

全国旅游市场服务质量提升 典型案例

2023 年 9 月

“6+4”一体化综合监管体系 驱动旅游服务质量监管和提升变革

(北京市文化和旅游局)

一、基本情况

“6+4”一体化综合监管体系是北京市为优化营商环境、提升监管效能，提出的整体政府监管模式。“6”即实施风险监管、信用监管、分级分类监管、协同监管、科技监管、共治监管等六项基本制度。“4”是指在涉及多部门监管的领域，建立一个场景由一个行业主管部门牵头统筹、相关部门共同监管的工作机制，包括“一业一册”即针对一个场景制定综合监管合规手册；“一业一单”即针对一个场景制定执行统一检查单；“一业一查”即对同一类市场主体统筹开展检查；“一业一评”即针对每个场景中市场主体开展“风险+信用”综合评价。

2022年，北京市文化和旅游局按照北京市统一部署，率先在旅游领域实施“6+4”一体化综合监管试点改革，将星级饭店（373家）、旅行社（3230家）、等级景区（219家）、在线旅游平台等业态纳入改革范围，旅游行业监管效能显著提升。

二、主要成效

北京市文化和旅游局通过实施“6+4”一体化综合监管，已

探索建立了“六个手段”的监管新机制，即以内容监管为红线手段、以“双随机”监管和“互联网+监管”为基本手段、以重点监管为补充手段、以现场安全生产监管为底线手段、以“风险+信用”分级分类监管为基础手段，以鼓励创新和规范监管为创新手段，推进文化和旅游行业线上线下、全链条全领域一体化综合监管改革，实现了文化和旅游行业监管“无处不在、有事管住、无事不扰”。

三、主要做法

为推进“6+4”一体化综合监管措施落地落实，北京市文化和旅游局制定了专项工作方案，健全组织架构，明确时间任务，梳理出24项工作措施，确定昌平区为旅游领域改革试点区，同时细化了6项基本监管制度和4项协同监管机制。

（一）建立旅游市场6项基本监管制度

一是建立风险监管制度。制定风险监管工作制度（暂行），结合行业实际，从经营风险、管理风险、服务风险三个维度，建立星级饭店、旅行社、等级景区、在线旅游平台等业态的风险评价指标模型。

二是建立信用监管制度。制定北京市加快推进文化和旅游行业信用体系建设的指导意见、失信信息信用修复与异议处理办法（暂行）、旅行社经营境内旅游业务和入境旅游业务告知承诺制

度实施办法、文化和旅游市场信用管理办法等较为完备信用制度。同时，2018 年始建的文化和旅游行业信用监管平台涵盖了市场主体的基本信息、良好信息、警示信息、违法信息等四类信用信息，为信用监管奠定了良好的基础。

三是建立分级分类监管制度。制定文化和旅游行业“风险+信用”分级分类管理办法（试行），对试点业态的市场主体实施 A 级（低风险、高信用）、B 级（一般风险、较高信用）、C 级（较高风险、一般信用）、D 级（高风险、低信用）四类综合评级，统筹制定分级分类监管标准，实施差异化、精准化监管。

四是建立协同监管制度。制定文化和旅游市场协同监管制度，建立“双随机、一公开”跨部门综合监管机制，统一市、区两级文化和旅游行业检查标准，统筹制定抽查事项清单和年度检查计划。

五是建立科技监管（即智慧监管）制度。建设使用旅游团队电子行程单系统、星级饭店评定与复核业务管理系统、文化和旅游市场行政审批一网通办系统、旅游景区图像和客流量监测平台、文化和旅游行业信用信息监管平台、北京冬奥会和冬残奥会赛事综合保障指挥调度平台等信息化智慧监管平台，逐步提升非现场监管检查比例，全面推进“互联网+”执法检查。

六是建立共治监管制度。初步建立了企业自治、行业自律、

社会监督、政府监管的市场共治监管制度，以市场主体责任促进企业自治、以行业组织作用推进行业自律、以公众监督约束保障社会共治，不断提高市场监管社会化水平。

（二）推进旅游市场 4 项场景化监管措施

一是梳理“一业一册”。整合各业态的监管要求和标准，梳理汇总 187 部法律法规和规章制度，编制星级饭店、旅行社、等级景区、在线旅游平台等业态的合规经营手册，涵盖了市场主体全生命周期中的主要经营行为。手册兼顾规范性和可读性，易懂易用。

二是制定“一业一单”。会同有关部门制定了综合检查单，综合检查单涵盖相关法律法规明文规定的必查项和选查项。监管部门依据市场主体“风险+信用”综合评级确定综合检查单的检查项数，综合评价等级越高，抽查频次越低、选查项数越少，跨部门综合检查不增加检查部门和检查事项。

三是开展“一业一查”。依据综合检查单，对星级饭店、旅行社、等级景区、在线旅游平台等业态进行联合双随机检查，实现对同一市场主体“一次检查、全面体检”，避免了多头执法、重复检查，切实减轻了企业负担。

四是开展“一业一评”。根据“风险+信用”综合评价方案，综合考虑行业特点、规模、区域位置等客观因素，对试点业态每

个市场主体进行 A、B、C、D 四类综合评级，并分别建立了综合评级名单库。

四、工作体会

一是深刻理解行业监管的核心要义，全面落实监管责任、创新监管方式、提高监管效能，不断激发市场活力，帮助行业实现平稳快速发展。二是全面把握行业监管的核心要点，确保行业安全、合规经营与公平竞争、服务质量提升，推动行业高质量发展。三是严格落实行业监管的核心要求，确保政治安全、意识形态安全、文化安全、生产安全、防疫安全、社情舆情安全。

创建“旅游诚信市” 推动旅游服务质量新提升

(黑龙江省文化和旅游厅)

一、基本情况

为推进黑龙江省文化和旅游市场信用体系建设，构建以信用为基础的新型监管机制，黑龙江省文化和旅游厅指导伊春市率先打造“旅游诚信市”，通过完善信用监管制度、推动旅游行业自律、创新开拓信用应用场景、广泛应用“码上诚信”、树立诚信先进典型、丰富创新守信激励措施等，推动旅游服务质量实现新提升。

二、主要成效

“旅游诚信市”为黑龙江省“自主探索、自主创新”的质量提升工作，被评为“全省优化营商环境十佳案例”；以“旅游诚信市”为题材的短片《魅力伊春处处绽放诚信之花》荣获“第四届‘新华信用杯’全国信用应用场景优秀微视频最佳剧情奖”。通过打造“旅游诚信市”，伊春市旅游诚信制度得到进一步健全，跨地区、跨部门信用信息共享机制初步形成，信用承诺、信用核查在旅游领域全面推行，行业自律能力、旅游服务质量明显提升，诚信文化深培厚植，诚信理念深入人心，诚信守约的旅游经营环境和消费环境逐步形成，社会满意度进一步提高。

三、主要做法

（一）完善信用管理机制，夯实基础

伊春市不断完善信用管理机制，为打造“旅游诚信市”奠定了坚实的基础。一是制定旅游行业诚信体系建设实施方案，着力构建以信用为核心的综合监管体系和以服务为核心的质量提升体系，增强旅游业高质量发展的牵引力。二是制定信用监管分级分类制度（试行），全面贯彻落实“信用+监管”，开展市场主体和从业人员信用评价，加强结果应用，实现对守信市场主体“无事不扰”、对失信市场主体“无处不在”的监管模式。三是做好行政处罚信息信用修复工作，激发失信主体守信意愿，保障失信主体的合法权益，弘扬诚信精神，培育信用意识，营造公平诚信的旅游市场环境和社会环境。

（二）推进行业诚信自律，强化承诺

为充分调动市场主体参与打造“旅游诚信市”和旅游服务质量提升的积极性，伊春市推动成立伊春市旅游协会和旅游景区、旅行社、旅游酒店、导游等十个专业分会，指导协会发布《伊春市旅游行业自律公约》，传播诚信经营理念，凝聚诚信发展共识。深入开展旅游市场主体诚信承诺活动，引导 60 家旅游企业主动签订信用承诺书，签署率达 60%以上，进一步推动全市旅游企业增强诚信自律意识、不断提高服务质量。

（三）广泛开展“码上诚信”，加强监督

“码上诚信”，是黑龙江省为推进诚信建设在全省推行的以市场主体统一社会信用代码为基础，运用信息技术归集、展示、识别市场主体公共信用信息和自愿申报信息的个性化信息码。伊春市引导全市旅游市场主体充分认识“码上诚信”的信用信息评价、预警、宣传作用，鼓励全市旅行社、A级景区、星级饭店等旅游企业主动应用“码上诚信”，旅游行业申码赋码率达到70%以上，“市场主体展示信用状况、消费者参与信用评价、政府部门实施信用监管”的工作格局逐步形成。

（四）开拓信用应用场景，营造氛围

探索建立“信易+文旅”新模式，让“信用有价”形成社会共识。制定《伊春市“信易游”“信易阅”活动实施方案（试行）》，按照“自愿申报、信用审核”原则，对特定先进个人群体在旅行社参团、星级饭店居住、图书借阅、A级景区及博物馆游览等方面实施信用激励，营造守信受益、信用有价的浓厚氛围。2022年，“信易游”共为守信个人提供优享服务2500余人次，“信易阅”共为守信个人提供优享服务140余人次。

（五）推进行业诚信自律，共同提升

伊春市以旅游行业为依托，围绕“吃住行游购娱”等配套产业链条，多部门联合组建“旅游信用大联盟”，并开展诚信示范单位评选和“龙江诚信之星”（伊春地区）推选活动，共评选出21家诚信旅游企业、2家“龙江诚信之星”（伊春地区）推荐企

业，激发了行业人员争先创优的良好氛围。

四、工作体会

提升旅游服务质量是推进旅游业供给侧结构性改革、促进旅游消费升级、满足人民群众多层次旅游消费需求的有效举措。伊春市通过打造“诚信旅游市”，一手抓服务质量监管不放松，一手抓优质服务促进不动摇，着眼于贯穿市场主体全生命周期、事前事中事后监管全流程持续发力，让监管更好助力旅游服务全面提升，实现以高质量旅游服务供给引领和创造更多新需求，不断增强广大游客的获得感、幸福感、安全感。

“臻心服务 传递美好”

上海努力打造进博会住宿服务新标杆

(上海市文化和旅游局)

一、基本情况

为进一步提升第五届进博会住宿旅游接待服务标准化、规范化、智慧化、精细化水平，上海市文化和旅游局在巩固深化前四届进博会住宿保障好经验、好做法的基础上，发动本市 946 家进博会接待宾馆酒店以“臻心服务 传递美好”为主题，推动疫情防控、在线预订、办理入住、氛围营造等四项服务举措落实落细，加强行业服务培训和服务质量督查，努力打造住宿服务新标杆，全力助力第五届进博会“越办越好”。

二、主要成效

住宿保障工作是进博会城市服务保障的一项基础工作。上海市文化和旅游局牢牢把握“越办越好”的总要求，深入落实《上海市加强旅游服务质量监管 提升旅游服务质量实施方案》，坚持精益求精做好服务，以更加积极主动的状态，更加务实管用的举措，更加安全可靠的保障，更加精细精准的服务，努力实现疫情防控更精准、在线预订更省心、办理入住更便捷、氛围营造更浓厚，让参展参会人员“宾至如归”。促进参展参会人员体验度、感受度、满意度再提升，推动第五届进博会实现了安全、精彩、

富有成效的预期目标。

三、主要做法

（一）创新特色服务举措

一是强化疫情防控保障。在进博会接待宾馆酒店设置“场所码”“行程卡”“来沪返沪信息填报”扫码提示卡，依托大数据，严格落实测温、“四码”必检、信息登记等常态化疫情防控措施。

二是优化在线预订保障。推进进博会接待宾馆酒店优化在线预订服务，指导携程、美团等在线旅游平台完善预订信息和功能，进一步健全 7*24 小时客服、投诉纠纷快速处置、入住安全提示等工作机制，全面提升在线住宿预订服务水平。

三是实化便捷入住保障。加快数字化转型，搭建文旅数字平台，推动平台与治安系统、大数据系统、酒店管理系统数据互联互通，为进博会接待宾馆酒店生成场馆码，实现手机扫码即可快速完成健康校验、身份核查、信息登记等环节入住登记手续，简化入住流程、提升入住体验。

四是深化展会氛围保障。落实进博文创产品、文旅宣传品以及“上海礼物”进酒店大堂、进宾馆客房，加强进博会氛围营造，让每一位宾客都能感受到进博会的火热氛围和上海都市旅游的独特魅力。

（二）组织各类专项培训

举办宾馆酒店进博会应知应会知识专题培训，推进旅行增值服务，擦亮窗口形象。紧扣酒店餐饮服务、客房服务、前厅服务

等多个环节，压实各区属地责任及企业主体责任，部署开展各类迎进博专题培训，指导 946 家进博会接待宾馆酒店全面优化服务供给、提高服务质量、创建服务品牌、提升服务能级，共组织开展各类迎进博专题培训 5667 班次，涉及 19.65 万余人次。

（三）推动服务明察暗访

委托第三方专业机构，采用明察暗访方式，在全市范围内抽取 100 家进博会接待宾馆酒店开展服务质量监督检查，并对 1500 名住店客人开展服务满意度调查工作，指导进博会接待宾馆酒店做好规范服务操作流程、严格卫生消毒制度、强化消防安全管理等各项工作。以入住登记、礼宾服务、中餐西餐摆台、客房铺床等内容为重点，督导各区做好进博会接待宾馆酒店服务质量监督检查工作，不断夯实专项培训成果。聘任来自酒店、餐饮、文旅新媒体等各个行业领域的 40 名进博会酒店服务质量巡访员，深入 946 家进博会接待宾馆酒店开展服务质量巡访工作，进一步帮助全市进博会接待宾馆酒店精准落实常态化疫情防控措施。

（四）打造个性专属服务

指导和支持锦江、东湖、绿地、首旅如家等酒店集团，结合自身经营实际，提供进博专属菜单、防疫用品礼包、来宾欢迎卡片、交通出行指引、便民服务信息等个性化特色化服务，使进博会中外来宾感受到了更多进博专属服务。

四、工作体会

以服务质量提升作为第五届进博会住宿保障的核心任务，在进博会来宾接待的便利度、体验度、安全度、满意度等方面下功夫、出实招。一是**全面聚焦主题，打响服务品牌**。以“臻心服务传递美好”为主题，强化疫情防控保障，优化在线预订保障，实化便捷入住保障，深化展会氛围保障，高品质打造特色服务，确保进博会“办出水平、办出成效、越办越好”。二是**及时开展培训，提升行业技能**。市区两级联动、线上线下结合、企业协会参与，以规范优质服务为重点，帮助进博会接待宾馆酒店全方位提升前厅、客房、餐饮等服务技能和水平，推进行业职业技能稳步提高。三是**持续强化督查，促进服务优化**。通过服务质量明察暗访方式及巡访等督查，督导进博会接待宾馆酒店落实疫情防控、服务优化、价格管理、公共卫生、安全生产以及垃圾分类、光盘行动等方面各项工作，积极打造“贴心、安心、舒心”服务，推动住宿旅游接待服务再提升。

服务至上 多维考量

精准推进旅游市场服务质量提升

(江苏省文化和旅游厅)

一、基本情况

为全面贯彻习近平总书记关于质量工作、文化和旅游工作重要论述以及对江苏工作重要指示精神，认真落实省委、省政府以及文化和旅游部部署要求，江苏省文化和旅游厅以更好满足人民群众日益增长的美好生活需要为根本目的，把提升旅游服务质量作为旅游业高质量发展的重点领域，推进服务质量监管和服务质量提升相融合、相促进，不断创新优化建立以游客为中心的旅游服务质量评价体系，连续 10 年开展全省游客满意度调查研究工作，为加快推进全省文化和旅游高质量发展发挥了积极作用。

二、主要成效

经过多年实践探索，已形成了系统性、科学性、可操作性的游客满意度评价指标、研究模型和调查方法，旅游服务质量管理体系不断健全，在促进旅游服务质量提升方面取得了显著成效。一是全省游客满意度指数稳步提升。据统计，2014 年至 2023 年全省游客满意度综合指数从 2014 年的 81.68 提升至 2023 年上半年的 83.21 分，人民旅游幸福感、获得感、安全感不断增强。二是为政策制定和行政指导提供了科学依据。引导鼓励企业创造新

场景、研发新产品，促进文旅深度融合发展，满足人民日益增长的文旅产品新需求，与去年同期相比，2023年上半年文旅融合发展满意度指数提升明显，为83.23分。三是助力文旅市场平稳有序。为准确把握并切实解决旅游市场监管中的“短板”问题、严厉精准打击各类违法违规行提供了重要支撑，有利于营造规范、有序、稳定的市场发展环境，2023年上半年诚信旅游服务满意度总体评价得分为81.71分，较去年81.41分有所提升。四是彰显“水韵江苏”独特魅力。增强各级政府、相关部门和文化旅游企事业单位的服务意识，城市整体环境、旅游相关要素、旅游安全保障、文明旅游宣导细分满意度指数不断提升，扩大了“水韵江苏”品牌影响力，助力世界重要旅游目的地建设。

三、主要做法

（一）构建科学精准的指标体系

以“着力推动高质量发展”的更高要求为出发点，不断优化完善指标体系。自2022年起，游客满意度指标体系调整为“城市整体环境、旅游区点质量、旅游相关要素、旅游安全保障、文旅融合发展、智慧旅游建设、文明旅游宣导、诚信旅游服务”8个一级指标，24个二级指标和81个三级指标。

（二）拓展多元实效的评价维度

充分结合全省文旅的最新重点工作要求，持续拓展游客满意度的评价维度。扩展了“城市整体环境”“旅游区点质量”“旅游

安全保障”指标的评价维度，并将“文旅融合发展”“诚信旅游服务”指标纳入评价体系，强调旅游目的地构建全过程，落实旅游服务质量主体责任。

（三）采取综合高效的调查方法

根据受众群体的不同特征，采用“问卷调查+抽样访谈+神秘游客暗访+网络舆情”线上线下相结合的调研方法，2022 年全省游客满意度调查样本总量 38694 份，其中线上问卷 27078 份，线下问卷 11616 份。通过“定量+定性”方式进行综合分析研究，以保证调查数据的准确性以及分析结论的客观性。

（四）设计广泛合理的调研范围

调查范围既要注重覆盖面广，又要关注重点领域和场所。涉及 13 个设区市的重点旅游片区，包括旅游景区、旅游休闲街区、主题公园、乡村旅游区、红色旅游区及旅游集散中心等，同时将着重关注文旅消费集聚区、文博场馆、旅游目的地精品酒店、旅游民宿等重要场所，共计 195 个调研点位。

（五）安排节奏有序的调查时间

基于游客出行新变化，调查时间采用“白天与夜间相结合”“节假日与非节假日相结合”“周末与工作日相结合”“淡季与旺季相结合”“阶段性与持续性相结合”等五种时段相结合的方式，做到每月均可获得数据，尤其能有效获取节假日及旅游高峰的调查数据。

四、工作体会

一是要细心谋划，统筹全局。由于满意度调查研究工作涉及到不同时间、地域和人群，具有较强的系统性和复杂性，精心统筹部署显得尤为重要。江苏省文化和旅游厅指导调研团队制定各阶段、各层级的详细工作方案，明确时间节点、工作方式、任务安排、工作要求、后勤保障，并制定应急处理预案，确保高质量完成调查研究工作。

二是要创新手段，综合评价。随着旅游发展阶段的变化和信息触达方式的革新，调查研究方式更加注重线上与线下、淡季与旺季、城镇与景点相结合，在传统问卷调查的基础上创新了抽样访谈和神秘游客暗访，升级了旅游舆情数据收集平台和技术，并以“定量+定性”的方式进行数据分析。实践证明，这些创新应用取得了良好效果。

三是要把握趋势，优化提升。秉承严谨细致的工作原则，研判优化防疫政策之后旅游市场新变化新特征新趋势，紧密结合最新重点工作要求，不断优化游客满意度调查指标体系，新增了“旅游整体吸引力”“文旅载体”“数字体验”等指标，使其研究成果更有价值。

旅游服务质量“江淮行” 助力行业高质量发展

(安徽省文化和旅游厅)

一、基本情况

“安徽省旅游服务质量江淮行”系列活动由安徽省文化和旅游厅、市场监督管理局、文明办共同主办。自2017年首创以来，系列活动至今已连续举办6届，主要包括遴选旅游服务质量标杆单位、开展服务质量故事演讲大赛、举行江淮行启动仪式、举办旅游服务质量论坛、组织标杆单位进行巡回宣讲等环节。

二、主要成效

六年来，“安徽省旅游服务质量江淮行”系列活动得到了安徽省委省政府及社会各界高度认可，多次被《中国质量报》《中国旅游报》等在头版宣传报道，进一步推动了安徽旅游服务向优质化、品牌化、标准化转变，有力促进了旅游业高质量可持续发展。一是活动成为传播质量发展理念的重要途径。赴各地市宣讲质量管理方法和质量故事、介绍成功经验，累计开展系列活动26场、宣讲交流205次，服务线下企业2000余家、从业人员3000余名，线上观看标杆单位风采超百万人次，在更大范围传播了质量发展理念。二是活动成为推动高质量发展的重要抓手。该系列活动先后被写入《安徽省质量强省建设纲要》和省委省政府《关

于深化文旅融合彰显徽风皖韵加快建设高品质旅游强省的意见》，成为全省服务领域质量提升行动的重要载体，引导旅游企事业单位发展重质量、前进有方向。三是活动成为促进文旅融合的重要方式。持续完善“培育遴选—巡回宣讲—体验改进”体系，不断丰富活动内容，把公共文化场馆纳入标杆单位评选范围，加强相互交流，指导旅游场所不断提升文化内涵、文化场馆不断提升服务质量，推动行业发展实现新跨越。

三、主要做法

一是强化顶层设计、拉高活动标杆、坚持联动形成合力。坚持高位推动，系列活动连续多年被纳入省文化和旅游工作要点、省文明委年度工作要点，开展情况纳入对各市政府质量工作目标绩效考核指标和质量强县考核指标。坚持联合主办，3家主办单位领导定期听取汇报、开展会商，省市县联动，形成工作合力。

二是完善标准和流程，把好“评选”关口，增强标杆“示范性”。出台省级地方标准（《安徽省旅游服务质量标杆单位管理规程》（DB34/T 3386-2019），严格推荐申报、资格审核、专家评审、现场答辩各环节把控，规范评审规程。制定《安徽省旅游服务质量标杆单位遴选评分标准》，每2年修订一次，结合实际进行调整，始终突出标杆单位的导向作用。

三是丰富活动形式，注重宣讲效果，形成共振合力。每年组织标杆单位赴2-3个市及A级景区、星级饭店、广场、社区等开

展质量宣讲和观摩交流，6年实现全省16个市全覆盖。举行服务质量故事演讲大赛，请一线人员分享质量故事，提升宣讲质效，储备宣讲后备人才。面向各市局分管领导和工作人员举办安徽旅游质量发展论坛，邀请专家学者和业内大咖分享理论观点，交流具体做法，促进理念革新。

四是扩大社会参与面，深化参与程度，提升活动影响力。注重旅游服务的体验性，选聘资深媒体人、微博达人等担任“安徽文旅质量体验官”，参加“安徽旅游服务质量江淮行”系列活动，深入标杆单位体验旅游服务质量，积极收集市场声音，听取社会意见。搭建服务质量学习线上平台，设置线上微讲堂、质量征文展示等内容，开展有奖问答、有奖征评，引导更多人为安徽旅游服务质量发展献策。

四、工作体会

一是营造质量发展的浓厚氛围。质量是行业的生命线，提升服务质量是文化和旅游企业发展壮大的必由之路，只有充分调动市场主体、行业组织、社会公众等各方共同参与，建设平台、打造品牌、丰富抓手，才能进一步凝聚共识，形成服务质量提升工作合力。

二是注重发挥标杆示范引领作用。选树行业标杆，有利于市场主体明确目标和差距，能够有效弥补行政部门缺乏强制性手段的不足，充分发挥标杆企业的示范引领作用，有利于推动旅游市

场服务质量整体提升。

三是聚焦行业发展特色。旅游是生活性服务业，旅游服务质量提升活动在标准、流程设置方面既要坚持系统思维，又要聚焦行业特点，只有这样才能使工作举措更具针对性、适用性，形成可复制可推广的经验。

践行“放心游福建”服务承诺 助力福建旅游业高质量发展

(福建省文化和旅游厅)

一、基本情况

福建省委省政府高度重视旅游业发展，积极采取措施推动旅游服务质量提升工作。福建省文化和旅游厅按照加强旅游服务质量监管、提升旅游服务质量的要求，牵头实施“放心游福建”服务承诺，建立健全以“一口受理、快速办结、先行赔付”“放心游福建”为核心的旅游市场综合监管机制，取得显著成效。不断完善《福建省旅游市场受理投诉责任清单》，着力建立横向协同省直16个部门、纵向贯通省市县三级联动联办联合的涉旅投诉处理机制。2022年以来，共接到旅游投诉及咨询4160件，其中正式受理2859件，为游客挽回经济损失228.75万元，有效维护了广大游客的合法权益。

二、主要成效

“放心游福建”服务承诺工作实施以来，全省旅游服务投诉处理能力显著提升，游客获得感幸福感持续提升。

一是投诉处理效率显著提升。实施“放心游福建”服务承诺以来，全省逐步形成了统一开放、竞争有序、诚信守法、监管有力的投诉处理体系。旅游投诉受理机构必须在24小时内主动联

系投诉人，且符合快处先赔的案件，其办理时限由原来的法定60天压缩到7天，极大地提高了旅游投诉处理效率。

二是旅游服务质量显著提升。文化和旅游、公安、市场监管等综合监管部门定期召开“放心游福建”服务承诺专题会议，展开多部门联合执法行动，互通情况，密切合作，提升了全省旅游综合监管水平和旅游服务质量，促进了全省旅游经济的高位增长，也进一步提升了“清新福建”品牌的影响力。

三是投诉处理队伍素质显著提升。针对机构改革后旅游投诉工作的实际情况开展调研，全面深入了解旅游投诉受理机构设置、人员配备及旅游投诉案件办理等情况，积极探讨旅游投诉工作机制建设，着力解决基层队伍机构不够明确、骨干能力较弱等突出问题，确保机构到位、职能到位、人员到位。

四是投诉处理能力显著提升。举办全省旅游投诉处理工作业务骨干培训班，讲授旅游投诉处理基础知识和办案技巧，开展典型案例交流研讨，印发《福建省旅游投诉典型案例汇编》，组织观摩学习先进地市信息系统和办案流程，有效提升全省旅游投诉处理工作的业务水平。

三、主要做法

通过实施“一口受理”“快速办结”“先行赔付”，践行“放心游福建”服务承诺，维护游客权益，助力福建旅游经济高质量发展。

“一口受理”，健全工作机制。依托全省工商 12315 服务热线，开发建设省 12315 旅游投诉受理电子服务平台，负责统一接听和转办旅游投诉，建立“一口集中受理、分工协作办理、及时反馈办结、网上跟踪督办”的工作机制。

“快速办结”，提升工作效能。承办单位接到旅游投诉必须在 24 小时内主动联系投诉人，启动处理程序。对游客与福建省内旅行社、景区景点以及导游发生的事实清楚、证据充分、索赔法律依据明确的旅游投诉纠纷，在 7 个工作日内办结，并答复投诉人。

“先行赔付”，保障游客权益。对未在 7 个工作日内办结的“快处先赔”投诉，符合一定条件的，承办单位通过“放心游福建”旅游理赔基金予以先行赔付。对事实不清、证据不足、索赔法律依据不明确的疑难复杂投诉，不适用“快处先赔”处理程序的，按照法定程序和时限办理。

四、工作体会

实施“放心游福建”服务承诺，是加强旅游市场综合监管，提升旅游服务质量的一项机制创新。主要体会有以下三点：**一是必须在提高思想认识上下功夫。**坚持把实施“放心游福建”服务承诺作为提升旅游服务质量、营造优质旅游环境、助推福建旅游业高质量发展的有效抓手，切实提高思想认识，真正做到有诺必行、有诺必果。**二是必须在创新工作机制上下功夫。**不断完善旅

游投诉综合监管工作机制，适时调整各部门责任清单，加强对旅游投诉案件处理的统筹协调，切实形成综合监管合力。不断完善省 12315 旅游投诉服务平台建设，探索建立与 12345 便民热线、文旅部举报投诉平台互联互通机制。**三是必须在营造浓厚氛围上下功夫。**不断加大宣传力度，选树典型案例，着力营造“放心游福建”服务环境，使“放心游福建”服务承诺家喻户晓，深入人心。

聚焦游客体验 提升服务质量

(江西省文化和旅游厅)

为深入贯彻党的二十大精神，全面落实质量强国战略，在新征程上推动全省文化和旅游高质量发展，江西省启动优秀旅游服务体验城市试点工作，努力探索若干行之有效、可持续、可复制、可推广的旅游服务质量提升模式，以高质量旅游服务不断增强广大游客的获得感、幸福感、安全感，以“服务质量领跑”助力“江西风景独好”。

一、基本情况

试点工作以设区市、县（市、区）人民政府为申报主体，着眼游客视角，从落实主体责任、提升管理水平、丰富体验业态、完善标准体系、开展监测评价、强化人才培养、探索信用监管、营造良好环境等八方面深化探索，目前已确定南昌、九江、新余3个地市和婺源县、井冈山市、庐山市等11个县（市）为试点单位。通过实践，主动提升旅游服务质量成为市场主体和各级文化和旅游行政部门的自觉意识，全省综合监管能力进一步增强，投诉处理更加及时有效，市场秩序更加规范，旅游服务的竞争力和影响力持续增强。

二、主要成效

一是合力更加强劲。变“单打独斗”为“合力攻坚”，试点

单位“一把手”挂帅，部门联动上阵，围绕“吃、住、行、游、购、娱”旅游全要素，加强统筹协调、联动互动，形成了统一高效运转机制，以丰富优质的旅游产品供给、完善的配套服务和良好的接待能力，提升旅游品质和游客体验，凝心聚力构建文旅高质量发展“同心圆”。

二是探头更加精准。以游客满意度调查为探头，常态化梳理游客关心关注的热点难点问题，督促文旅场所整改落实，初步形成了将“游客拥护不拥护、赞成不赞成、高兴不高兴”作为现代旅游服务质量提升的出发点和落脚点，努力让游客“乘兴而来满意而归”。

三是口碑更加响亮。以服务“小切口”促进了环境“大优化”，2023年端午期间游客总体满意度92.6%，较五一期间提升3.5个百分点。试点有效规范了市场主体行为，构建了柔性执法环境，做到想游客之所想、盼游客之所盼、解游客之所忧，全力为游客打造一流的旅游体验、一流的市场环境、一流的服务口碑。

三、主要做法

一是四级联动“一盘棋”。江西省委、省政府主要领导就文化和旅游市场服务质量提升多次实地调研和作出批示，要求不断提升江西文化和旅游的品质、品味。江西省文化和旅游厅将服务质量提升纳入高质量发展“3336”行动计划，推动省、市、县、景区四级联动，协同推进。如南昌市建立监测平台，及时了解和

掌握游客评价和反馈，以日报、月报、年报的方式，对旅游服务质量舆情进行预警、处理、跟踪、分析，并向市场监管、交通、公安等部门同步信息。九江庐山西海景区在游客中心、餐饮商场、重点景观节点推广旅游服务质量评价二维码，将评价反馈至各相关监管部门，协调各方共同提升旅游服务水平。

二是紧盯最快“一分钟”。深化《江西省旅游者权益保护条例》落地落实，畅通旅游纠纷解决渠道，对游客权益保护全面性规范。江西麻姑山景区建立游客体验反馈情报中心，打造信息互动专业宣传队，对游客“秒回信息、立刻整改、当天见效、图景反馈”，全天候全频道全时段及时对接，做到反馈不过夜、整改不超月、服务不延时。婺源县成立乡镇诚信退赔工作站，每个乡镇设5万元退赔基金，300元以内的退赔纠纷，实行无理由、无手续、无条件即时退赔。

三是聚焦“最后一公里”。针对部分景区公共交通不发达，网约车约不到，自驾车停车管理混乱等“毛细血管”不畅等问题，把改善交通“最后一公里”作为旅游服务质量提升的重点内容。靖安县对外来车辆首违不罚，仅口头或者书面提醒。同时按照品质型、平安型、生态型、服务型、智慧型“五型公路”要求，在国省干线安装智慧安防哨兵，有效提醒过往车辆安全行驶，为游客出行保驾护航。吉州区探索建设“网约司导平台”，为游客提供资质合规、操作便捷、体验舒适的导游兼司机服务产品。

四是用好评价“一把尺”。把游客满意度作为服务质量评价唯一标尺。如新余市全面推行“一业一查一码”跨部门联合服务模式，赋予每户旅游主体“服务码”，游客可一码查信，即时评价。九江市成立消费后评价体系工作小组，聚焦游客体验，通过掌上“市场监管数字化平台”，对景区的业态、质量、安全等指标线上打分，对评价总分较高的景区予以奖励。

四、工作体会

一是坚持顶层设计与基层探索相结合。坚持问题导向，省级聚焦旅游服务质量的突出矛盾和问题，加强宏观思考和顶层设计，找准促进质量“大提升”的“小切口”。同时发扬首创精神，积极鼓励基层大胆探索，先行先试。

二是坚持系统谋划、源头治理。旅游服务质量提升涉及面广、关联度高，只有从全域出发，从游客出发，强化系统思维，整体推进，旅游服务质量才能从根本上得到提升。

三是聚焦游客关切，及时回应游客诉求。以提升游客体验为核心，建立游客诉求反馈机制，对游客需求有问必答、有难必帮、有诉必果，做到“件件有回音、事事有着落”。

四是压实企业质量提升主体责任。督促企业持续提升质量管理水平，提高管理人员和从业人员质量意识和质量素养，加强企业自律，规范经营行为，切实提升旅游服务质量和游客体验，推动行业更高质量发展。

山东突出“三个聚焦”抓质量提升 擦亮“好客山东 好品山东”金字招牌

(山东省文化和旅游厅)

一年来，山东深入贯彻习近平总书记视察山东重要讲话精神，坚持新发展理念和高质量发展要求，以“促进文化和旅游深度融合，推动旅游业高质量发展”为目标，锚定“走在前、开新局”，围绕“三个聚焦”，创新监管方式，提升服务水平，不断推动“好客山东”旅游服务质量全链条提升。

一、基本情况

一是聚焦政策供给，持续构建质量提升体系。加强顶层设计，将服务质量工作纳入全省文化和旅游“十四五”规划及市场发展专项规划，明确目标、强化措施、大力推进。按照“1+1+3+N”体系，出台《中共山东省委 山东省人民政府关于促进文旅深度融合推动旅游业高质量发展的意见》，联合各有关部门配套印发《山东省旅游住宿业高质量发展实施方案》《关于进一步促进文化和旅游消费的若干措施》《山东省乡村旅游高质量发展实施方案》，提出了未来五年促进文旅深度融合、推动旅游业高质量发展的指导思想、战略定位、发展布局和发展目标。

二是聚焦市场环境，深入开展质量提升专项行动。持续推进“好客服务 全省旅游服务质量提升三年行动”，不断优化旅游消

费市场环境。完善文旅行业信用监管，全省设立 1160 万元诚信基金，全面推行游客投诉先行赔付制度。加强试点带动，扎实推进威海荣成、日照开展文化和旅游市场信用经济试点创建，“先游后付”全产业链信用消费机制、“信易游”“信易宿”“信易唱”创新应用场景取得成效。强化质量社会监督，每年委托专业机构开展旅游市场服务质量调查和社会化监督项目，定期组织体检式暗访，形成暗访-通报-再暗访的常态化质量监督机制。

三是聚焦品牌建设，塑造“好客山东 好品山东”品牌形象。着力打造“沿着黄河遇见海”文旅品牌，举办“黄河大集·沿黄自驾欢乐 GO”系列活动，发布黄河文化主题旅游路线。突出精细化和个性化服务，打造优质文旅企业服务品牌，曲阜三孔、泰山索道、台儿庄古城、青州市博物馆成为首批入选“好品山东”品牌的文旅企业。强化旅游必购商品开发，推出国泰民安、黄河入海等七大主题“好客山东·好品山东”旅游购物大礼包，让游客便捷式、全方位了解山东文化和旅游商品。在景区、餐饮、住宿等行业推行“好客山东”一码通，实行“一码通定、一码通验、一码通行”，更好满足游客多样化需求。

二、主要成效

通过开展“好客服务 全省旅游服务质量提升三年行动”，有效增强了文化和旅游服务质量提升的政策合力，净化了文化和旅游市场消费环境，充分激发市场活力，提振行业消费信心，使

游客在鲁旅游的安全感和满意度不断提升，也吸引了越来越多的游客来山东。以淄博烧烤、济南趵突泉、青岛小麦岛、东平大宋不夜城、威海千里山海自驾游等为代表的旅游市场持续火爆，“好客山东”频频出圈，文旅行业供需两旺。山东提升服务质量、提振文旅消费政策措施被《新闻联播》、人民日报、光明日报、新华社等广泛报道。2023年上半年，全省国内旅游收入3860亿元、各市接待游客3.8亿人次，分别比上年同期增长42%和36%，迅速超过2019年同期水平。“五一”假期，全省接待游客4612.1万人次，实现旅游收入363.9亿元，创游客总数、旅游收入、过夜游客数三个历史新高。

三、主要做法

山东始终把服务质量提升作为行业管理工作的重中之重抓紧抓好，持续强化“五个完善”。

一是完善标准规范。在认真落实文旅行业国家标准、行业标准、团体标准的基础上，突出山东地方特色，制定推行《好客山东旅游服务标准》《文明旅游100条》《文明待客100条》等标准规范，覆盖景区景点、旅行社、星级饭店、文艺演出场所，以及飞机场、火车站、高速公路服务区等12个领域，推动文化旅游行业全要素服务质量提升，彰显齐鲁文化特色。

二是完善监管体系。构建了部门、行业、企业、社会“四位一体”服务质量监管格局。开展“体检式”暗访、社会化监督等

项目,形成暗访-通报-整改-复核的常态化机制。委托专业机构开展游客满意度调查,并与市级政府质量考核工作挂钩,对16市进行评分排序,极大地调动了各市抓服务、提质量工作的积极性、主动性。上线省级文化和旅游市场信用监管平台,实现市场主体分级分类管理。

三是完善动态管理。严格星级饭店、旅游民宿、旅行社、A级景区等级评定工作,不断加强质量监管,完善退出机制,通过体检式暗访、随机抽查、质量复核等多种形式,将达不到标准要求的企业,及时清理出行业队伍,树立旅游行业好典型、好企业、好品牌。

四是完善标杆引领。制定“好客山东管家服务”标准,推出“好客山东管家服务饭店”,在行业发挥示范带动作用。打造山东省文明旅游志愿服务“一市一品牌”,济南“旅游啄木鸟”、东营“白鹤使者”、烟台文明旅游联盟等多个品牌已颇具规模,成为开展文明旅游宣传的一支重要力量。

五是完善人才培育。创新职称评定,全国首创将文化旅游讲解工作人员纳入职称评审范围,极大提升了从业人员职业荣誉感和归属感,稳定导游队伍,提振行业信心。在全国率先开展“云导游”一导游主播新业态评选活动,评选打造“山东省十佳导游主播”。其中,张娟在APEC大会上做了专题演讲,成为首个登上APEC舞台的导游从业人员。

四、工作体会

一是提高政治站位，将旅游服务质量提升工作上升到省委、省政府层面，创新“1+1+3+N”体系，出台一系列政策文件，有力的推进了全省质量提升整体工作。二是以“好客山东 好品山东”品牌创建为抓手，通过不断细化品牌，丰富内涵外延，带动山东旅游市场服务质量全链条提升。三是创新构建了部门、行业、企业、社会“四位一体”服务质量监管格局，充分发挥游客满意度调查效用，将其与市级政府质量考核工作挂钩，对质量提升相关工作落实起到了积极作用。

开展“双创”活动 助力文旅市场高质量发展

(湖北省文化和旅游厅)

一、基本情况

为深入贯彻落实习近平总书记关于统筹推进疫情防控和经济社会发展的重要指示精神，推动文化和旅游企业疫后重振、恢复发展、渡过难关，按照文化和旅游部关于加强旅游服务质量监管、提升旅游服务质量的工作要求，湖北省文化和旅游厅于2022年4月至10月，在全省旅行社范围内开展“创建优质服务品牌、打造品质旅游线路产品”活动（以下简称“双创”活动）。通过“双创”活动，树立了一批优质旅游服务品牌，推广了一批品质旅游线路产品，对提振从业人员信心、激活文化和旅游市场、促进文化和旅游服务质量水平，起到了明显的激励带动作用，有效助推湖北省文化和旅游市场高质量发展。

二、主要成效

“双创”活动自2022年4月开展以来，在全省各级文旅行业管理部门和旅行社中引起热烈反响，广大旅行社企业认为这是政府部门帮助企业渡过难关、恢复发展的实际举措，积极热情参与，在社会上引起了广泛关注和好评。

（一）调动了各级部门参与“双创”的积极性。活动开展以

来，各市、州、直管市及林区文化和旅游局迅速行动，广泛发动本地旅行社参加，并对所有参评参选的旅行社和线路产品进行初审后，积极推荐到省里评比，共有 109 家旅行社和 217 条旅游线路产品参与“双创”活动。

（二）激发了旅行社服务质量提升热情。此次活动，全省 3A 级以上旅行社积极响应，借助优质服务品牌评选的“东风”苦练内功、补足短板，提升企业自身形象，不断推出省内精品旅游线路产品迎合市场需求。活动进一步凝聚了行业共识，团结了力量，增强了发展信心。

（三）提高了旅游线路产品关注热度。50 条品质旅游线路产品以短视频方式在新媒体上线展示后，迅速引起播放和讨论热潮。截至目前，系列短视频在抖音、快手、微视等新媒体平台上通过湖北文旅之声、湖北卫视等账号的播放量累计已超 2 亿次，其中“仙岛湖·天空之城休闲游”单条短视频播放量达 1076.4 万次，相关话题仍保持高人气热度。

（四）积蓄了行业复苏振兴能量。自新冠疫情发生以来，旅游行业遭受重创，旅行社企业面临巨大生存危机。通过创造性开展“双创”活动，将旅行社企业作为活动对象，以点带面推动文化和旅游行业整体服务质量水平提升，为疫后复苏振兴积蓄了发展能量。

三、主要做法

（一）认真筹划，研究制定活动方案。为引导旅行社企业加快理念、技术、产品、服务和模式创新，提升旅行社品牌形象，推进旅行社转型升级，湖北省文化和旅游厅党组高度重视“双创”工作，指导业务处室精心筹划，多次组织召开省内重点旅行社代表参加的业务座谈会，在充分听取和吸纳旅行社企业意见建议的基础上，制定了“双创”活动方案。方案明确了活动时间、参与对象、活动内容、创建要求和阶段安排等内容，活动具体分为安排部署、申报推荐、评审入选和成果推广4个阶段开展。

（二）广泛发动，组织推荐申报。2022年4月底，湖北省文化和旅游厅印发《关于在全省旅行社开展创建优质服务品牌·打造品质旅游线路产品活动的通知》，明确在全省旅行社开展“双创”活动，组织各地文化和旅游行政部门广泛宣传，发动旅行社积极参与申报。5月19日“中国旅游日”湖北省分会场活动中，湖北省文化和旅游厅正式向社会发布“双创”活动内容，对全省旅行社企业进行再发动、再动员，鼓励积极参与活动。

（三）严格标准，精心组织专家评审。经旅行社企业自愿申报，各地文化和旅游行政部门初审、推荐等环节，7月7日，湖北省文化和旅游厅组织召开“创建优质服务品牌·打造品质旅游线路产品”专家评审会，来自华中师范大学、湖北大学等高校，湖北日报、极目新闻等媒体单位和旅行社的10位旅游专家组成专家评审组，评审出30家优质旅游服务品牌旅行社和50条品质

旅游线路产品名单。名单经湖北省文化和旅游厅确认后正式公布。

（四）制作视频，全网开展宣传推广。湖北省文化和旅游厅通过公开招标选取第三方机构，对评选出的品质旅游线路产品，精心拍摄制作1分钟左右的创意短视频，设计制作旅游线路产品系列主视觉海报，共推出观光旅游、康养旅游、红色旅游、研学旅游、生态旅游、度假旅游、文化旅游、城市旅游、乡村旅游、自驾旅游等10类线路创意短视频。从8月份开始到10月底，在抖音、微视、长江云、头条、快手等新媒体开展宣传推介。建设并维护湖北文旅账号，开设活动专区，建立活动官方话题，保持通过各新媒体平台每周发布3-4条系列短视频和相关主视觉海报的频率维持宣传热度。

四、工作体会

（一）以品牌创建为平台，有利于推动旅行社加快转型升级。旅游企业是提升旅游服务质量的主体。为评选优质旅游服务品牌旅行社，湖北省文化和旅游厅联合有关专家和行业资深从业人员研究制订了湖北省优质旅游服务品牌旅行社评分标准，重点对参评旅行社的经营条件、经营状况、管理水平、服务品牌、产品体系等5个方面、47个项目进行逐步评分，最终评选出30家优质旅游服务品牌旅行社。在选拔优秀旅游企业的同时，以评选标准为引领，有力推动了全省旅行社加快转型升级，全面提升服务质量。

（二）以短视频为主要形式，有利于形成集中宣传效应。50条品质旅游线路产品评选出炉后，湖北省文化和旅游厅在广泛通过传统主流媒体进行宣传推广的同时，充分利用新媒体传播优势，开展短视频拍摄和宣传。一是邀请网络文旅达人以实地踩线打卡方式，个性化定制品质旅游线路产品短视频。二是在三个月时间内，按照预热期、集中期、收官期分步骤有序开展精品线路产品短视频宣推运营。通过系列举措形成了较强的集中宣传效应。

立标打样，以“郴心服务”品牌建设引领 “游客满意在湖南”行动计划实施

（湖南省文化和旅游厅）

一、基本情况

为加快推进世界旅游目的地建设，着力提升全省旅游服务质量，2023年，湖南省文化和旅游厅着力实施开展“游客满意在湖南”行动计划，以“标准化管理、人性化服务”体系建设为牵引，着力构建“一个体系”、推进“四项工程”，开展“十五大行动”，并以第二届湖南旅游发展大会承办地郴州为重点，指导建设以“称心舒心、周到细致、方便快捷”为主要内涵的“郴心服务”旅游服务品牌，为全省旅游服务质量提升“立标打样”。

二、主要成效

湖南省文化和旅游厅深入贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想，坚持游客至上，强化特色化、差异化、地域化工作理念，指导郴州市探索开展“游客满意在湖南”行动计划。郴州市以“郴心服务”旅游服务品牌为引领，组织实施了旅游景区度假区、旅行社、旅游住宿餐饮、旅游从业人员服务质量提升工程，以及旅游服务品牌培育工程、旅游服务质量和旅游安全监管工程等“六大工程”。通过努力，郴州市旅游市场运行平稳有序，游客投诉率持续下降，旅游服务质量明显提升；“郴心服务”的品

牌影响力进一步提升；旅游收入实现增长，据统计，2023年上半年，郴州市接待旅游人次和旅游收入均排名全省第二，仅次于省会长沙市，分别为4126.31万人次、428.63亿元。

三、主要做法

（一）高位统领，以体制机制促提升。为确保服务质量提升工作落到实处，郴州市成立“郴心服务”郴州市旅游服务质量提升行动工作领导小组。领导小组由市人大常委会原主任钟本强任顾问，市政府副市长周海林任组长，市政协副主席李罗丝任常务副组长，相关市直部门和县市区政府为成员单位，加强统领统筹。组建工作专班，建立每周调度、工作交办、宣传报道、检查督查等工作机制，为旅游服务质量提升提供了体制、机制保障。

（二）健全政策，以双向激励促提升。郴州市制订了一系列服务质量提升激励政策，不断加大检查督查力度，从正向激励和负面清单两方面推动服务质量提升。目前，郴州市已出台《礼遇大湾区主要客源地游客的若干措施》《郴州旅游市场“九不准”规定》《郴州市“引客入郴”和旅游宣传营销奖励办法（试行）》《加强文旅人才队伍建设助力旅发大会相关措施》等文件，将旅游服务质量与奖励相挂钩。对重点酒店、宾馆、旅行社、景区服务质量进行拉网式检查，并对检查出的问题进行现场整改交办。正向激励和反向督促相结合的模式，对服务质量提升起到了良好的促进作用。

（三）严格标准，以品牌建设促提升。为实现“标准化管理、人性化服务”目标，郴州市围绕旅游服务质量，编写了旅行社、导游等12个涉旅行业“郴心服务”旅游服务质量星级划分与评定标准体系；成立评审专家委员会开展涉旅企业“郴心服务”星级评定工作，加大“创星”工作指导，迅速掀起创建高品质旅游饭店热潮，奥米茄大酒店、温德姆至尊豪廷大酒店创建五星级旅游饭店顺利通过国家星评委评定，6个四星级旅游饭店也正加紧准备迎接省评。

（四）“培竞”结合，以人才建设促提升。为解决疫情期间旅游人才流失导致服务质量下降等问题，郴州市不断强化业务培训和人才培养、储备工作。2023年，郴州市举办“郴心服务”中国金钥匙高端品牌服务培训班暨第158期金钥匙会员资格培训班、旅游服务高级管理服务人才培训班、导游培训班、志愿讲解员培训班等7期市级示范性培训班，组织了郴州市第二届职业技能暨“郴心服务”旅游服务技能大赛决赛，评比产生了“金牌导游”“金牌讲解员”“金牌客房服务员”“金牌前厅接待员”“金牌餐厅服务员（中餐）”各10名。通过培训和竞赛相结合的模式，郴州旅游人才队伍得到了有效强化，为旅游服务质量提升提供了人才保障。

（五）强化整治，以“全民监督”促提升。郴州在不断强化联合执法监督力度、积极开展旅游景区景点及周边环境综合整治

工作的同时，推动建设了“郴心游”智慧文旅平台。设置“郴心服务”大家谈、随手拍等栏目，广泛吸引市民、游客提建议、献计策，建议被采纳的实行优惠措施，形成“人人是监督员、处处有监督”的大格局。

四、工作体会

提升旅游服务质量是建设中国式现代化和满足人民群众高品质生活需求的生动实践，体现了以人民为中心的发展思想，是推动旅游业高质量发展的基础。湖南省文化和旅游厅充分运用“1+13+N”旅游发展大会办会机制，坚持硬件设施与软件建设“两个轮子”一块转，全力推进“游客满意在湖南”行动计划，推动形成政府主导、部门联动、行业推动、企业主责、社会参与的工作格局，不断扩大湖南旅游品牌影响力和美誉度。

统筹推进旅游服务质量提升 助力建设世界级休闲旅游胜地

（重庆市文化和旅游发展委员会）

一、基本情况

2020年1月3日，习近平总书记主持召开中央财经委员会第六次会议并发表重要讲话，强调要推动成渝地区双城经济圈建设，在西部形成高质量发展的重要增长极；2022年5月11日，文化和旅游部、国家发展改革委、重庆市人民政府、四川省人民政府联合印发《巴蜀文化旅游走廊建设规划》，提出“世界级休闲旅游胜地”的建设定位。2022年以来，重庆市坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，按照文化和旅游部统一部署安排，把“旅游服务质量提升”纳入巴蜀文化旅游走廊建设和旅游业高质量发展大局，统筹推进“重庆品质”“重庆品牌”“重庆标准”“重庆诚信”“重庆环境”，助力打造国际范、中国味、巴蜀韵的世界级休闲旅游胜地。

二、主要成效

重庆市坚持以建设世界级休闲旅游胜地为引领，坚持以深化供给侧结构性改革为主线，加强试点创新，推动高质量发展，以高质量供给引领和创造市场新需求为导向，推动形成优势互补的区域文化和旅游高质量发展格局。努力培育一流“重庆品质”，

旅游服务质量提升的体制机制更加健全；努力创建优质“重庆品牌”，旅游服务品牌效应更加凸显；努力定义一流“重庆标准”，旅游服务标准化水平进一步提高；努力坚守“重庆诚信”，信用监管效能进一步释放；努力营造美好“重庆环境”，游客的获得感持续提升。

三、主要做法

（一）落实旅游服务质量主体责任，打造一流“重庆品质”。建立市政府主要领导任组长的综合协调机制，加大旅游服务质量建设统筹协调力度。印发《加强旅游服务质量监管提升旅游服务质量实施方案》，每年部署 11 个区县进行试点，压实区县和企业责任，探索建立“旅游投诉纠纷调解与司法确认相衔接”“先行赔付”“服务承诺”等机制。发挥行业组织自律作用，持续优化诚信经营和质量管理制度。加强人才培养，开展执法人员全员岗位大练兵和竞赛活动，实施导游研培计划，与厦门大学联合培养高级管理人才 25 名，为“重庆品质”奠定人才基础。

（二）发挥旅游品牌引领作用，创建优质“重庆品牌”。深入贯彻落实《加快建设重庆旅游发展升级版实施意见》及“大都市、大三峡、大武陵”旅游发展升级版实施方案，落实品质提升示范项目 50 个，成功创建 A 级旅游景区 30 个、国家级旅游度假区 1 家、国家级文明旅游示范单位 2 家、国家级夜间文化和旅游消费集聚区 6 个、国家级旅游休闲街区 5 个、国家工业旅游示范基地

2 家、甲级旅游民宿 3 家。推进巴渝文化旅游走廊建设，发布“川渝一家亲一景区惠民游”系列活动，促进两地文旅资源共用、客源共享、市场共建。打造“渝见不同”“五员八度”“红岩发声人”等旅游服务品牌，不断增强品牌影响力。

（三）推进服务质量标准化建设，定义一流“重庆标准”。扎实开展标准制修订工作，发布《温泉康养服务规范》《两江游览船服务规范》《研学旅行基地等级划分与评定》等 5 项地方标准，积极推进《旅游景区游步道设置导则》《旅游休闲街区管理规范》《旅行社服务质量等级划分》等 5 项地方标准制修订，不断完善地方标准体系。积极参与第 53 届“世界标准日”暨首届重庆市标准化宣传周活动，举办“文旅大咖说”和线上培训，充分发挥标准对质量提升的引领作用。

（四）推进旅游领域信用体系建设，始终坚守“重庆诚信”。全面加强信用信息采集和“双公示”工作，将 206 家 3A 级以上旅游景区和主要演出、上网服务、文博场馆等数据接入监测平台，公示行政许可、行政处罚信息 4620 条，公示率 100%。科学实施信用监管，将 3 家市场主体及其法定代表人或主要负责人认定为严重失信主体。积极开展信用试点工作，圆满完成“创新应用场景”“促进信用消费”两项全国试点任务，全面拓展信用应用场景。

（五）加强新闻舆论宣传和质量监督，营造美好“重庆环境”。

实施“美好目的地”共建计划和“重庆旅游攻略”微博话题建设计划，与高德地图合作推出重庆演艺地图，开展目的地宣传，制作的短视频“重庆云海列车”传播量超10亿次。建立文化旅游市场监管新闻媒体通报工作机制和“月点评、季通报、年考核”机制，公布10件行政处罚典型案例，将文旅市场年度考评成绩纳入对区县府经济社会发展实绩考评，质量工作成为营造美好“重庆环境”的重要抓手。实行24小时舆情监测，及时回应游客关切；在官网开设“文明旅游”专栏，让文明旅游融于日常，引领风尚。

四、工作体会

旅游服务质量是建设世界级旅游目的地的关键指标之一。重庆高质量推进世界级旅游胜地建设，要系统谋划、统筹推进服务质量提升工作。一是要坚持高位谋划，把旅游服务质量提升纳入“巴渝文旅走廊”建设和旅游业高质量发展大局统筹部署，加大统筹协调力度。二是要坚持以人为本，不断满足游客多层次旅游消费需求。三是要坚持科学治理，努力推进治理体系和治理能力现代化。

智慧导览服务平台 助推全域全流程旅游服务水平提升

(陕西省文化和旅游厅)

一、基本情况

近年来，陕西省文化和旅游厅以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，贯通学习习近平总书记历次来陕考察重要讲话重要指示，按照《文化和旅游部关于加强旅游服务质量监管提升旅游服务质量的指导意见》要求，扎实推进文化和旅游市场服务质量提升工作。日常工作中聚焦游客关心的小事，从“小切口”入手解决“大问题”力争“抓一件成一件，成一件带一片”。为提升“中国最美油菜花海汉中旅游文化节”期间旅游服务水平，省文化和旅游厅指导汉中市精心打造“油菜花花节一图游”智慧导览服务平台，通过VR全景、语音讲解、图文等多元方式展示汉中市春季旅游资源。平台覆盖13条精品观花线路、47个观花点、39家重点景区及260余处配套服务设施，实现寻线路、观花点、找厕所等十余项特色功能，为游客提供一站式、高品质的油菜花花节专属旅游服务体验，助推汉中市全域全流程旅游服务水平提升。

二、主要成效

一是观花游玩更便捷。平台契合用户使用习惯，即开即用、不必下载，具备良好的适用性；通过语音播报、地图点选等方式

提高平台适老化、人性化，便利老年人观花出行。平台即可直接扫码使用，也可通过“游汉中”小程序、“汉中市旅游”微信公众号、线下导览图册等多元泛在的服务终端方便游客触达使用，为游客提供全流程一站式的观花游玩服务，极大提升了汉中市油菜花节期间游客观花游玩的便利度。上线后连续两年油菜花节期间月均访问量均超过10万人次，人均访问时长达17分钟，获得游客好评。

二是节会形象更优质。平台围绕汉中油菜花节期间游客出行需求定制开发，汇集汉中市春季优质文旅资源、实时资讯，实现寻线路、观花点、逛景点、找厕所、找车位、找农家乐、找购物店、听解说、评论吐槽、节庆活动、SOS求助等十余项油菜花节特色功能，解决游客出行难点，并可导出手绘地图多点布设完善提升线下导览服务标识，实现线上线下导览服务相结合，助推汉中油菜花节期间全域全流程旅游服务水平提升，提升了“中国最美油菜花海汉中旅游文化节”的美誉度。

三是市场管理可视化。平台实现汉中市油菜花节期间旅游产业运行数据的整合和管理运营的可视化，通过“互联网+监管”方式和多终端、多应用场景的数据汇聚，为文旅部门实时了解市场运行情况，科学有效开展资源管理、市场监测等工作提供了可视化数据支撑和便捷的移动端管理应用，推进汉中市旅游市场管理的智慧化。

四是乡村旅游智慧化。平台通过将观花点周边餐饮、住宿、购物等消费场景整合到同一张地图，实现汉中市优质乡村旅游资源的整合，极大提升汉中乡村旅游产品曝光度，并通过精准导航把游客“送”到村民身边，促进观花线路周边乡村旅游消费和服务升级，有效带动了汉中市乡村旅游智慧化、数字化转型。

五是品牌宣传更聚焦。平台通过 VR 全景、多语种讲解、图文介绍等多元形式全方位展示汉中春季优质旅游资源，全面整合旅游节庆活动、资讯，强化汉中油菜花节品牌宣传，并通过市、县、景区及企业联动，构建起内容优质、资讯权威、实时有效的目的地文旅资讯和营销推广体系，成为展示汉中市地域形象的重要窗口，进一步扩大汉中旅游和城市形象宣传。

三、主要做法

一是整合开发降成本。平台利用 SaaS 云计算技术搭建，可便捷嵌入各种成熟应用或单独使用；以浏览器和“游汉中”小程序为载体，充分利用既有成果，加强资源整合，共享业务数据，最大限度节省建设成本。

二是精准定位显特色。平台利用 LBS 技术贴心打造寻线路、找厕所、找车位等特色导览及评论吐槽、SOS 求助等丰富功能，实现观花游玩一张图；观花点实现 WiFi 覆盖，所有线路点位均经实地采集确认，可跳转高德地图实现精准导航，让用户获得定制化出行体验。

三是精心设计优界面。平台利用地图切片技术，绘制贴合汉中市“绿色循环、汉风古韵”城市形象的手绘地图，优化用户体验；为 35 家 A 级景区绘制精美图标，实现一键触达景区，特别绘制油菜花海大地景观，设计蜜蜂、花瓣等动画效果，烘托节庆氛围。

四是多元展示强触达。平台通过 VR 全景、多语种讲解、图文介绍等多元形式全方位展示汉中市春季优质旅游资源，全面整合节庆旅游资讯，强化汉中市油菜花节品牌宣传；通过语音播报、地图点选等方式提高平台适老化、人性化，便利老年人出行。

五是规范运营强监管。平台开发大数据分析后台，提前做好平台访问量预判及高峰时段并发保障；通过统一后台、用户和业务管理，平台整体性能、稳定性、可扩展性更强；实时处理游客留言，提升平台温度和服务绩效。

四、工作体会

一是整合资源实现旅游企业价值共享。在线服务平台将全域地图与地区特色旅游资源相结合，以游客为中心统筹旅游服务资源，有效破解了旅游节会期间游客获取资讯、服务的难题，更好地链接了用户与服务，实现了汉中市油菜花节资源整合生态化、游客服务多元化和运营可视化，较好地解决了汉中油菜花节期间创新服务、精准营销、精细管理的难题。同时，在区域性智慧导览服务及旅游节会智慧化服务方面具有可复制性及示范推

广价值。

二是借助科技推动旅游企业数字化发展。通过手绘地图、VR、语音讲解等多功能结合，优化用户体验，突显平台云游功能，长效助力宣传营销；通过对餐饮、娱乐、购物等配套服务导览，为线下商家引流，带动当地农特产品销售，助推观花线路周边经济发展；通过评论、转发等开放功能不断曝光，提升用户关注度和活跃度；通过大数据分析平台，更好的了解游客需求和变化，帮助管理层更好决策，不断提升服务水平。