

旅游景区游客体验和社会美誉度评价规范

Evaluation norms for tourist experience and social reputation in tourist attractions

2021-12-22 发布

2022-04-01 实施

上海市市场监督管理局 发布

目 次

前言 III

1 范围 1

2 规范性引用文件 1

3 术语和定义 1

4 评价内容 1

5 评价方法 3

6 服务质量持续改进 3

附录 A（规范性） 游客体验质量评价内容 4

前 言

本文件按照 GB/T 1.1—2020《标准化工作导则 第 1 部分：标准化文件的结构和起草规则》的规定起草。

请注意本文件的某些内容可能涉及专利。本文件的发布机构不承担识别专利的责任。

本文件由上海市文化和旅游局提出并组织实施。

本文件由上海市旅游标准化技术委员会归口。

本文件起草单位：上海市文化和旅游局、复旦大学、中国联合网通通信有限公司上海市分公司。

本文件主要起草人：张旗、朱国建、翁瑾、林希茜、张翼、毛方、王铖、路梦西、王海涛、肖嘉颖、方天舒、杨明芬、赵波。

旅游景区游客体验和社会美誉度评价规范

1 范围

本文件规定了旅游景区评价内容、评价方法和服务质量持续改进等方面要求。

本文件适用于上海市行政区域内旅游景区的评价。本文件可用于旅游景区自我评价,也可以用于第三方机构对旅游景区进行统一评价。

2 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 17775—2003 旅游区(点)质量等级的划分与评定

3 术语和定义

下列术语和定义适用于本文件。

3.1

旅游景区 tourist attraction

具有参观游览、康乐健身、休闲购物、文化娱乐、亲子研学等功能,具备相应旅游和休闲服务设施并提供相应旅游和休闲服务的管理区。

注:各类旅游景区包括风景区、历史文化街区、旅游休闲街区、城市商业中心、文化创意产业园区、文博场馆、地标性建筑、寺庙观堂、旅游度假区、自然保护区、主题公园、城市公园、郊野公园、森林公园、动物园、植物园及工业、农业、经贸、科教、军事、体育、文化艺术等。

[来源:GB/T 17775—2003,3.1]

3.2

体验质量 quality of experience

游客对旅游体验的心理反映和情感评估。

3.3

社会美誉度 social reputation

社会公众对于各类组织机构成就的集体认可程度。

4 评价内容

4.1 游客体验质量

4.1.1 体验质量的直接评价

游客体验质量从以下五个方面进行直接评价:

- a) 参与:游客参与各种旅游项目和活动的程度;
- b) 沉浸:游客专注于各种旅游项目和活动的程度;