

T

团 体 标 准

T/CATA XXXX—XXXX

旅游节会管理与服务规范

(征求意见稿)

XXXX-XX-XX 发布

XXXX-XX-XX 实施

中国旅游协会 发布

目 次

前 言	II
1 范围	3
2 规范性引用文件	3
3 术语和定义	3
4 总体要求	4
4.1 基本要素	4
4.2 基本原则	4
4.3 安全管理	5
5 相关方	5
5.1 基本组成	5
5.2 主办方	5
5.3 承办方	5
5.4 协办方	5
5.5 参与方	5
5.6 受众	6
6 筹备	6
6.1 备案报批	6
6.2 筹备机构和工作	6
7 准备	6
8 场地	7
8.1 场地确定	7
8.2 场地搭建	7
8.3 安全保障	7
8.4 其它	8
9 举办	8
9.1 组织协调	8
9.2 服务保障	8
10 环境保护	9
11 社会责任	9
12 评估与善后	9
附 录 A （资料性） 旅游节会绩效评估方法与细则	10
A.1 评估方法	10
A.2 评估细则	10
A.3 评估结论	10
参 考 文 献	14

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责任。

本文件由中国旅游协会提出和归口。

本文件起草单位：中国旅游协会旅游营销分会、华侨城旅游发展集团有限公司、北京同和时代旅游规划设计院有限公司。

本文件主要起草人：刘志江、张树民、付磊、李林莉、赵洺、朱莉蓉。

旅游节会管理与服务规范

1 范围

本文件规定了旅游节会的总体要求、相关方以及对筹备、准备、举办、环境保护、社会责任、评估和善后等方面的要求。

本文件适用于有一定规模、以旅游为功能导向的节会活动。体育赛事、商务庆典、纪念性集会、商品展销会、博览会等不直接提供旅游服务的专项活动，以及以互联网、广播电视等媒介为主要载体的专项活动，均不适用本文件。

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 10001.1 公共信息图形符号 第1部分：通用符号
- GB/T 10001.2 公共信息图形符号 第2部分：旅游休闲符号
- GB/T 18973 旅游厕所质量要求与评定
- GB/T 33170.1 大型活动安全要求 第1部分：安全评估
- GB/T 33170.2 大型活动安全要求 第2部分：人员管控
- GB/T 33170.3 大型活动安全要求 第3部分：场地布局和安全导向标识
- GB/T 33170.4 大型活动安全要求 第4部分：临建设施指南
- GB/T 33170.5 大型活动安全要求 第5部分：安保资源配置

3 术语和定义

下列术语和定义适用于本文件。

3.1

节会 festival and event

经过事先谋划、专门组织而开展的具有特定主题的聚集活动。

3.2

旅游节会 tourism festival and event

人们直接参与、以旅游体验为主要功能导向的节会。

3.3

主题 theme

经过提炼而成的对节会的主要内容、主要目的、主要功能或主要特点的准确表达。

3.4

周期 cycle

一个节会的完整过程，包括从可行性研究、方案构想和策划，到实施、评估和后续活动。

3.5

绩效 performance

节会本身所直接产生的可测算的成果。

3.6

遗产 legacy

因节会而产生但在节会结束后依然发挥作用或产生影响的物质设施和精神因素。

3.7

主办地 host

节会主要内容或关键内容发生的地方。

3.8

主办方 organizer

发起举办节会的主体机构，也是对节会承担主要责任的机构。

3.9

承办方 undertaker

负责具体筹备、实施和完成节会活动的机构。

3.10

协办方 co-sponsor

通过提供资金、物料、人力、渠道等方式对节会给予协助的机构或个人。

3.11

参与方 partaker

在节会活动中承担具体任务和提供服务的机构或个人。

3.12

受众 attendee

体验节会活动、接受相关服务的人，一般是节会所面向或服务的目标群体。

3.13

组织委员会 organizing committee

在主办方牵头下，由主办地、承办方、参与者等节会相关方代表联合组成的，负责节会的管理和统筹的临时机构。

注：简称组委会。

4 总体要求

4.1 基本要素

4.1.1 应有主办方。

4.1.2 应有举办地点。

4.1.3 应有举办日期，且持续时间不少于1天。

4.1.4 应有鲜明的主题，并在名称、信息和形象中予以呈现和传达。

4.1.5 应有能体现主题的特色活动或项目。

4.1.6 应有明确的目标受众群体，重点是外来游客。

4.1.7 应按照相关规定进行申报，获得属地政府或管理部门的批复。

4.2 基本原则

- 4.2.1 应注重参与性和体验性，为受众尤其是游客参加提供便利。
- 4.2.2 应注重公共性和开放性，为各方提供合作、参与的机会。
- 4.2.3 应注重安全性和环保性，保障人身、财产和环境安全。
- 4.2.4 应基于资源和条件，具有吸引力。
- 4.2.5 应基于环境和市场，具有可持续性。

4.3 安全管理

- 4.3.1 应按照会前、会中、会后等组成的节会周期进行全流程组织和管理。
- 4.3.2 应在筹备阶段聘请专业评估机构进行安全评估，根据评估情况采取应对措施。安全评估的原则、内容、流程和评估报告，执行 GB/T 33170.1。
- 4.3.3 在节会举办前和举办过程中的安全检查、监测、预警以及处置等人员管控措施，应执行 GB/T 33170.2。
- 4.3.4 节会活动场地的选择、布局和安全导向标识设置，应执行 GB/T 33170.3。
- 4.3.5 对于节会所必须搭建的临时建筑物、构筑物和其他临时设施，其设计、搭建、运行和拆除，以及承办方、场地提供单位、设计单位和施工单位的安全职责，应执行 GB/T 33170.4。
- 4.3.6 为保障安全而配置的组织、人员、设备、工作方案等安保资源，应执行 GB/T 33170.5。
- 4.3.7 应在准备阶段提出禁带物品、限带物品的种类和明细并经管理部门批准。限带物品采用票证背书、入场须知等方式予以公告。应明确标识不同权限人员的活动范围。
- 4.3.8 在整个节会周期应进行风险监控、实时风险评估、风险预警、风险防范，根据风险情况作出应对和处理。当不具备举办条件时，应及时采取中止或延期等措施。

5 相关方

5.1 基本组成

节会相关方由组织者、参与方和受众组成，其中组织者包括主办方、承办方和协办方。

5.2 主办方

- 5.2.1 在前期进行可行性论证和立项。
- 5.2.2 按照要求，履行节会活动的报批程序。
- 5.2.3 确定相关方，建立协作机制和机构，解决问题，处理分歧。
- 5.2.4 在节会期间，进行统筹协调，督促实施各项安排。
- 5.2.5 在节会结束后，进行总结、评估，完成善后事务。
- 5.2.6 如节会造成不良影响，承担相关责任。

5.3 承办方

- 5.3.1 承办方应具备的条件包括但不限于如下内容：
 - a) 依法注册登记，具有独立的法人资格，能够独立承担民事责任；
 - b) 未发生重大安全、消防、食品、环保、质量、经济等责任事故；
 - c) 具有承办节会的相应专业人员和场地、设施等基础条件；
 - d) 有专业的运营与服务团队；
 - e) 具有处置突发事件的能力。
- 5.3.2 在节会开始前，应配合主办方做好应急预案，接受公安、应急、卫生等相关部门的监督指导。
- 5.3.3 在节会举办期间，应按照方案做好组织实施和服务保障，处理突发事件，完成计划，获得绩效。
- 5.3.4 在节会结束后，应做好总结，形成报告。

5.4 协办方

应配合主办方和承办方，根据商定的职责和分工做好自身工作，并承担相应责任。

5.5 参与方

- 5.5.1 主办方应根据节会的主题、专业要求、受众群体等情况，明确参与方的基本条件。

- 5.5.2 应按照公开、公正、公平的原则选定参与方，并在同等条件下优先考虑当地机构。
- 5.5.3 参与方立足自身的专业、特长提供相关服务，包括但不限于提供外包服务以及安全保障、商业服务等方面的服务。
- 5.5.4 参与方应遵守相关规程，服从主办方的安排。

5.6 受众

- 5.6.1 如对受众群体在身体、心理等方面有特定要求，主办方应事先予以公开告知，但不得是歧视性要求。
- 5.6.2 应遵守规则和秩序，尊重习俗和信仰，了解节会内容、安全须知等必要信息。
- 5.6.3 经旅行社、社会团体、学校以及其他企事业单位组织的受众，应服从组织方的安排，尤其是在有突发事件情况下。

6 筹备

6.1 备案报批

- 6.1.1 筹备工作宜不晚于节会举办前六个月。
- 6.1.2 主办方应依据相关规定和流程，就节会举办向政府和相关部门进行备案报批。

6.2 筹备机构和工作

- 6.2.1 主办方应成立筹备机构，可以是临时性组织或工作组。
- 6.2.2 应有常设工作人员、专门经费和办公场所。
- 6.2.3 应对节会进行调查研究，完成可行性研究。
 - a) 应对举办地的场地、环境、交通、安全等设施 and 条件进行调研分析；
 - b) 应对主办方、承办方的经济、人力、技术、保障等条件进行调研分析；
 - c) 应对受众群体、外来游客、偏好等市场需求方面的条件进行调研分析；
 - d) 应对经济、法律、政治等外部因素进行调研分析；
 - e) 应对节会的主题、内容等要素得出分析结论；
 - f) 应对节会举办尚需达到的条件得出分析结论；
 - g) 应对节会举办的可行性得出清晰明确的结论。
- 6.2.4 应制定节会总体方案，内容包括但不限于时间、地点、主题、目标、相关方、分工、资金需求与来源、主要内容、设施与场地、受众规模、实施计划、安全保障、遗产利用等。
- 6.2.5 关于节会举办的时间、地点、主题等关键要素，应清晰、准确。
- 6.2.6 应通过调研、交流等方式，初步筛选承办方、协办方和参与方。

7 准备

- 7.1 应在节会获得政府或管理部门批准后即开始准备工作。
- 7.2 准备工作的开展时间宜不晚于节会举办前三个月。
- 7.3 应成立节会组织委员会：
 - a) 应有常设工作人员、专门经费和办公场所。
 - b) 应根据需要设部门，包括但不限于办公室、安全保卫部、新闻宣传部、医疗保障部和后勤保障部等。
- 7.4 应与文化和旅游、公安、交通、卫生和应急等管理部门建立沟通协作机制。
- 7.5 应确定相关方，通过协议等方式予以界定，明确分工和协作机制：
 - a) 应确定承办方、举办地和场地；
 - b) 应确定协办方、参与方以及相关合作伙伴；
 - c) 应完成对重要参会人员和机构的邀请，并约定各方的责任、权利和义务；
 - d) 可根据需要，邀请或组建志愿者队伍。
- 7.6 应与相关方共同确定节会的总体方案，并制定完成相关的专项方案：

- a) 应针对节会的内容制定专门方案；
 - b) 应有针对不确定性因素的后备方案；
 - c) 应有专门的安全保障方案；
 - d) 应有专门的安全应急预案；
 - e) 应有专门的节会遗产利用和处置方案。
- 7.7 应就节会进行信息发布和宣传：
- a) 应确定并启用节会信息的指定发布窗口，及时更新和维护信息；
 - b) 应通过公开方式，发布节会主要信息，包括但不限于时间、地点、主题、内容、联络方式等；
 - c) 可通过多种渠道，开展宣传和介绍；
 - d) 应面向主要受众群体或客源地进行宣传推介。
- 7.8 应提前做好培训和演练：
- a) 应就节会的各种方案、预案、服务要求和管理规定形成工作手册，确保相关方和工作人员都能掌握；
 - b) 应组织开展培训，确保所有人员均经过培训。培训包括但不限于以下内容：
 - 1) 节会和场地基本情况；
 - 2) 现场注意事项；
 - 3) 急救知识和基本技术；
 - 4) 消防知识和基本技能；
 - 5) 基本素质要求；
 - 6) 礼仪及相关语言能力；
 - 7) 特定岗位需要的专业知识和专业技能。
 - c) 应组织相关方尤其是承办方、参与方提前进行必要的现场模拟或彩排，发现问题及时整改。
- 7.9 根据节会实际，投保相关险种。其中主办方、承办方应投保公众责任保险，为工作人员和服务人员购买人身意外伤害险、猝死险等保险，或要求参与方、合作方自行购买。
- 7.10 宜对节会研发和生产相关衍生品：
- a) 宜依据节会的主题和内容，研发和生产吉祥物等特许商品和文创商品；
 - b) 宜甄选与节会相关的优质厂商，作为节会合作的产品和服务供应商；
 - c) 宜设计、设置特许商品专卖店。

8 场地

8.1 场地确定

- 8.1.1 应与既有的休闲、旅游、文化、体育等空间、场所和设施统筹安排，尽量减少新建。
- 8.1.2 应避免临近医院、学校、养老院、居民区等需要管控噪音的场所。
- 8.1.3 空间、位置等条件应适合节会对容量、交通、环境等方面的要求。
- 8.1.4 内部、外部道路应便捷通畅，利于人群的集中和疏散。
- 8.1.5 除有特殊要求外，场地应平整、坚固，地质条件稳定。
- 8.1.6 场地确定后应予以公示，公示期应不短于1个月。
- 8.1.7 可设置主会场和分会场。

8.2 场地搭建

- 8.2.1 应结合场地条件、节会方案等因素进行场地规划和设计，以科学指导搭建和管理。
- 8.2.2 应提前设计并确认旅游节庆活动的布置图。布置图的设计包括但不限于装饰、旗帜、器材、设备、通道和出入口的搭建和布置方案。
- 8.2.3 应统筹考虑音频、视频、无线通讯、照明等方面的需要。
- 8.2.4 应提前办理进场搭建手续。
- 8.2.5 搭建施工过程中应保障财产和人身安全，并提示搭建方购买财产和意外险。

8.3 安全保障

- 8.3.1 应有专门的疏散通道。
- 8.3.2 应设置紧急避难场所。
- 8.3.3 应在出入口设置安全检查和防疫检查站点。
- 8.3.4 应设置急救站，配备有急救车、急救点和急救人员，配置日常急救设备和器材。
- 8.3.5 应设置消防站，配备消防车以及灭火器等消防器材。
- 8.3.6 安全标识和指示牌应数量充足，位置适宜，醒目易辨识。
- 8.3.7 夜晚举行的节会活动，应有灯光指引，安全标识和指示牌使用夜光材料。
- 8.3.8 应统筹考虑烟花释放、无人机表演、低空项目等特定活动对场地、空间及安全距离上的要求。
- 8.3.9 应配置应急广播，声音能覆盖现场。
- 8.3.10 应设置实时监控，视野完整，无死角。
- 8.3.11 应有制高点，可观察场地情况，及时做出反应。

8.4 其它

- 8.4.1 应有厕所、垃圾桶等环境卫生设施，其中厕所应达到 GB/T 18973 的相应要求，且能根据需要增加活动厕所。
- 8.4.2 应有符合卫生条件的、便利化的商业售卖设施。
- 8.4.3 宜配套商业市集、露营地、特许商品专卖店等服务设施，可采用临时搭建的方式。
- 8.4.4 指示牌、引导牌等标识信息应符合 GB/T10001.1 和 GB/T10001.2 的要求。国际性节会应根据国际代表的国籍比例或委托方要求配置相关语种的公共信息。

9 举办

9.1 组织协调

- 9.1.1 应公开节会组委会的办公地址、组织架构、分工情况、联系方式等必要信息。
- 9.1.2 应有总负责人，由主办方委派适宜的代表来担任。
- 9.1.3 应有一名现场总指挥，总体调度节会现场的管理与服务。
- 9.1.4 应根据实际需要设置若干专项工作组：
 - d) 各组应分工明确，责任明晰，责权对等，避免职能交叉；
 - e) 各工作组均应有负责人，负责本工作组的工作；
 - f) 应有沟通协调机制，各组负责人以会议、网络、电话等形式及时进行沟通，协同解决问题。
- 9.1.5 组委会各部门、各工作组负责人应有专门的通讯联系渠道。
- 9.1.6 组委会应与公安、交通、卫生和应急等管理部门有专门的通讯联系渠道。
- 9.1.7 组委会应设工作组与旅行社、学校、单位等受众组织机构的负责人保持即时沟通，随时发布通知和解决问题。
- 9.1.8 如遇突发事件，应立刻向相关主管部门报告，包括但不限于以下内容：
 - a) 发生突发事件的单位名称、时间和地点；
 - b) 突发事件的原因、性质、等级、危害程度和影响范围；
 - c) 事态发展趋势，可能造成的损失，拟采取的行动。
- 9.1.9 如遇突发事件，应立刻进行处置，并启动后备方案和应急预案。处置程序应包括但不限于以下步骤：
 - a) 组委会召开会议，形成决策；
 - b) 针对不同类型风险，提供解决方案；
 - c) 核实突发事件发生的原因，进行备案；
 - d) 总结与上报。

9.2 服务保障

- 9.2.1 应按照公布的时间、地点、项目等计划内容来开展活动。
- 9.2.2 如有超出预期的变化，应及时通过制定发布窗口予以公告，并予以纠正或弥补，最大限度地减少损失和负面影响。

- 9.2.3 应有清晰、明确的形式或仪式，作为节会的开始和结束的标志。
- 9.2.4 应设置综合服务站，位置适宜，标识醒目，易于发现，提供信息咨询、投诉受理、报警、急救、预订、向导等现场服务。
- 9.2.5 应有专门的新闻媒体工作场所，为现场直播、图文采集等宣传报道提供便利。
- 9.2.6 应有专门的演职人员工作场所，为化妆、换装、器材设备使用等提供便利。
- 9.2.7 应在车站、出入口等人流集散点发放须知、手册或宣传页，提供节会信息、说明、规则和安全指南。
- 9.2.8 应有专门的安全巡视队伍，发现隐患和危险事宜能立即处理。
- 9.2.9 应安排工作人员和志愿者，戴醒目标志或着专门服装，分布在观众等受众群体中，提供即时服务，随时解决问题。
- 9.2.10 前台、中台、后台的所有岗位均应保持通信通畅，有工作人员在岗，如有空缺随时补充到位。
- 9.2.11 对于有巡游活动的旅游节会，应重点保障巡游项目按计划完成，从起点到终点全程开展服务和实施保障。
- 9.2.12 对于有参与型表演、沉浸式体验活动的旅游节会，应重点对交流、互动等接触环节进行服务、监控和保障。
- 9.2.13 应在节会举办期间或刚结束时，采用适宜方式面向受众和游客进行满意度调查。

10 环境保护

- 10.1 应结合资源和环境条件，科学测算节会容量，并严格实施流量控制。
- 10.2 应最大限度地避免或减少对节会场地的生态环境影响。
- 10.3 应及时对节会场地实施生态环境恢复。
- 10.4 应最大限度的选用可重复使用的设备物料，最大限度地减少一次性物料的使用。
- 10.5 应最大限度地减少固定建筑和设施，多采用可拆卸的拼装式建筑和设施。
- 10.6 设备物料应优先采用可降解型等环保材料。

11 社会责任

- 11.1 应弘扬优秀文化，符合主流价值观。
- 11.2 应为青少年群体提供参加的机会。
- 11.3 应为老年人群体提供参加的机会。
- 11.4 应考虑残障人士等弱势群体的需求。
- 11.5 应为举办地的居民提供就业和商业机会。

12 评估与善后

- 12.1 在每个阶段应及时进行评估和小结。
- 12.2 节会结束后，应进行整体评估和总结。
 - a) 评估内容应对照节会的总体方案，涵盖举办地、参与方、受众等相关方。
 - b) 评估中应有绩效评估，评估项目的设置应尽可能量化，包括但不限于经济、环境、社会、文化贡献以及规范性、安全性、独特性、创新性、影响力、可持续性等方面。
- 12.3 应在结束后将节会的正式材料、评估与总结文件整理归档。
- 12.4 使用公共资源的节会，应通过公共渠道对评估结果进行公示，并对相关质疑进行反馈。
- 12.5 应及时处理节会期间的投诉，并将处理结果公示。
- 12.6 应结合实际情况，优化节会遗产的利用和处置方案，最大限度地发挥功能，减少设施闲置和资源浪费。
- 12.7 评估和善后工作宜在节会结束后 3 个月内完成。

附录 A
(资料性)
旅游节会绩效评估方法与细则

A.1 评估方法

A.1.1 通过对旅游节会绩效的相关项目和要求进行细化和量化分解，可形成用具体分值来衡量质量的详细规则，即评估细则。

A.1.2 由专业人士组成的评估组或第三方机构，采用档案审查、现场检查、抽样调查、暗访、答辩等多种方式，充分、客观地掌握信息，完成对评价细则的赋分和汇总。

A.1.3 按照评价细则赋分所得出的分值，确定节会的分项绩效和总绩效。

A.2 评估细则

A.2.1 对旅游节会的绩效评估可参照表A.1的指标、内容及要求来进行。

A.2.2 在表A.1中，对三级指标按照上、中、下三档予以记分，其中：

- a) 分值为30分的指标的三档分别记分为30分、20分、10分；
- b) 分值为20分的指标的三档分别记分为20分、15分、5分；
- c) 分值为15分的指标的三档分别记分为15分、5分、3分；
- d) 分值为10分的指标的三档分别记分为10分、5分、3分。
- e) 如在该指标上有重大失误或明显疏漏，则不予记分。

A.2.3 在表A.1中，一级指标得分为其下二级指标得分的汇总分，二级指标得分为其下三级指标得分的汇总分。

A.3 评估结论

A.3.1 按照评估细则的总得分，将旅游节会绩效分为六个等级，分别是A1级、A2级、A3级、B1级、B2级和B3级。

A.3.2 旅游节会各个等级对应的总分值范围如下：

- a) A1级：980-1000分；
- b) A2级：950-979分；
- c) A3级：900-949分；
- d) B1级：850-899分；
- e) B2级：800-849分；
- f) B3级：750-799分。

表A.1 旅游节会绩效评估指标细则

一级指标	二级指标	三级指标	评估内容和要求	得分		
				三级指标	二级指标	一级指标
规范性 (200)	流程 (50)	申请报批 (20)	时间提前量充分，流程完整，准备充分，批复及时。			
		沟通联系 (15)	与政府和相关部门联系顺畅，沟通有效，按照相关要求及时、准确告知，随时解决问题，不得谎报、瞒报、漏报、迟报。			
		总结善后 (15)	问题处理及时、得当，无遗留，无纠纷，及时总结、报告和归档。			
	组织 (50)	筹备组 (10)	有机构、人员和工作条件，发挥职能，可行性研究调研充分，论证科学、结论明确，作为决策和审批依据。			

		组委会 (20)	部门设置合理，责权明确，聚集专业人才，统筹协调，运转有效，保障有力，发挥职能。				
		相关方 (20)	各方分工清晰，责任明确，协作顺畅，合同文件齐全，形成合力。				
	管理 (50)	总体安排 (20)	有始有终，节奏张弛有度，项目组合有序，内容衔接顺畅，彰显特色，有吸引力，整体性强。				
		规章制度 (10)	类型齐全，内容全面，相互配套，体系完整。表述清晰，通俗易懂，指导性强。制订成册，广泛分发，便于使用。				
		标准采用 (10)	采用国际、国家、行业、地方的相应标准，采选准确，融入规章制度等。				
		执行落实 (10)	有监督评估，有奖惩激励，有效执行规章制度、标准规范，落实到岗、到人、到位。				
	服务 (50)	人力资源 (10)	使用专业人才，队伍结构合理；有志愿者服务；同等条件下本地企业和居民优先考虑。				
		质量管理 (10)	有专门的、相对独立的质量管理部门，进行全过程、全范围服务质量管理，受理和处理投诉，面向居民和游客开展满意度调查，及时整改和优化服务。				
		培训演练 (10)	有全员培训，有专门培训，有考核，合格后上岗；有事先的演练或彩排。				
		居民态度 (10)	居民对游客友好，对节会满意度高。				
游客态度 (10)		游客对节会满意度高。					
安全性 (200)	管理 (100)	专门机构 (20)	成立专门的安全保障部门，配备专业人员、专业装备。				
		协调机制 (20)	组委会与公安、消防、急救、应急管理等部门和机构建立紧密联系协调机制。有专人专线，有专门沟通渠道。				
		安全规程 (20)	有健全的安全规章和程序，有安全手册，有应知应会，开展安全培训，经考核合格后才能上岗。				
		过程管控 (20)	在整个周期施行风险监控、实时风险评估、风险预警、风险防范，根据风险情况作出应对和处理。当不具备举办条件时，及时采取中止或延期等措施。				
		预案 (10)	应制定针对不确定性因素的后备方案，有专门的安全保障方案，专门的安全应急预案。				
		保险 (10)	根据实际情况，投保相关险种。其中主办方、承办方应投保公众责任保险，为工作人员和服务人员购买人身意外伤害险、猝死险等保险，或要求参与方、合作方自行购买。				
	执行标准 (50)	安全评估 (10)	聘请专业评估机构进行安全评估，根据评估情况采取应对措施。安全评估的原则、内容、流程和评估报告，执行 GB/T 33170.1。				
		人员管控 (10)	在节会举办前和举办过程中的安全检查、监测、预警以及处置等人员管控措施，执行 GB/T 33170.2。				
		场地和导向 (10)	场地的选择、布局和安全导向标识设置，执行 GB/T 33170.3。				
		临建设施 (10)	节会所必须搭建的临时建筑物、构筑物和其他临时设施，其设计、搭建、运行和拆除，以及承办者、场地提供单位、设计单位和施工单位的安全职责，执行 GB/T 33170.4。				

		安保配置 (10)	为保障安全而配置的组织、人员、设备、工作方案等安保资源，执行 GB/T 33170.5。			
	成效 (50)	设施设备 (15)	节会举办现场应设安全检查和防疫检查站点、急救站、消防站、疏散通道、紧急避难场所、应急广播、实时监控等必要的安全保障设施、设备。			
		隐患排除 (15)	应组织专业人员、专门团队进行检查，尤其是在临近举办和举办过程中，及时发现和消除安全隐患。			
		事故应对 (20)	应尽力避免发生事故；如有发生，能迅速反应，妥善处理。			
独特性 (100)	主题 (20)	在地性 (10)	体现举办方或主办地的资源、环境、经济、社会、文化等方面的特点和优势。			
		时代性 (10)	与时俱进，紧跟时代脉搏，有时尚元素，体现当代精神。			
	项目 (20)	代表性 (10)	节会的项目品质好，水平高，剪表性强。			
		感染力 (10)	在感官上有冲击力，能调动受众情绪，或触动心灵。			
	体验性 (30)	场景感 (10)	构建独特场景，代入感强，受众能快速进入状态，深入体验，享受节会。			
		参与性 (20)	受众参与度高，达到“人人是演员，处处是舞台，时时有互动”的效果。			
	唯一性 (30)	稀缺性 (10)	节会主题或项目在世界、全国或区域范围内具有稀缺性。			
获评品牌 (20)		节会本身或核心项目是世界、全国或省市级的文化或旅游品牌，例如文化遗产等。				
创新性 (100分)	形式 (20)	引领性 (10)	举办形式新颖，有创意，有突破，在旅游节会中有引领性。			
		示范性 (10)	创新之处可借鉴，可推广，具有示范性。			
	内容 (30)	原创性 (20)	有原创性，形成知识产权（IP）。			
		衍生性 (10)	有文创、特许经营等衍生产品和服务。			
	技术 (20)	技术设备 (10)	采用新技术、新装备，例如人工智能、机器人、大数据、AR\VR 等。			
		空间媒介 (10)	利用互联网、新媒体等新空间和媒介。			
	模式 (20)	市场化 (10)	引入市场机制，社会化程度高。			
		国际化 (10)	引入世界元素或机制，国际化程度高。			
影响力 (100分)	宣传 (20)	专门机构 (10)	有专门的部门，配备专业人才，提供工作条件。 创新之处可借鉴，可推广，具有示范性。			
		投入 (10)	有资金、资源、物资和人力等方面的投入。			
	方式 (20)	渠道 (10)	POP 广告、广播电视、互联网、推介会等多种渠道，有所侧重，多样组合 创新之处可借鉴，可推广，具有示范性。			
		效率 (10)	根据节会特征和目标受众特点，选择最有效率的渠道和方式，取得成效。			
	关注度 (30)	覆盖面 (10)	宣传面包括本地、重要客源地、潜在客源地等，且有清晰的重点目标群体。			

		转化率 (20)	宣传效果好, 转化率高, 例如到场参加节会, 或受节会影响前往举办地旅游。			
	受众 (30)	数量 (10)	以到现场的受众为主, 重点是来自外地的旅游者, 包括外国人; 兼顾其他渠道的受众群体, 例如直播观众等。			
		质量 (20)	人均停留时间长, 人均花费高, 复游意愿等。			
贡献度 (200分)	经济 (70)	总收入 (20)	包括直接收入和间接收入; 与往届节会或同类型节会相比, 所处的水平。			
		总就业 (20)	包括直接就业和间接就业; 与往届节会或同类型节会相比, 所处的水平。			
		投入产出 (30)	总投入与总产出比较, 总收益能覆盖总成本, 在经济上可行。			
	文化 (70)	传承性 (20)	传承传统文化, 为传统文化提供窗口, 创造舞台。			
		引领性 (20)	引领当代文化, 体现时代精神, 体现社会主义核心价值观。			
		自信感 (30)	弘扬优秀文化, 增强文化自信。			
	社会 (60)	青少年 (15)	为青少年提供服务和机会, 有益于健康成长。			
		老年人 (15)	为老年人提供服务和机会, 有益于身心健康。			
		特殊人群 (15)	为残疾人等人群提供服务和机会, 有益于平等参与。			
		公益性 (15)	有志愿者服务, 有公益项目和服务。			
可持续性 (100分)	环境资源 (40)	生态影响 (20)	使用环保材料, 使用既有场所和设施, 最大限度地减少对生态的影响。如有不利影响, 在结束后尽快予以恢复和补偿。			
		秩序维护 (10)	从选址、交通、时间等方面, 尊重和维护正常的生产生活秩序, 最大限度地减少干扰。			
		旅游资源 (10)	在保护前提下科学利用, 发挥资源功能, 能提升和丰富旅游资源。			
	支持 (20)	政府 (10)	政府在基础设施、公共服务、资金、人员等方面提供支持, 有力度。			
		社会面 (10)	有来自企业、社团、民间等社会方面的资金、物料、场地、人力等方面的赞助和支持, 有力度。			
	遗产 (30)	遗产创造 (10)	形成新的有助于旅游发展的设施、产品、服务、形象等存续。			
		遗产利用 (20)	节会的场所、设施、品牌等能继续得以利用, 持续发挥功能。			
	连续性 (20)	历史 (10)	已经多届次举办。			
		预期 (10)	在可预期的未来将继续举办。			
	总分					

注: 括弧内数字为对该指标的赋分值。

参 考 文 献

- [1] GB/T 31598-2015/ISO20121:2012 大型活动可持续性管理体系要求及使用指南
 - [2] GB/T 42372-2023 大众滑雪赛事活动规范
 - [3] GB/T 42374-2023 大众滑雪赛事活动等级划分与评定规范
 - [4] DB31/T1029-2016 旅游节庆活动服务质量要求
-