标准
9. 特色美食专营店评定标准
10. 旅游商品专营店评定标准
11. 旅游商品专营区评定标准

附件 1

海洋旅游业态创新评定标准

1 定性标准（100 分）

1.1 创新性（60 分）。不同于现有的任何业态，通过重新组合海洋旅游资源和要素、改造提升原有业态、整合多种业态功能等方式创造出的新型海洋旅游产品，如邮轮旅游、海洋牧场旅游、海洋度假主题旅游等。

应达效果：符合海洋旅游发展趋势，在投入运营时应能填补新区乃至青岛市空白，引领行业发展，对新区建设滨海度假目的地具有重要意义。

1.2 节点性（10 分）。符合新区相关规划，位于新区规划的海洋旅游重点发展区域和节点。

应达效果：能够支撑所在区域成为新区海洋旅游的中心节点或重要节点，并与其他节点串联形成度假旅游产品线路。

1.3 丰富性（10 分）。具备多种类、多层次的旅游产品形式。

应达效果：集多种产品形式于一体的海洋度假旅游综合体，可提供吃、住、行、游、购、娱等一站式服务。

1.4 国际性（10 分）。建设和运营均为国际一流水准。

应达效果：项目建成后能成为新区国际化的标志和窗口。

1.5 关联性（10分）。与其他产业关联性强。

应达效果：积极与海洋高科技、海洋生物医药、海洋科考、海洋渔业等产业融合，成为复合型产业。

2 定量标准（100分）

项目规模（占地面积、建筑面积、用海面积等）、总投资额、年接待游客人次、年营业收入、就业人员数量五项指标各占 20 分。指标最高者得满分，其余按比例折算计分。

3 加分标准

获得国家级、省级、市级、区级的表彰奖励，每有一项分别加 4 分、3 分、2 分、1 分；被国家级、省级、市级、区级媒体宣传报道，每有一项分别加 4 分、3 分、2 分、1 分。

附件 2

特色美食街和休闲街区评定标准

特色美食街和休闲街区标准最高得分为 **1000** 分，评审得分在 **600** 分以上，可被评为特色美食街或休闲街区。从被评选为特色美食街和休闲街区的两类街区中各择优选择不超过 **5** 个街区（即两类总计不超过 **10** 个）进行奖励。

1 基础设施（**220** 分）

1.1 街区内的业户应按规定办理相关证照，包括工商注册登记证、税务登记证、卫生许可证、消防检查意见书、组织机构代码证等，依法持证经营。

1.2 特色美食街长度应在 **100** 米以上，店铺数量 **30** 家以上，餐饮店铺数量或经营场所营业面积应达到该街区总店铺数量或经营场所营业总面积的 **70%** 以上。

休闲街区包括商业街和专业市场两类。商业街长度应在 **100** 米以上，店铺数量 **30** 家以上；专业市场营业面积应在 **1500** 平方米以上。

1.3 交通设施完备，**500** 米范围内设有公交站点，有公交车直接通达，交通便捷，进出方便。

1.4 停车场配置合理，游客停车方便。

1.5 设置与营业场所面积和游客流量相适应的厕所。

1.6 设有无障碍通道等。

1.7 附近有银行网点或 ATM 柜员机，可提供 24 小时自助银行服务。

1.8 设有监控系统和公共广播系统。

1.9 设有可提供小吃、快餐、休闲、娱乐等活动的场所。

1.10 旅游旺季有夜间营业的商铺。

2 环境特色（140 分）

2.1 设置公共休息区域，装修风格有艺术感和文化气息；环境舒适，空气清新，室内营业场所设有空调。

2.2 建筑风格应与其自身的功能定位、环境特色相协调。

2.3 户外广告、灯饰应符合新区户外广告设置管理规定，具有特色，宜使用节能灯具。

2.4 橱窗及各种商业展示布置创意独特，具有较强的艺术性。

2.5 具有独特的文化氛围，商业、文化、旅游能够良性互动。

2.6 有销售当地特色产品的店铺。

2.7 设置具有地方特色的手工艺品作坊或旅游商品销售区。

3 服务设施（90 分）

3.1 设置醒目的导览图或全景图。

3.2 设置咨询服务中心，为游客提供小件行李寄存等便利性服务。

3.3 设有客服人员提供导购服务和指引。

3.4 设有旅游宣传设施或提供当地旅游宣传资料。

3.5 指示标识牌符合《GB/T 10001.1 公共信息图形符号通用符号》、《GB/T 10001.2 公共信息图形符号旅游休闲符号》的要求。

4 诚信经营（120分）

4.1 不得经营假冒伪劣商品，无囤积兜售行为。

4.2 规范价格标签管理，所有商品和有偿服务应明码标价。

4.3 提供符合国家规定的售后服务。

5 服务（70分）

5.1 从业人员着装规范整洁，仪容仪表端庄大方。

5.2 语言文明，礼貌热情，尊重客人的宗教信仰与风俗习惯。

5.3 为游客提供订购和邮寄托运服务。

5.4 能为特定人群（老年人、儿童、残疾人等）提供特殊服务。

6 管理（100分）

6.1 建立管理机构，制度完善，管理规范。

6.2 加强从业人员的业务知识和技能培训。

6.3 建立并完善游客投诉处理机制。在醒目位置设有投诉

电话号码，并及时处理游客投诉。

6.4 定期开展游客满意度调查。改善服务质量，提高满意度。

6.5 有形象标志和旅游宣传口号。设立专门网页，开展网络宣传营销。

7 卫生（90分）

7.1 街区卫生符合新区文化娱乐场所卫生标准的要求，街区内餐饮场所卫生符合新区饭馆（餐厅）卫生标准的要求。

7.2 卫生责任制度和卫生检查制度健全。

7.3 环境整洁，无杂物，无积水，无乱堆乱放现象。

7.4 垃圾箱（桶）完好，分类设置，标识明显，垃圾及时清理。

7.5 公共卫生间符合城市公共厕所卫生标准要求，布局合理，标识醒目。卫生间设施完好、整洁、无异味。男女厕位比例合理。

8 安全（100分）

8.1 遵守《山东省公共场所消防安全管理办法》的规定；消防及安全管理制度健全，建立安全事故处理预案及应急救援机制。

8.2 消防、防盗、救护等设备齐全、完好、有效。

8.3 配有保安人员，维护街区秩序。

8.4 出入口方便游客集散，紧急出口标志明显、畅通无阻。

9 加分项（70分）

9.1 设立相关主题的博物馆、展览馆、体验馆等，展示文化特色。

9.2 开展夜间活动。根据地方特色、节假日等开展丰富多彩的常态化夜间活动。

9.3 已形成主题商业街。

9.4 有国际、国内知名商业品牌入驻。

9.5 街区内店铺获得区级及以上政府认定的荣誉称号。

常态化演艺产品评选标准

常态化演艺产品总分 100 分，其中基础部分分值占比 40%，演艺水平部分分值占比 60%，按照基础及演艺部分得分乘以相应折算比例核算最终总分。

1 基础部分（100 分）

1.1 基础要求（40 分）

1.1.1 演艺的内容文明，尊重观众的宗教信仰和风俗习惯，演员在演出中举止文明、落落大方，现场服务人员注重礼仪、文明服务，引导游客遵守秩序，文明欣赏节目。

1.1.2 演艺主题体现文化特色，避免粗制滥造、重复抄袭，布景与所在旅游景区的景观环境相协调。

1.1.3 演艺单位遵循低碳环保的理念，策划和制作演出节目。

1.1.4 定期开展演艺活动的安全检查，对演艺场所消防、防恐、防爆、紧急疏散等安全防范工作做好充足准备，并建立台账制度。

1.1.5 做好演艺场所观众容量的控制，最大承载量符合 LB/T 034 行业标准的要求，做好对设施设备和演出流程的监管，保证演出活动的安全有序。

1.1.6 建立完善的安全保卫工作制度，配备安保人员维护演出现场秩序，能按照规定及时处理治安纠纷、恐怖袭击等突发事件，严格开展入场的安全检查，禁止观众携带爆炸性、易燃性、腐蚀性、放射性等危险物品入场，配备相应的安检设备。

1.1.7 建立应急处理组织机构，制定旅游高峰期和特殊情况安全应急预案，应急预案应职责明确，程序清晰。演出单位平时应加强应急预案的演练，并根据演练情况完善预案内容。

1.1.8 演职人员熟练掌握停电、火灾、设备故障、演员受伤等事故的应急处理，保证安全有序的进行，建立应急处理台账，对事故处置效果进行评估，并进一步完善应急预案内容与措施。

1.2 演艺基本要求（20分）

1.2.1 节目的类型多样化，主题充分挖掘当地历史、人文资源，传承文化遗产，演出场所设计与景区自然风光、建筑特色融合，并创新形成新的景观。

1.2.2 演员的使用符合剧情演出的需要，主要演员取得相应的专业技术等级证书，演员上岗前进行演出流程、演出内容的培训，熟悉演出的场地、角色和剧本。

1.2.3 设有演艺区域、观众席、停车场、售检票、消防安全、环卫等设施，建有公共休闲、购物等服务设施，服务设施的容量应根据单场观众人数进行配置。

1.2.4 配套必要的舞美、灯光、音箱或其他演出设施设备，根据演出内容，围绕演出节目主题制作必要的演出服装和道具，

款式、色彩能够有效烘托演出效果。

1.3 服务要求（20分）

1.3.1 演出经营单位配备足够的服务人员，具备良好的职业道德和服务意识，对需要帮助的观众，及时主动的给与援助，为观众提供现场服务。

1.3.2 上岗前接受岗位培训，熟悉相关法律、法规、制度和规范，熟练掌握专业知识和服务技能。着装统一、仪表仪容整洁，并佩戴能够明显辨识的工牌或工卡。熟练各类应急处置、投诉处理程序。

1.3.3 设立专门的投诉处理部门和场所，配备投诉处理人员。

投诉处理场所有明显的标志标识，公开投诉电话，设立意见簿、意见箱等设施。

1.3.4 制定科学合理的投诉处理流程，加强培训，提高投诉处理时效，投诉处理人详细记录投诉处理台账，评估处理效果。

1.3.5 演出单位制定规范的医疗急救措施和制度，演出单位配备相应的医护人员和必要的药品、医疗器械，对演职人员、观众突发疾病或轻微外伤者进行紧急救援。

1.4 管理要求（20分）

1.4.1 根据演艺节目内容、主题和场所大小，合理设置观众的最大容量，严格按照容量控制单场观众人数，以保证观看演出过程中的舒适性和安全性，加强观众现场管理，引导文明观看

演出。

1.4.2 配备足够且经过岗前培训的操作人员，特殊设备操作人员应经过专业培训，取得资格证书后，方可上岗。规范设施设备管理，制定管理制度并严格执行，建立管理台账备查，根据演出特点，制定设备管理应急预案。演出过程中，对机械、灯光、音响、视频等设备进行监管，发生临时事故能及时处置，保证演出质量。

1.4.3 加强环境卫生的管理，配置足够的垃圾桶等环卫设施，环境卫生应符合旅游景区环境卫生要求。演出单位加强演出场所的空气质量，空气质量符合 **GB 3095** 要求。

1.4.4 根据单场观众的人数，配备足够数量的旅游厕所，旅游厕所的质量等级应符合 **GB/T 17775** 和 **GB/T 18973** 要求。

2 演艺水平部分（100分）

2.1 演出形式与内容富有创意、设计新颖、具备创作高度、符合大众需求。（40分）

2.2 演出水平高，节目的节奏性把控与艺术性较强，具备强烈的感染力和吸引力。（40分）

2.3 演出舞美及环境氛围营造具备高水平。（20分）

度假旅游目的地旅游产品菜单

以打造世界级滨海度假旅游目的地为目标，按照世界标准、国际眼光、本土特色，面向未来、突出创新，制定本旅游产品菜单目录，指导新区旅游产品高品质开发和可持续发展。

1 海洋旅游产品

1.1 帆船帆板、游艇、摩托艇、水上滑翔、滑水、动力伞、沙滩运动等海洋休闲体育运动

1.2 海洋度假综合体

1.3 邮轮游艇旅游

1.4 海洋公园

1.5 海岛休闲度假产品

1.6 休闲海钓（海洋牧场）

1.7 海洋科普教育基地或主题公园

1.8 海上观光、餐饮、娱乐、演艺、婚庆、会议等海上旅游产品

1.9 海洋休闲品牌节会

2 乡村旅游产品

2.1 乡村度假综合体

2.2 休闲农场（农庄）

2.3 农业生态观光园

2.4 乡村俱乐部

2.5 民俗文化产业基地

3 其他类旅游产品

3.1 影视文化深度体验

3.2 会展旅游综合体

3.3 体育旅游产品

3.4 研学旅行产品

3.5 冰雪类、温泉类、雾凇观赏类等冬季旅游产品

3.6 滑翔翼、直升机、山地自行车、攀岩等特种旅游产品

3.7 汽车（房车）营地、露营基地

3.8 大型室内休闲娱乐体验产品

本目录未列入但实际出现的具有创新性、市场推广良好的产品形态，经专家评审论证后，列入奖励范围。

青岛西海岸新区“十大旅游名村”评选标准

1 参评范围

主要从列入新区美丽乡村建设计划且三年内无重大旅游事故、重大投诉事件发生的村庄中评选。产生民宿发展集聚效应的民宿特色村，优先列入评选范围。

2 评选内容

“十大旅游名村”评选总分为 100 分。

2.1 旅游发展规划（10 分）。制定有专门的乡村旅游发展规划，发展定位准确，科学合理，具有鲜明的地方特色；能够深入挖掘本村农业、渔业、山林山岳等资源和民俗文化内涵，操作性、前瞻性和指导性强，具有良好的城乡一体化全域旅游发展前景；严格执行规划，有计划有步骤地实施规划。

2.2 村容环境（15 分）。环境卫生良好，村舍民居整洁、有特色，充分体现地方性、环保性和农村特色，鼓励部分农户可以面向游人开放；村庄绿化美化良好，建有不小于 400 平方米的中心公共绿地；主题文化鲜明，民风淳朴，热情好客。

2.3 旅游设施（20 分）。交通设施完善，道路状况良好，进出便捷，建设生态环保、与乡村景观相协调的游步道等特色道路体系和专用停车场；在主干线、支线和村庄出入口有醒目的村庄或景点指示牌。因地制宜建设住宿接待设施，鼓励发展乡村民

宿等特色住宿接待设施。建设与乡村整体环境相协调的餐饮设施，能提供当地特色菜肴。设有游客接待中心，接待制度健全，且设有面向公众的旅游咨询电话和投诉电话，处理及时有效。购物场所布局合理、与环境协调，购物摊点证照齐全，管理有序。旅游商品种类丰富，且有数量充足的自产农副产品，有乡村民俗文化特色。村庄及景点内有明显的导引和介绍标识。

2.4 旅游产业发展（15分）。深入挖掘传统文化、民风民俗，开发手工技艺、传统饮食、民俗文化、传统医药等体验性、参与性强的特色旅游产品；民宿、农家乐、主题采摘园、农业观光园、养殖场、家庭农场、特色旅游商店等面向游客开放；能开展庙会、采摘节、拉网节、美食节、冰雪节、灯会、秧歌等特色多样的活动项目，有较强的地方性和参与性，能充分体现当地农业、渔业和乡村特色。

2.5 旅游安全（10分）。设有安全保护机构，职责分工明确，有切实可行的旅游安全应急预案。防火、防水、防自然灾害等安全设施设备齐全，设置合理，完好，有效，无隐患。定期开展旅游安全教育活动。危险地带的安全防护设施，安全警示明显。制定有定期和不定期的安全检查、预演、监督和及时报告制度。现场检查无安全隐患。

2.6 旅游服务（20分）。工作人员统一着装，佩戴身份标识。服务人员业务熟练，服务规范，积极主动，热情大方。提供导游、解说服务，导游词或解说词规范、科学。设有服务质量监督部门，主动接受游客监督，对外公布质量投诉监督电话。设意见（卡、

箱)，定期收集分析游客意见，进行相应服务改进。设有面向公众的投诉电话，投诉处理制度健全。通过综合暗访等形式，开展游客满意度调查。

2.7 可持续发展（10分）。旅游项目的开发建设以不破坏生态环境平衡为前提，主要旅游点内没有严重破坏环境或游览氛围的设施、设备、材料。对古村落、古建筑、古文物、古树名木、古遗迹、古祠堂等物质文化遗产进行修复保护并合理开发，挖掘民间民族表演艺术、传统戏剧曲艺、传统手工技艺、传统医药、民族服饰、民俗活动、农业文化、渔业文化等乡村非物质文化遗产进行传承和保护并合理开发。在鼓励乡村旅游发展、引进资源平台、扶持特色产品等方面，有新举措、有成效。管理机构健全、职责分明、人员到位。制定长期培训计划，定期和不定期地开展乡村旅游的普适性培训。对龙头产品的相关企业的管理人员、技术人员开展有效的培训，提高管理和技术水平。充分体现旅游富民原则，具有良好的市场前景，形成了自我监督、自我发展的良性体制机制，发展后劲强。

2.8 附加分项

2.8.1 获得国家级、省级、市级生态文明乡村（美丽乡村），旅游示范点等称号或建设经验得到国家、省、市的总结推广或作为乡村旅游建设现场会现场，并较好的完成组织工作。国家级加10分，省级加5分，市级加3分。此项最高不超过10分。

2.8.2 举办重大节庆、赛事等活动，对新区旅游业具有显著拉动作用和综合效应，得到国家、省、市等主流媒体的关注。

国内有影响力的加 10 分，省内有影响力的加 5 分，市内有影响力的加 3 分。该项加满 10 分为止。

2.8.3 乡村中有与旅游相关联的种养大户、家庭农场、农业观光园、主题采摘园区、专业合作社、龙头企业等新型经营主体，产值达到 100 万元(含 100 万)以上且运行良好。有 1 项加 5 分，加满 15 分为止。

2.8.4 对产生特色民宿发展集聚效应的村庄，每个村特色民宿客房间数达到 80 间(含)以上的加 15 分，50 间(含)以上的加 10 分，30 间(含)以上的加 5 分，20 间(含)以上的加 2 分，20 间以下不加分。此项最高不超过 15 分。

3 评选结果

“十大旅游名村”采用行政村(含农村社区)申报，镇街推荐，区旅游部门组织评审的方式产生。“十大旅游名村”最低得分应在 70 分(含 70 分)以上，每年评选最高限额为 10 个；遴选出的 10 个村，根据建设情况分别授予“旅游名村——培育村”、

“旅游名村——特色村”、“旅游名村——精品村”称号；其中：精品村得分应 90 分以上(含 90 分)；特色村得分应 80 分(含 80 分)—89 分；培育村得分应 70 分(含 70 分)—79 分。“培育村”、“特色村”可以在下一年度继续申报高级别称号，但奖金将不再重复享受。

特色民宿申请认定程序及评定标准

1 认定申报

由区特色民宿发展领导小组办公室每年组织两次特色民宿认定工作，民宿合法经营满一年即可申请认定。由各镇街组织行政管辖区域内民宿进行特色民宿认定申报。统一向区特色民宿发展领导小组办公室提交签署镇街意见的《西海岸新区特色民宿认定申请表》及营业执照原件、复印件等其他相关证明材料，由区特色民宿发展领导小组办公室负责审核。

2 专家评分

由区特色民宿发展领导小组办公室组织专家组，对申报单位进行现场评分。总分值为 100 分，其中基本项目分值为 60 分，特色项目分值为 40 分。

2.1 基本项目（总分 60 分）

2.1.1 公共区域（10 分）

包括总体环境、设计风格、区域功能、公共设施等方面。设有公共交流区并艺术布置，能提供接待、结账、电话、网上预订、无线网络等服务；公共卫生间舒适卫生；功能照明、氛围照明效果较好。

2.1.2 客房（30 分）

包括客房设计装饰协调性，设备设施配备品质、舒适性，卫生整洁、安全保障、安全管理、操作规范等方面。客房布置及装饰美观舒适、卫生整洁；基本生活用品、照明等设备设施齐备，兼具功能与品质；鼓励提高带阳台户型客房比例；有防盗、消防等安全管理设备及措施，确保入住安全。

2.1.3 餐饮（20分）

包括用餐环境、氛围，菜品品种、质量、营养与安全卫生、操作规范等方面。餐饮兼顾菜品营养与安全卫生。能提供免费早餐，并注重品种、质量及营养；有厨房区域，并配备相应的消毒、食品保存设备设施，确保食品卫生。

2.2 特色项目（总分40分）

申报项目的整体设计与实施、主题文化、经营服务等方面应富有创意与特色。包括突出创意性设计、主题文化鲜明、建筑风貌与周边环境协调性；改造设计就地取材、低碳环保；细节服务、品质服务和特色服务；特色的午晚餐；设有酒吧或茶室等；民宿主人能深入了解本地文化，亲自服务，乐于向旅客推广当地旅游景点、民俗文化、民宿文化主题等，并根据需要为客人提供行程规划；通过自营或合作设有参与度高的农林牧渔相关的乡村劳作体验或果蔬采摘活动等。

特色民宿专家评分=基本项目平均得分+特色项目平均得分，总达标分为**60**分，且需基本项目平均得分**40**分及以上、特色项目平均得分**20**分及以上。

3 游客满意度调查

主要参考投诉受理、网络点评、问卷调查三项内容。其中，投诉受理情况以区投诉统一受理平台以及区旅游部门的相关投诉统计信息为依据；网络点评以西海岸度假服务平台相关点评信息为依据；问卷调查以区特色民宿发展领导小组办公室组织开展的多种形式的问卷调查结果为依据；其他渠道取得的游客满意度反馈也可作为依据。

4 评议认定

由区特色民宿发展领导小组办公室组织召开评议认定会，以专家评分情况、游客满意度调查情况为主要评议依据开展最终评议。通过评议认定的由区特色民宿发展领导小组办公室授予“特色民宿”牌匾。

附件 7

青岛西海岸新区旅游厕所 A 级评定标准

新区旅游厕所 A 级评定标准满分为 1000 分，实际检查评分达到 600 分（含）以上评定为 A 级，800 分（含）以上评定为 AA 级，900 分（含）以上评定为 AAA 级。

序号	评定项目	计分方法与说明	大项分值栏	小项分值栏	自检单位记分栏	初评单位记分栏	评定单位记分栏
1	建设						
1.1	建筑		90				
1.1.1	建筑材料	主体材料及装饰材料应选用环保建筑材料，宜根据地区特点就地取材，防火性能应符合 GB50016 要求。		10			
1.1.2	建筑面积	不小于 80 平方米，21-30 分； 不小于 60 平方米，11-20 分； 根据人流量设定，1-10 分。		30			
1.1.3	建筑高度	独立式厕所不低于 3.2 米，附属式厕所按建筑层高，21-30 分； 独立式厕所不低于 3.0 米，附属式厕所按建筑层高，11-20 分； 公共空间高度不低于 2.5 米，厕位间的净高不低于 1.9 米，1-10 分。		30			
1.1.4	外观	与周边环境和建筑相协调，并注意定期维护、清洁建筑外表。		10			
1.1.5	厕所入口设计	注意隐私保护，设计形式符合当地气候特色； 厕所大门材质坚固耐用，防夹手。		10			
1.2	装修		75				

1.2.1	室内顶棚	选用防潮、防腐、易清洁材料，并保持整洁、干净、无破损。		10			
1.2.2	内墙面	厕所间、洗手间内墙面应选用防水、防火、易清洁材料，并保持整洁、干净、无破损。		10			
1.2.3	室内地面	地面铺装前应做防水，装饰面应采用防滑、防渗、防腐材料，并合理设置防腐水封地漏，保持地面整洁、干净、无破损、无积水。		15			
1.2.4	室内管线	室内所有水、电、暖通等管线宜暗装； 给水、排水及采暖管路的布置与安装应符合 GB50242《建筑给排水及采暖工程施工质量验收规范》的要求； 进户前应设水表检查井，井内设排空阀门，进户管道内径不小于 50mm，北方地区应采取防冻措施； 出户后应设排水检查井，管路材质宜为 PVC，直径不小于 200mm，直径在 160mm 至 200mm 之间酌情减 1—10 分，低于 160mm 减 15 分。		40			
1.3	管理间			40			
1.3.1	根据管理、服务需求设计	配置管理人员用的桌子、椅子、开水容器、挂衣设施，并保持整洁有序。		10			
1.3.2	管理间使用面积	不小于 6 平方米，21—30 分； 不小于 5 平方米，11—20 分； 不小于 4 平方米，1—10 分。		30			
1.4	工具间			40			
1.4.1	根据需求设计	配置必要的清洁工具，并保持整洁有序。		10			
1.4.2	工具间使用面积	不小于 1.5 平方米，21—30 分； 不小于 1.2 平方米，11—20 分； 不小于 1 平方米，1—10 分。		30			
1.5	第三卫生间			100			
1.5.1	第三卫生间标志牌	设在入口位置，宜考虑盲人需求。		10			
1.5.2	无障碍设施	应牢固可靠； 设计符合现行标准 GB50763《无障碍设计规范》的规定。		10			
1.5.3	位置设置	靠近厕所入口，方便行动不便者进入，轮椅回转直径不小于 1.5 米。		10			
1.5.4	内部配置	应包括：成人坐便器、儿童坐便器、儿童小便器、成人洗手盆、儿童洗手盆、可折叠多功能台、可折叠儿童安全座椅、挂衣钩、安全抓手和呼叫器；（以上少一项减 5 分） 儿童安全座椅长度不小于 450mm，宽度宜不小于 420mm，高度宜为 500mm，离地高度宜为 300mm； 婴儿台应牢固可靠，功能正常，干净无灰。		60			
1.5.5	使用面积	6.5 平方米及以上，10 分； 6.5 平方米以下酌情减分； 没有不得分。		10			

1.6	厕位		140				
1.6.1	男女厕所设置	男女厕所分别设置； 在男女厕所入口处安装男女厕所标志牌，要求易识别； 规格不小于 300cm² ；		20			
1.6.2	男女厕位比例	男女厕位比例（含男用小便器） 2: 3 ； 男厕在保证大便位需求基础上应多设小便位。		20			
1.6.3	厕位尺寸	蹲坐厕位使用净尺寸应不低于长 1.2m ，宽 0.9m ；厕位内开门的使用净尺寸应不低于长 1.4m ，宽 1.0m ； 小便器间距不小于 0.7m 。		15			
1.6.4	厕位隔断	门锁牢固，可内外开启，宜设有/无人提示装置； 厕位隔断板应选用坚固、防潮、防腐、防烫、易清洁材料，可采用金属隔断板； 隔断板（门）高度 1.8m 以上； 隔断板（门）保持清洁完好无污渍。		20			
1.6.5	坐蹲位	厕位坐蹲位指示牌宜安装在厕位门的中上部醒目位置，规格不小于 60cm² ； 坐蹲位设立比例不小于 1:5 ； 男女厕所分别不应少于一个坐位。		30			
1.6.6	蹲坐便器	蹲坐便器在具备上下水的条件下宜选择陶瓷便器； 应符合 GB6952 《卫生陶瓷》、 GB/T 18092 《免水冲卫生厕所》的要求； 水冲式宜采用感应式或机械式节水型冲洗阀门； 免冲式宜采用自动式或无触摸机械式清理，达到卫生清理效果。		15			
1.6.7	小便器	小便器应采用品牌瓷制半挂式小便器；采用非品牌产品，此项得分酌情减 1—5 分； 站位隔板应选用坚固、防潮、防腐、防烫、易清洁材料，宽不小于 0.45m ，高不小于 0.8m ； 隔板上部宜设搁物板，并保持清洁完好无污渍； 水冲式应采用感应式或机械式节水型冲洗阀门； 免水冲式应处理便捷，易清洗。		20			
1.7	蹲坐便厕位辅助设施			50			
1.7.1	手纸盒	每个厕位内设一个手纸盒。		10			
1.7.2	废弃手纸收集容器	每个厕位内设一个，定期清理，保持整洁。		10			
1.7.3	搁物板	每厕位不少于一个，安装牢固、位置合理；定期消毒。		10			

1.7.4	挂衣钩	每厕位不少于一个，安装牢固、位置合理；定期消毒。		10			
1.7.5	设施配置符合当地民众的信仰、习俗	如伊斯兰教的人如厕用的小净设施。		10			
1.8	洁手设备和面镜		140				
1.8.1	有水型洁手设备	配备品牌洗手盆和龙头，选用非品牌产品，此项得分酌情减1—10分； 要求安装牢固、配置洗手液容器和干手设备； 使用过后随时清洁干净无污渍。		30			
1.8.2	无水型洁手设备	应提供感应式净手设备、消毒纸巾等，确保洁手有效。		20			
1.8.3	男女通用式厕位洁手设备	根据现场条件选择设置洗手池或干式净手器，洁手设备若放在厕位间内，每个厕位都须配置。		10			
1.8.4	洗手盆数量设置	男女厕所宜分别计算，分别设置；符合CJJ 14-2005《城市公共厕所设计标准》。		10			
1.8.5	设置面镜	保持干净无污渍。		10			
1.9	粪便处理	粪便污水进入污水管网或污水处理厂的，化粪池出水口的水质应符合CJ 343-2010《污水排入城镇下水道水质标准》的要求； 粪便污水处理后进入水域的，应满足GB 18918《城镇污水处理厂污染物排放标准》，以天然水为主题景观的区域严禁排入处理后的中水或景观用水； 粪便堆肥处理的，应实现对环境为无害化，处理后的粪便里虫卵、细菌等指标应符合GB 7959-2012《粪便无害化卫生要求》的要求； 污物应输送到法规的处理场所，如果没有符合规范的处理场所应修建； 封闭空间、空气不易流通的空间（如洞穴）排出的气体应经过除臭设备处理，排出气体应满足GB 14554《恶臭污染物排放标准》； 粪便污物需要运送的应保证运送的过程散发的臭味浓度不大于3级，符合GB/T 17217《城市公共厕所卫生标准》的要求。		60			
2	服务						
2.1	外部卫生		25				

2.1.1	厕所入口卫生	入口处道路、台阶无积水、无积雪、结冰，6—10分； 入口处主干道路、台阶无积水、无积雪、结冰，1—5分。		10			
2.1.2	外部环境卫生	环境卫生应整洁有序，无垃圾、粪便、污水、杂草等其他杂物，无卫生死角； 厕所外坡道扶手干净无灰尘； 厕所外化粪池、粪井周边场地应无垃圾、粪迹、污水。		15			
2.2	内部卫生		35				
2.2.1	室内整体环境	干净整洁；根据需要布置宣传文明如厕的装饰品。		10			
2.2.2	气味	厕所臭味强度不大于1级，16—25分； 厕所臭味强度不大于2级，1—15分。		25			
2.3	设备状况		110				
2.3.1	大小便位	大小便器完好无损，31—45分； 停用比例不大于5%，停用时间不大于1天，16—30分； 停用比例不大于10%，停用时间不大于2天，1—15分。		45			
2.3.2	附属管件	管路、管件应干净无水渍污迹、无堵塞、无滴漏，冲洗正常。		15			
2.3.3	其他配件设施	干净牢固，完好无损，定期消毒，有故障立即维修，21—30分； 停用比例不大于10%，停用时间不大于2天，11—20分； 停用比例不大于20%，停用时间不大于3天，1—10分。		30			
2.3.4	耗材充足	如卫生纸、清洁液、消毒剂等； 厕所内手纸盒、纸巾盒、坐垫纸盒应定期检查，保证盒内不缺纸。		20			
2.4	标识		40				
2.4.1	标识牌	应采用标准图案，内容易识别，中英文对照，材质防腐、防眩光，安装位置醒目，干净无掉漆、生锈、残损。		10			
2.4.2	指向牌	应指向准确，标明指向牌与厕所的间距米数。景区重要节点处宜标明厕所的分布位置，有条件的景区可以建立网络导视系统；		10			
2.4.3	建筑外标识牌	安装在厕所外立面醒目位置，与厕所风格一致，如果厕所夜间开放，应可识别。		10			
2.4.4	宣传牌	厕所公共区域应有文明如厕宣传牌，要求文字规范，宣传内容通俗易懂，中英文对照，安装位置醒目。		10			
3	管理						
3.1	环境		40				

3.1.1	通风	满足 CJJ 14-2005 《城市公共厕所设计标准》，确保厕所换气次数在 5 次/小时以上，应优先采用自然排风，强制排风设备的位置设计合理；排风除味设施应定期清理维护、无故障。		15			
3.1.2	采光	厕所建筑通风、采光面积之和与地面面积比不宜小于 1:8；窗体应整洁干净无破损无污迹。		10			
3.1.3	照明	符合《建筑照明设计标准》GB 50034-2013 的要求；选用节能灯具，夜间灯光可使用时间与厕所开放时间一致； 应急照明设施定期检查，工作正常； 室内照度不低于 100lx，照度在 75lx 至 100lx 之间酌情减 1—5 分，低于 75lx 减 10 分。		15			
3.2	运营		75				
3.2.1	收费情况	免费开放。		10			
3.2.2	开放时间	与所在场所经营开放时间相一致或更长。		10			
3.2.3	应急措施	当如厕人数短时间内聚集时，要有应急措施，保证有序如厕。		10			
3.2.4	管理文件与制度	应有厕所竣工档案、设计图纸及相关的验收文件； 应有旅游淡旺季厕所管理预案； 应有粪便处理的方法、验收手续和管理制度，粪便排放应符合法规； 应有明确的厕所编号，标明开放时间、监督电话等内容； 应有岗位职责； 应有卫生监督有检查制度； 应有卫生服务标准，应涵盖厕所内外部件设施，内容应包括清洁频次、清洁方式和清洁程度等； 应有标志牌管理制度。 (以上每有一项得 5 分)		45			
合计				1000			

生态停车场建设标准

生态停车场评分总分为 100 分。

1 规范性（20 分）。停车场建设符合景区发展规划以及国土、林业、水利等相关部门上位规划；以国家规范为指导，规划设计规范合理；建设手续齐全，施工文明安全，竣工验收合格，无重大责任事故发生；管理机构明确，规章制度健全，责任清晰，运转流畅。

2 实用性（30 分）。停车场选址科学，交通便利，与周边环境相协调；建设用地符合土地集约高效利用原则，规模容量与景区需求相适应；功能分区明确，车位设计科学、布局合理，路线流程便捷，符合停车各项规章制度；配套厕所、照明、导向、景区接驳车、管理房等必要设施，以及一定的景观和休闲设施，能基本满足游客需求和管理需要，建筑物风格色彩体现景区文化色彩，与周边环境相协调。

3 环保性（30 分）。停车场生态环境良好，绿化覆盖率高，绿化品种科学，停车场周边及车位之间辟建绿化林带；采用透气性、透水性强的新型生态环保材料和做法，最大程度的减轻对自然环境的破坏，实现可持续发展。

4 安全性（20 分）。停车场的车位及流线设计明晰，进出口设计合理，车辆与行人路线不重复交叉，尽量减少安全隐患；停车场绿化符合行车视线和行车净空要求，保证车位的正常使用，注意避免对停放车辆造成损伤和污染，影响停车位安全。

特色美食专营店评定标准

特色美食专营店评定标准共 100 分，达到 90 分及以上有申请设置特色美食专营店资格。

1 专营店位置（15 分）

新区范围内游客较为集中区域。

2 形象设计（15 分）

2.1 门面装修须与新区特色美食标志的元素和内涵相协调。

2.2 店内设计须与新区美食文化相符合。

2.3 内外装修采用较高档建筑材料，布局合理。

3 店内环境（25 分）

3.1 前厅

3.1.1 有与接待能力相适应的前厅，装修装饰美观别致，在适当位置摆放绿色植物、艺术品。

3.1.2 有介绍餐馆特点、风味的广告宣传牌或宣传品。

3.1.3 有值班经理和引位员，引位员仪表端庄，着装大方。

3.1.4 设有公共休息处，有供宾客使用的沙发或座椅、茶几等，并能提供新区旅游交通图和新区旅游景点介绍等宣传资料。

3.1.5 设有订餐处，提供就餐咨询、预订等服务。

3.2 餐厅

3.2.1 有零点餐厅、小宴会厅和相应的备餐室。

3.2.2 有空调，室温适宜，空气清新，无油烟等异味。

3.2.3 照明良好；有绿色植物和装饰品；配有较高档家具。

3.2.4 可提供不同规格的就餐台面，10人以上圆桌有转台，并有宴会使用的台裙。

3.2.5 菜单制作精美，明码标价，出菜率不低于90%。

3.2.6 餐、茶、酒、咖啡具等款式风格统一协调，并有为宴会服务的较高档餐具。

3.3 菜品

选料讲究、鲜活；刀工精细，制作严谨；有特色风味菜点，口味纯正。

3.4 厨房

3.4.1 墙面满铺瓷砖，用防滑材料满铺地面。

3.4.2 有充足通畅的排烟和排风换气设备，有空调，温度适宜。

3.4.3 厨房整体布局合理。

3.4.4 冷菜间冷气供给充足，并有空气消毒设备。

3.4.5 有充足的清洗、消毒和储存设施设备。

3.4.6 有专门放置临时垃圾的设施并保持其封闭。

3.4.7 各种设备、炊具整洁卫生，摆放合理。

3.4.8 采取有效的消杀蚊蝇、蟑螂和老鼠等虫害措施。

3.5 公共区域

3.5.1 设有与接待能力相适应的停车场。

3.5.2 环境整洁优美，设有规范的公共信息图形符号。

3.5.3 有分设男、女宾客使用的公共卫生间，厕位充足，采用较高档材料装修，有装饰物，卫生洁具等设施设备齐全、有效，通风良好，无异味；配有干手器、洗手液、擦手纸。

3.5.4 有应急照明设备。

3.5.5 消防器材配备合理，所有安全疏散通道和出入口均

设有指示标志，并保持畅通。

4 服务项目（25分）

4.1 为宾客提供与旅游、经营项目有关的咨询服务及宣传品。

4.2 有订餐服务，并提供菜单。

4.3 能用普通话提供服务。

4.4 为残疾人、儿童和老年人提供特殊服务。

4.5 为宾客提供车辆引导及安排出租汽车服务。

5 服务质量要求（20分）

5.1 服务基本原则

5.1.1 对宾客一视同仁，礼貌待客，对宾客热情、周到、礼貌、友好。

5.1.2 诚信无欺，对宾客诚实，公平交易。尊重民族习惯，不损害民族尊严。

5.1.3 遵守国家法律、法规，保护宾客合法权益。

5.2 管理制度要求

有员工手册（内容包括服务理念、行为通则，以及员工奖惩、福利、安全管理制度等）、岗位规范、服务标准等规章制度。

5.3 服务基本要求

服务人员的仪容仪表端庄，佩戴工牌。表情自然亲切，微笑服务。举止文明、主动服务。语言文明礼貌，使用普通话。具有相应的业务知识和技能。

5.4 服务质量保证体系

有受理投诉的人员和投诉的电话，有完整的记录档案，并对宾客提出的意见和建议认真研究，及时改进。

旅游商品专营店评定标准

1 评定项目和要求

1.1 建筑及外部环境（15分）

1.1.1 位置符合新区旅游规划布局要求。

1.1.2 建筑布局合理，内、外装修材料环保。

1.1.3 建筑物上有明显的店名和店徽标识，使用新区旅游商品标志。

1.1.4 设有足够的停车空间。

1.2 经营规模（20分）

1.2.1 营业面积

新区旅游商品专营店营业面积不低于 500 平方米。

1.2.2 新区商品比重

旅游商品专营店（区）内经营的旅游商品种类占全部新区旅游商品种类的 50%以上。

1.3 旅游购物环境（20分）

1.3.1 店内环境

1.3.1.1 店内装修装饰别致，摆放绿色植物花卉和艺术品。

1.3.1.2 照明良好、光线充足。

1.3.1.3 在入口处设置中外文对照的导购图或商店布局

图。

1.3.1.4 有空调，四季温度适宜，空气清新，通风良好。

1.3.1.5 设有公共休息处，并有供游客使用的沙发或坐椅、茶几；提供饮水服务；提供青岛市和本区的旅游交通地图、景点介绍等读物。

1.3.1.6 店内设有公共卫生间，位置合理，方便游客使用并符合 GB/T 17217 的要求。

1.3.1.7 公共区域有明显标志，公共信息标志符合 GB/T 10001.1、GB/T 10001.2 的要求。

1.3.1.8 经营区域实现无线网络覆盖。

1.3.2 安全、卫生要求

1.3.2.1 遵守《山东省公共场所消防安全管理办法》规定；消防及安全管理制度健全，建立安全事故处理预案及应急救援机制；消防、防盗、救护等设备齐全、完好、有效；

1.3.2.2 店内卫生符合 GB 9670 要求。

1.4 旅游商品（10分）

1.4.1 不销售假冒伪劣商品，商品须明码标价。

1.4.2 旅游商品品种、规格丰富多样。

1.4.3 旅游商品陈列合理，购物线路安排合理，方便顾客选购。

1.4.4 所售旅游商品充分体现地域文化特点。

1.4.5 旅游商品具有收藏、纪念、欣赏、馈赠意义和实用

价值。

1.4.6 旅游商品包装有文化特色，采用环保材质，并方便游客携带和运输。

1.5 服务项目（10分）

1.5.1 提供咨询、包装、订货、邮寄、小件物品寄存服务。

1.5.2 可使用银行卡消费，提供正规销售发票。

1.5.3 为残疾人、儿童和老年人等提供特殊服务。

1.6 服务要求（13分）

1.6.1 服务人员

1.6.1.1 礼貌待客，对游客热情适度；对宾客一视同仁，尊重宗教习惯。

1.6.1.2 服务人员端庄、大方；表情自然、和蔼、亲切，微笑服务；服装整洁，佩戴工牌。

1.6.1.3 服务语言文明、礼貌、简明、清晰。

1.6.1.4 服务人员须经过岗前培训，具备相应的业务知识和技能。

1.6.2 业务要求

1.6.2.1 结帐服务快捷准确。

1.6.2.2 经营服饰的设有试衣间和试衣镜。经营金银珠宝首饰等贵重物品的，所售商品须配有法定检测机构出具的检验证书。

1.7 服务质量管理（12分）

1.7.1 管理体系

1.7.1.1 建立健全质量管理制度；严格执行财务管理制度；有预防、检查、督导和改进措施。

1.7.1.2 设置质量管理机构，配备质量管理人员。

1.7.1.3 重视精神文明和企业文化建设，定期开展职业道德教育和业务技能培训，并建立培训档案。

1.7.1.4 利用微信、微博等自媒体进行宣传营销。

1.7.2 受理投诉

1.7.2.1 建立受理投诉制度，配备受理投诉负责人，公布当地旅游部门的投诉电话。

1.7.2.2 对游客提出的问题耐心解释，不推诿、应付，建立完整的记录档案。

1.7.2.3 及时处理游客的投诉，纠正存在的问题，对难以协调解决的投诉及时向上级主管部门反映。

2 评分要求及标准

旅游商品专营店评定标准总分 100 分，审评得分在 90 分及以上，具有申报旅游商品专营店的资格。

旅游商品专营区评定标准

1 评定项目和要求

1.1 专营区位置及规模（20分）

1.1.1 位置

位置符合新区旅游规划布局要求。

1.1.2 营业面积

旅游商品专营区营业面积不低于 20 平方米。

1.1.3 新区商品比重

旅游商品专营店（区）内经营的新区旅游商品占全部新区旅游商品种类的 50%以上。

1.2 专区购物环境（20分）

1.2.1 专区装饰装修符合新区旅游商品的主题和特色，色调协调。

1.2.2 专营区所依托的场所设有公共卫生间。

1.2.3 有醒目易懂引导标志。

1.2.4 设有公共休憩场地，并设置供顾客使用的座椅。

1.2.5 购物环境整洁、干净、舒适。

1.3 旅游商品（20分）

1.3.1 旅游商品陈列合理，方便顾客选购。商品种类丰富多样，能满足顾客购物的基本需求。

1.3.2 旅游商品的质量有保证，符合商品行业规定标准，有产品合格证或质量认证证书，严禁销售假冒伪劣商品。

1.3.3 使用价格部门统一监制的商品标签，标明名称、产地、价格、等级、规格、生产日期等商品信息，做到明码标价。

1.3.4 旅游商品具有收藏、纪念、欣赏、馈赠意义和实用价值并体现新区特色和地域文化特征。

1.3.5 旅游商品的包装精美，其中食品类产品标识符合 GB 7718 的要求。采用环保材质，方便顾客携带和运输。

1.4 经营管理（20分）

有各种有效的管理制度，如：商品质量管理体系，财务制度，进货检验和保管制度，劳动用工制度等。

1.5 服务管理（20分）

1.5.1 服务人员讲普通话，端庄大方，微笑服务。

1.5.2 服务员着统一工装，佩戴工牌，衣着整洁。

1.5.3 提供商品正规销售增值税纳税发票。

1.5.4 建立受理投诉制度，配备受理投诉负责人，公布当地旅游部门的投诉电话。

2 评分要求及标准

旅游商品专营区评定标准总分 100 分，审评得分在 90 分及以上，具有申报旅游商品专营区的资格。

抄送：区委各部门，区人大常委会办公室，区政协办公室，区纪委办公室，区人武部办公室，区法院，区检察院。

青岛西海岸新区管委办公室

2016年12月28日印发
