

关于开展 2022 年度淮安市乡村旅游重点村和乡村旅游点申报认定工作的通知

淮文旅发〔2022〕120 号

各县区文化广电和旅游局：

为进一步推动全市乡村旅游高质量发展，更好地满足人民群众日益增长的美好生活需要和赋能乡村振兴、旅游富民，市文化广电和旅游局决定开展 2022 年度淮安市乡村旅游重点村和淮安市乡村旅游点申报认定工作。现将有关事项通知如下：

一、申报范围和条件

1. 淮安市乡村旅游重点村，淮安市行政区域内文化旅游资源、乡村文化传承、乡村旅游产品体系、基础公共服务等融合发展较好的乡村（含行政村和自然村），近三年没有发生重大安全事故和涉旅事件。

2. 淮安市乡村旅游点，淮安市行政区域内依法注册的企业法人或经营性事业单位等合法投资建设主体，利用田园景观、自然生态、乡村文化等资源，提供个性化、多样化、品质化的乡村旅游产品，在淮安从事乡村旅游一年以上，近三年没有发生重大安全事故和涉旅事件。

二、评定依据

1. 淮安市乡村旅游重点村，评定参照《江苏省乡村旅游重点村遴选标准》和《江苏省乡村旅游重点村遴选评分细则》，满分 100 分，

需要达到 70 分。

2. 淮安市乡村旅游点, 评定参照《淮安市乡村旅游点评分细则》, 满分 1000 分, 需要达到 700 分。

三、工作程序

1. 组织申报。申报单位按照自愿申报的原则, 向所在地县区文化广电和旅游局提出书面申请, 由各县区文化广电和旅游局对申报单位进行审核评估, 择优向市文化广电和旅游局正式行文推荐。原则上每个县区推荐不超过 2 个乡村旅游重点村、3 个乡村旅游点。

2. 验收评审。由市文化广电和旅游局组织评定组, 依据《江苏省乡村旅游重点村遴选标准》《淮安市乡村旅游点评分细则》, 对申报单位进行台账资料审核和现场核查, 形成验收评审结果。

3. 认定公示。市文化广电和旅游局根据验收评定结果确定公示名单, 并对外公示 5 个工作日。

四、有关要求

1. 各县区文化广电和旅游局要严格按照遴选标准和评分细则, 认真组织申报和推荐工作, 市文化广电和旅游局将适时组织评定组现场查看。

2. 请各地于 2022 年 9 月 30 日前将推荐文件、申报材料(乡村旅游重点村: 申报表、方案提纲、自评打分及配图文说明的佐证材料, 格式见附件 1、附件 2、附件 4; 乡村旅游点: 申报表、汇总表、自评打分及配图文说明的佐证材料, 格式见附件 5、附件 6、附件 7) 书面报送市文化广电和旅游局资源开发处(一式两份), 同时将申报材料电子版发送到指定邮箱。

市文化广电和旅游局联系人：戴正东；联系电话：15952332198，
邮箱：897308692@qq.com

- 附件：1. 淮安市乡村旅游重点村申报表
2. 淮安市乡村旅游重点村申报方案提纲
3. 江苏省乡村旅游重点村遴选标准
4. 江苏省乡村旅游重点村遴选评分细则
5. 淮安市乡村旅游点申报表
6. 淮安市乡村旅游点评分细则
7. 淮安市乡村旅游点申报汇总表

淮安市文化广电和旅游局

2022年9月20日

附件 1

淮安市乡村旅游重点村申报表

申报单位：_____局（盖章）

申报时间：_____年_____月

申报村名称					
联系人		电话		手机	
通讯地址				邮编	
主要自然和文化资源					
特色旅游业态、项目 (列举5项)					
主要开发运营模式					

鼓励返乡创业 措施			
主要投资运营商名称	主要投资运营商所有制性质		
曾获得的荣誉称号			
全村人口（人）		全村经济年收入（万元）	
年接待旅游人次 （万人次）		全村旅游年收入（万元）	
旅游从业人数（人）		旅游从业人数中 本村村民从业人数（人）	
村民人均年收入（元）		村民人均从旅游业中获得 年收入（元）	
返乡创业人数（人）		创业单位数量（家）	
民宿数量（家）		停车位数量（个）	

淮安市乡村旅游重点村申报方案提纲

一、自然和文化资源禀赋情况

资源类型、特色和价值，旅游开发主题和定位等

二、旅游发展基本情况

旅游发展规划、发展现状、发展成效等

三、乡村文化保护传承情况

(一) 文化遗产现状，保护工作制度和措施、经费投入、记录和档案情况

(二) 文化展示体验载体建设、项目设计情况

(三) 人文环境建设、群众文化活动开展等情况

四、旅游产品开发情况

(一) 观光度假、农事体验、民俗文化、休闲游憩、乡村民宿、特色美食、节庆活动等产品开发情况

(二) 旅游产品开发特点、文化内涵挖掘、创新创意等情况

五、民宿建设情况

(一) 建设数量、布局情况

(二) 文化内涵挖掘、创意设计提升情况

(三) 经营主体、经营模式、管理措施等

六、生态环境保护情况

(一) 自然生态环境质量

包括但不限于空气质量等级、水体质量等级、绿化覆盖率等

(二) 自然生态环境保护制度、措施、设施建设情况

(三) 人居环境建设情况

七、基础设施和公共服务设施建设情况

(一) 交通设施

包括外部交通设施（通往乡村的公路等级、是否有城市公交或旅游专线车到达、标识标牌建设等）和内部交通设施（游线设计、游步道建设、内部交通工具等）

(二) 公共服务设施建设情况（游客中心、停车场、游憩设施、标识标牌、旅游厕所、环境保护、智慧旅游等设施建设和管理情况）

八、体制机制建设情况

(一) 党组织在乡村旅游发展中发挥作用情况

(二) 各类乡村旅游发展主体运营情况

(三) 利益联结模式和村民参与、增收情况

九、创业就业和经济社会发展带动情况

(一) 带动村民就业、培训提升和创客返乡创业所采取的措施和成效

(二) 智慧乡村旅游建设情况

(三) 宣传营销和品牌培育情况

十、可推广复制经验做法

可根据实际情况，从资源开发利用、文化保护传承、产品建设、发展模式、体制机制创新等方面，选择最具代表性、创新性和推广价值的进行阐述。

江苏省乡村旅游重点村遴选标准

一、文化和旅游资源富集、开发合理

有一定规模或独特的文化和旅游资源，资源类型丰富，组合关系良好，观赏游憩价值较高，具有一定的历史价值、文化价值或科学价值。人文资源与自然资源融合度高，能够体现地域特色、民族风情和自然风貌，乡村旅游开发主题定位明确，走特色化、差异化发展之路。

二、乡村文化传承保护、转化发展较好

文物古迹、传统村落、民族村寨、传统建筑、农业遗迹等文化遗产得到科学、妥善的保护，有非物质文化遗产项目的，应有完备的非物质文化遗产保护工作制度和措施。有文化展示体验空间，能够提供村史展示、文化展览、主题讲座、互动项目等丰富的文化展示体验内容。能够保持乡村原有建筑风貌和村落格局，把民族民间文化元素融入乡村建筑、景观设计，新建建筑与原有风貌协调统一，重塑诗意闲适的人文环境。乡村社会文明程度较高，群众文化活动丰富多彩，农民精神风貌较好，展现文明乡风、良好家风、淳朴民风。

三、旅游产品体系成熟、品质较高

已开发出观光度假、农事体验、民俗文化、休闲游憩、乡村民宿、特色美食、节庆活动等类型多样、具有独特风格的成熟旅

游产品。旅游产品开发与乡村特色文化资源结合紧密，弘扬社会主义核心价值观，具有较强的参与性、互动性和体验性。能够深入挖掘乡村文化的价值内涵和符号元素，开发艺术性和实用性有机统一、适应现代生活需求的文化创意产品和旅游商品。

四、民宿建设主题突出、规范有序

能够依托当地自然和文化资源禀赋发展特色乡村民宿，注重创意设计，凸显地域、民族文化特色。尊重原住居民生活形态和传统习惯，防止大拆大建、千村一面和城市化翻版、简单化复制。环境整洁舒适、设施设备完善、服务接待规范。

五、生态环境优美宜居

严格规划建设管控，有自然生态系统保护制度或具体措施。村内各项设施设备符合国家关于环境保护的要求，不造成环境污染、自然资源破坏和其他公害。乡村建设与地形地貌有机结合，融入山水林田湖草等自然要素，彰显优美的山水格局和自然景观特色。人居环境良好，村容村貌整洁，有必要的垃圾、污水处理设施。

六、基础设施和公共服务较完善

外部交通通畅，进出便捷或具有旅游专线，交通标志、路灯、停车场等交通设施完备，内部游览线路设计合理，与景观环境相协调。有信息咨询、智慧旅游、旅游投诉、宣传展示、公共休息、便民服务等公共服务设施。村内公共厕所布局合理，数量能够满足需求，标识醒目美观，环境干净卫生。公共服务设施管理有序，经营场所服务规范，服务人员文明礼貌、仪容得体。

七、体制机制完善合理、运营高效

基层党组织在乡村旅游发展中发挥领导核心作用，能够整合村民委员会、农村集体经济组织、农民合作社、行业协会等力量统筹推进乡村旅游发展。村民能够以土地、林权、资金、劳动、技术、产品等要素参与乡村旅游发展，收益分配机制科学，能够有效保障村民合理收益，脱贫致富效果较好。

八、带动创业就业、经济社会发展等效益明显

能够较好吸纳本地村民就业，开展乡村旅游培训，提升村民综合素质。采取积极措施，吸引大学生、返乡农民工、专业艺术人才、青年创业团队等能人创客返乡创业，带动乡村旅游产品、模式、业态创新。利用多种媒体和渠道开展宣传推广和营销，打造乡村旅游品牌，提升乡村整体形象。能够在宣传营销、预订交易、管理服务等方面充分利用互联网等高新技术，通过发展智慧乡村旅游助力数字乡村建设。

江苏省乡村旅游重点村遴选评分细则

评分内容	分值	评分指标（赋分）	评分细则		自评得分	初选得分
			评分区间	评分标准		
旅游资源禀赋与开发（12）	2	旅游资源丰富性与组合情况	2	乡村文化和旅游资源丰富，拥有较多古树、古井、老建筑、人文历史景观、民俗等乡村旅游核心吸引物，资源空间集聚，组合情况优良，休闲游憩价值高，对旅游者的吸引力强		
			1-2	乡村文化和旅游资源比较丰富，拥有一定的古树、古井、老建筑、人文历史景观、民俗等乡村旅游核心吸引物，资源较为集聚，组合情况较好，休闲游憩价值较高，对旅游者的吸引力较强		
			0-1	乡村文化和旅游资源规模一般，乡村旅游核心吸引物不足，游憩价值一般，对旅游者的吸引力较小，空间分布零散，组合关系较差		
	3	旅游资源独特性与观赏游憩价值	3	有一定的珍稀物种，或景观奇特，或有国家级文化和旅游资源		
			1-2	有少量珍稀物种，或景观突出，或有省级文化和旅游资源		
			0-1	有个别珍稀物种，或景观比较突出，或有地市级文化和旅游资源		
	2	旅游资源的历史、文化或科学价值	2	具有很高的历史价值、文化价值或科学价值，其中有一类价值具有国家级水平		
			1-2	具有较高的历史价值、文化价值或科学价值，其中有一类价值具有省级水平		
			0-1	具有一定的历史价值、文化价值或科学价值，其中有一类价值具有地市级水平		
	2	旅游资源的地域性以及人文资源与自然资源的	2	具有鲜明地域特色，独特性强，人文资源与自然资源融合度高		
			1-2	具有较为明显地域特色，人文资源与自然资源融合度较高		

		融合度	0-1	具有一定地域特色，人文资源与自然资源有一定的融合度		
	3	乡村旅游的主题性、特色性以及差异度	3	乡村旅游因地制宜，当地乡村生产生活气息浓郁，主题定位明确，特色鲜明，与周边地区差异度高		
	1-2		乡村旅游因地制宜，当地乡村生产生活气息较为浓郁，主题定位较为明确，特色较为鲜明，与周边地区差异度较高			
	0-1		乡村旅游主题定位不够明确，特色一般，无当地乡村生产生活气息，与周边地区差异度较小			
文化保护与传承 (12)	3	文化遗产保护制度措施与保护状态、完整性和原真性	3	有完善的文物古迹、传统建筑、农业遗迹、非物质等文化遗产保护规划、制度和措施，保护资金充足，文化遗产保护状态良好，完整性和原真性高		
			1-2	具有文物古迹、传统建筑、农业遗迹、非物质等文化遗产保护制度与措施，有保护经费，文化遗产保护状态较为良好，完整性和原真性一般		
			0-1	缺少有效的文物古迹、传统建筑、农业遗迹、非物质等文化遗产保护制度与措施，保护经费不足，文化遗产保护状态较差，完整性和原真性存在明显不足		
	3	文化展示与体验的空间及活动	3	具有村史展示馆、博物馆、文化展览等2种及以上文化展示与体验空间，展陈丰富，品质优良，每年开展的主题讲座、互动项目等不少于5种（次）		
			1-2	具有村史展示、文化展览等1种以上文化展示与体验空间，展陈较为丰富，每年开展的主题讲座、互动项目等不少于3种（次）		
			0-1	缺少文化展示与体验空间，或展陈内容少，品质差，每年开展的主题讲座、互动项目等不足		
	2	原有建筑风貌和村落格局，以及当地人文环境	2	原有建筑风貌和村落格局保留完好，品质高，人文环境美好		
			1-2	原有建筑风貌和村落格局保留较好，人文环境较为良好		
			0-1	原有建筑风貌和村落格局有明显的破坏，恢复难度大，人文环境较差		
	2	群众文化活动丰富性和参与度	2	群众文化活动内容丰富，参与程度高，常态化的群众文化活动达3种以上		
			1-2	群众文化活动内容较为丰富，参与程度较高，常态化的群众文化活动达2种以上		

			0-1	群众文化活动较少，参与程度较低，常态化的群众文化活动数量不足		
	2	乡村社会文明程度与农民精神风貌	2	乡村社会文明程度高，农民精神风貌好，展现文明乡风、良好家风、淳朴民风，没有打架斗殴、欺压邻里、赌博、封建迷信等不良社会现象		
	1-2		乡村社会文明程度较高，农民精神风貌较好，乡风、家风、民风较为良好，没有明显的不良社会现象			
	0-1		乡村社会文明程度和农民精神风貌一般，缺乏良好的乡风、家风、民风，存在不良社会现象			
旅游产品 (13)	7	旅游产品体系成熟度	6-7	旅游产品体系成熟，具有观光游览、农事体验、民俗文化、休闲休憩、特色美食、夜间体验等多样化丰富性的旅游产品，不少于15项，其中具有较强的参与性、互动性和体验性的产品不少于5项		
			3-5	旅游产品体系较为成熟，具有观光游览、农事体验、民俗文化、休闲休憩、特色美食、夜间体验等旅游产品不少于10项，其中具有较强的参与性、互动性和体验性的产品不少于3项		
			1-2	旅游开发处于起步阶段，旅游产品类型较单一，产品体系不成熟，旅游产品不超过5项，参与性、互动性和体验性的产品明显不足		
	3	产品开发与乡村特色文化资源结合度，社会主义核心价值观融合度	3	产品开发与乡村特色文化资源结合紧密，能非常好地将社会主义核心价值观融入旅游产品和旅游景观		
			2	产品开发与乡村特色文化资源结合较为紧密，能较好地将社会主义核心价值观融入旅游产品和旅游景观		
			0-1	产品开发与乡村特色文化资源结合不够紧密，社会主义核心价值观体现不够充分，或形式比较生硬		
	3	文化创意旅游产品	3	对本地农副土特产品、本土文化进行创意转化，注重艺术性和实用性有机统一，开发适应现代生活需求的旅游商品8种以上；或具有国家级文化创意产品		
			1-2	对本地农副土特产品、本土文化进行创意转化，注重艺术性和实用性有机统一，开发适应现代生活需求的文化创意产品和旅游商品5-7种；或具有省市级文化创意产品		

			0-1	原创性文化创意产品和旅游商品品种较少，或未能做到创意转化，艺术性和实用性不足		
市场营销 (7)	3	旅游市场营销与吸引力	3	户外广告、电子显示大屏、大众传媒、旅游网站、微信公众号、抖音、直播平台、宣传画册、折页等线上线下媒体和营销渠道丰富多元（8种及以上），效果良好，游客来源广泛		
			2	用于旅游宣传推广和营销的媒体和渠道5-7种，效果较好，游客来源较为广泛		
			1-2	用于旅游宣传推广和营销的媒体和渠道4种及以下，效果一般，游客来源以周边为主		
	4	特色乡村旅游品牌活动及知名度	4	拥有文化、餐饮、节庆、体育等类型2个及以上特色乡村旅游品牌或节庆活动，市场影响力大，知名度高		
			2-3	拥有文化、餐饮、节庆、体育等类型的特色乡村旅游品牌或节庆活动，有一定市场影响力，知名度较高		
			1-2	缺乏特色乡村旅游品牌或节庆活动，市场影响力与知名度一般		
民宿建设 (10)	3	乡村住宿产品成熟度与数量	3	具有成熟的乡村特色民宿、乡村精品酒店等旅游住宿产品，形成乡村民宿集群，数量超过20家或床位数超过80张		
			2-3	具有较为成熟的乡村精品酒店、乡村特色民宿等住宿产品，数量超过10家或床位数超过50张		
			1-2	乡村民宿等住宿产品处于发展阶段，数量少于10家		
	2	住宿环境与设施设备，产品管理制度与服务接待规范	2	具有完备的住宿产品的相关制度与管理服务规范，民宿环境整洁舒适、设施设备完善、服务接待规范		
			1-2	有住宿产品管理制度、服务规范，民宿环境较为整洁、设施设备较为完善、服务接待比较规范		
			0-1	住宿环境脏乱差明显，设施设备存在明显缺陷、服务接待缺乏标准与规范		
	3	创意设计与文化内涵	3	注重创意设计，文化内涵丰富，体现地方特色，彰显生活美学		
			1-2	民宿等住宿设施有一定创意设计，文化内涵较为丰富		
			0-1	民宿等住宿设施创意设计感不足，文化内涵较为单一		
	2	民宿生活形态以及与当	2	尊重原住民生活形态和传统习惯，游客生活与居民生活有机融合		

		地居民生活融合度	1-2	较为尊重原住民生活形态和传统习惯，游客生活与居民生活基本协调		
			0-1	生搬硬套外来生活方式，与原住民生活和传统习惯格格不入		
人居环境 (10)	3	生态环境质量	3	空气质量优良级天数全年达到300天以上，绿化率达70%及以上，水体质量好，达Ⅲ类以上，无黑臭污染水体		
			1-2	空气质量优良级天数全年达到270天以上，绿化率达50%及以上，水体质量较好，无明显黑臭污染水体		
			0-1	空气质量优良级天数全年达到210天以上，绿化率50%以下，水体质量一般，有被污染水体		
	3	村庄环境和自然资源保护	3	村内各项设施设备符合国家关于环境保护的要求，有符合属地要求的垃圾分类收集设施、污水收集处理设施，污水处理率达100%，有完善的自然生态保护规划和计划，没有造成环境污染、自然资源破坏和其他公害		
			1-2	村内有部分符合国家关于环境保护要求的垃圾分类收集设施、污水收集处理设施等设施设备，有相关自然生态保护规划和计划，没有造成环境污染、自然资源破坏和其他公害		
			0-1	设施设备不符合国家关于环境保护的要求，缺少符合属地要求的垃圾分类收集设施、污水收集处理设施，缺少自然生态保护规划以及保护措施或未得到有效执行，造成了环境污染、自然资源破坏和其他公害		
	4	人居环境与村庄建设	4	人居环境良好，村容村貌整洁，乡村建设与地形地貌有机结合，融入山水林田湖草等自然要素，彰显优美的山水格局和自然景观特色，拥有村规民约、最美庭院评比等地方特色的生态保护措施，并得到有效执行		
			2-3	人居环境较好，村容村貌较为整洁，乡村建设与地形地貌结合较好，能够融入自然要素，山水格局和自然景观较好，拥有村规民约、最美庭院评比等地方特色的生态保护措施		
			0-1	人居环境较为一般，村容村貌有脏乱差现象，乡村建设与地形地貌结合较差，自然要素融入较少，山水格局和自然景观一般，缺少村规民约等具体执行措施		
旅游公共服务配套 (11)	3	交通与导览标识	3	进出村庄交通便捷，路况优良，村庄外主要道路节点有交通导向标识，或与核心客源市场间有常态化乡村旅游专线；村庄内乡村旅游游览线路、全景导览图、导览标识牌体系完整规范美观，有文化特色		
			1-2	进出村庄交通比较便捷，村庄外主要道路节点有交通导向标识，或与核心客源市场间有季节性或周末型乡村旅游专线；村庄内部有规划的乡村旅游游览线路、全景导览图、		

乡村旅游管理 (5)				导览标识牌		
			0-1	进出村庄交通条件一般，村庄内外主要道路节点缺少交通导向标识或不明显，与核心客源市场间无乡村旅游专线；村庄内部缺少乡村旅游游览线路，或全景导览图、导览标识牌不系统，存在明显的缺陷与问题		
	2	公共休闲空间	1-2	拥有一定的室内外乡村旅游公共休闲空间，设施配套与服务齐全，环境较为舒适，整体休闲氛围比较浓厚		
			0-1	室内外乡村旅游公共休闲空间有限，设施配套与服务相对简单，休闲环境与氛围一般		
	2	游客中心	2	有与党群服务中心、公共文化站等兼容的游客中心或专门的游客中心，且空间与接待游客量相匹配，功能完备，服务质量优良；或有兼用的游客中心，但空间结合巧妙，功能完备，富有地方特色或艺术感，服务质量优良。游客有需要可进行讲解服务		
			0-1	有兼用的游客中心，但游客中心空间与接待游客量不匹配，功能较少，服务质量不高、无法提供讲解服务		
	2	旅游厕所	2	旅游厕所设施与卫生状况好，管理规范，数量与接待游客量相匹配		
			1-2	旅游厕所设施与卫生状况较好，管理较规范，数量与接待游客量较匹配		
			0-1	旅游厕所设施与卫生状况差，管理不规范，数量与接待游客量不匹配		
	2	停车场	2	有旅游专用停车场，生态化率高，管理规范，停车位与游客接待量相匹配，旅游旺季设有路边侧停车位并进行有效管理		
			0-1	无旅游专用停车场；或管理不够规范；或停车位与游客接待量不匹配		
	3	乡村旅游智慧管理	3	具有客流量监测与游览、安全管理功能的智慧乡村旅游大数据平台，运营情况良好，纳入数字乡村建设，开展智慧管理、智慧营销、智慧服务，具有预约预订功能		
			1-2	具有监控、信息终端显示等基本功能的乡村旅游数字化管理系统；或具有与数字乡村相互共享的乡村旅游智慧管理平台		
			0-1	缺少乡村旅游智慧管理系统和数字乡村建设		
	2	安全管理	2	注重餐饮、住宿、游览等环节安全管理，建立安全管理制度、应急预案等，定期开展消防、食品卫生等安全检查，定期组织安全培训		
		0-1	不注重餐饮、住宿、游览等环节食品、消防等安全管理，缺少安全管理制度与培训			

乡村旅游 发展体制 机制（8）	2	党组织在乡村旅游发展中的作用	2	村集体主导的乡村旅游发展模式，党组织在乡村旅游发展中处于领导地位，将党建与发展乡村旅游相结合		
			1-2	村集体与其他主体合作发展乡村旅游，党组织在乡村旅游发展中起重要的作用		
			0-1	村集体未介入，乡村旅游处于自发发展模式，党组织未在其中发展应有的作用		
	3	各类乡村旅游发展主体运营情况	3	村集体、开发运营商、合作社、农民等乡村旅游发展主体运营情况良好		
			1-2	村集体、开发运营商、合作社、农民等乡村旅游发展主体运营情况较好		
			0-1	村集体、开发运营商、合作社、农民等乡村旅游发展主体运营情况一般		
	3	利益联结模式和村民参与、增收情况	3	拥有专业合作社、行业协会等村民合作组织，参与面广；拥有良好的利益分配机制，村民增收明显		
			1-2	拥有专业合作社、行业协会等村民合作组织，参与面较广；拥有利益分配机制，村民增收较为明显		
			0-1	专业合作社、行业协会等村民合作组织发育不健全，参与面较窄；缺乏良好的利益分配机制，村民增收不够明显		
旅游发展 效益与影 响（12）	3	年度接待游客量	2-3	年接待游客30万人次以上		
			1-2	年接待游客量20-30万人次		
			0-1	年接待游客量20万人次以下		
	3	年度旅游总收入	2-3	年度乡村旅游总收入500万元以上		
			1-2	年度乡村旅游总收入300-500万元		
			0-1	年度乡村旅游总收入300万元以下		
	2	吸纳本地村民就业	2	吸纳本地村民就业50人及以上		
			1-2	吸纳本地村民就业20人及以上		
			0-1	吸纳本地村民就业少于20人		

	2	开展乡村旅游培训，提升村民素质	2	积极开展乡村旅游培训，效果良好，年培训数量达50人次以上		
			1-2	开展乡村旅游培训，效果较为良好，年培训数量达20人次以上		
			0-1	乡村旅游培训开展不够充分，年培训数量在20人次以下		
	2	大学生、返乡农民工等能人创客返乡创业情况	2	采取积极措施，吸引大学生、返乡农民工等能人创客返乡创业，拥有创客基地或创新创业团队，返乡创业人数达10人以上		
			1-2	大学生、返乡农民工等能人创客返乡创业人数5人以上		
			0-1	大学生、返乡农民工等能人创客返乡创业人数5人以下		
总分	100					
加分项	5	已取得市级及以上乡村品牌已	5	全国乡村品牌		
			4	省乡村品牌		
			0-3	市乡村品牌		
得分：						

淮安市乡村旅游点申报表

申报单位：_____（盖章）

申报时间：_____年_____月

乡村旅游点名称				地址		
申报主体名称				投资主体名称		
负责人		负责人电话			咨询、预订电话	
联系人		联系人电话			联系QQ或邮箱	
1.基本情况						
核心区范围与面积(亩)		依托景区名称			已获品牌	
床位数	张			餐位数	个	
停车场面积	平米	厕所数	个	厕位数	个	
直接就业人数	人	转移农村劳动力人数	人	季节性用工人数	人	
住宿设施类型	特色民宿()乡村酒店() 庄园()其它()		房型			
上年经营情况	接待游客人数	万人次	旅游收入	万元		
	农副产品销售额	万元				
投入情况	累计投入	万元	上年度投入	万元		
核心产品	农事体验产品()休闲产品()度假产品()其他()					
开业时间	年 月					

建设情况	<p>主要包括：旅游资源概述（所处区位、周边情况、主要依托资源及核心吸引物），产品特征及发展概况（产品类型及主要项目建设内容、经营管理团队、开业时间、发展过程、累计投入、近年经营情况等），旅游参与，体验项目（常设和专项旅游活动项目的名称、内容、活动方式、开展的节庆活动等），1000字以内。</p>
------	---

<p>申报承诺</p>	<p>根据《淮安市乡村旅游点评定标准》，本单位申请淮安市乡村旅游点。 本单位明确并将遵守下列准则： （1）全面填写申请报告的各项数据，对其真实性负责。 （2）提供企业有关情况数据。</p> <p style="text-align: right;">本单位负责人签字：</p> <p style="text-align: right;">本单位公章 年 月 日</p>							
<p>单位自评分</p>	<p>环境 风貌</p>	<p>资源 价值</p>	<p>基础 设施</p>	<p>配套设施 与服务</p>	<p>智慧旅游 与营销</p>	<p>综合 管理</p>	<p>经济社 会效益</p>	<p>总分</p>
<p>推荐单位分</p>	<p>环境 风貌</p>	<p>资源 价值</p>	<p>基础 设施</p>	<p>配套设施 与服务</p>	<p>智慧旅游 与营销</p>	<p>综合 管理</p>	<p>经济社 会效益</p>	<p>总分</p>
<p>县区文化 广电和旅游 局意见</p>	<p style="text-align: right;">盖章</p> <p style="text-align: right;">2022 年 月 日</p>							

淮安市乡村旅游点评分细则

序号	评定项目	检查评定方法与说明	大项分值栏	分项分值栏	次分项分值栏	小项分值栏	最小分值栏	单位自评计分栏	推荐单位计分栏
1	环境风貌		90						
1.1	生态环境质量			40					
1.1.1	空气质量	参照有关国家标准 GB3095-2012, 以当地旅游旺季的情况为准, 现场并结合鉴定材料检查(全国范围的污染除外)。			10				
		达到国家一级标准				10			
		达到国家二级标准				5			
1.1.2	水体质量	参照有关国家标准 GB3838, 严重污染者取消参评资格			10				
		达到国家Ⅲ类水标准				10			
		达到国家Ⅳ类水标准				5			
1.1.3	噪声质量	以当地旅游旺季的情况为准			10				
		达到国家声环境质量标准中关于乡村声环境的要求 (GB3096-2008)				10			
1.1.4	绿化覆盖率	林相、植被丰富, 形成四季景观			10				
		绿化覆盖率 80%以上				10			

		绿化覆盖率 60-80%				8			
		绿化覆盖率 40-60%				5			
1.2	生态保护			30					
1.2.1	保护措施	有完善的保护措施和保护制度、 责任明确			10				
1.2.2	保护经费投入	有财务支出证明，占可统计乡村 旅游收入的比例			10				
		达到 5%				10			
		达到 3%				8			
		达到 1%				5			
1.2.3	保护效果	对生态有重大破坏的，此项不得 分			10				
		生物多样性得到保护，人与自然 和谐共处				10			
		基本保持生态的可持续性和完整 性				5			
1.3	管线处理			10					
		内部输电、通讯线路等全部采用 地下隐蔽方式			10				
		架空线路整齐，不破坏视觉效果			5				
1.4	标牌(广告牌) 设置	标牌(广告牌)风格文化艺术性 强，与整体建筑风格及环境景观 协调统一		10					
		设施标牌(广告牌)风格具有好的 文化艺术性，且与整体建筑风 格及环境景观比较协调			10				
		不乱贴、乱放、乱摆小广告，商 业服务设施招牌不过分突出			5				
2	资源价值		10						
			5						
2.1	游憩价值			60					

2.1.1	自然和人文景观性	文化特色特别突出的乡村聚落，可以其人文景观性为主进行评分			40			
2.1.1.1	整体景观特色				10			
		自然和人文景观性特色鲜明，能够充分体现自然乡村风情及当地文化特色。				10		
		自然和人文景观性特色较为鲜明，能够较好体现自然乡村风情及当地文化特色。				8		
		自然和人文景观有一定特色，在一定程度上能够体现自然乡村风情及当地文化特色。				5		
2.1.1.2	建筑外部风貌				10			
		建筑风格富含乡土气息、特色突出，与周围乡村环境高度融合				10		
		建筑、外观特色突出，与周围环境相协调				8		
		建筑、外观与周围环境融合较好				5		
2.1.1.3	内部装饰氛围				10			
		餐厅、住宿及其他接待设施的内部装饰上乡村、农家风情浓厚，地方特色突出				10		
		餐厅、住宿及其他接待设施的内部装饰上具有一定的乡村、农家风情，且地方特色性较好				5		
2.1.1.4	其他配套景观				10			
		交通场站、休息座椅、景观小品等配套设施特色鲜明，并与乡村环境紧密融合						
		交通场站、休息座椅、景观小品等配套设施有特色，并与周边乡村环境相融合						

2.1.2	多样性			15				
		资源类型非常丰富，多样性突出			15			
		资源类型比较丰富，多样性较为突出			10			
		资源类型尚可，初步形成多样化			5			
2.1.3	科普性			5				
		科普价值具有全国意义			5			
		科普价值具有省级意义			4			
		科普价值具有地区意义			3			
2.2	产品丰度			45				
2.2.1	产品数量	乡村旅游休闲娱乐产品、服务项目或者游客参与的农事体验、民俗文化活动数量（每有1处可得1分，该项最高可得15分）；可游览或体验的产品与活动不宜少于6处。（参考项目：戏曲表演、赛龙舟、跑马、射箭、斗牛、歌会、灯会、农户婚嫁迎娶、节庆礼仪、刺绣、草编、竹编、木雕、石雕、泥塑、农民画；耕作、插秧、除草、收割、扬谷、脱粒、推磨、施肥、育苗、栽培、纺纱、织布、踏水车、垂钓、捕捞、养殖、采摘、挤奶、打油菜、吊井水、摸螺、拾贝、挖笋、狩猎等）			15			
2.2.2	产品类型	乡村旅游休闲项目与活动类型，如采摘类、垂钓类、渔猎活动类、乡村美食风味类、农耕农事参与类、活态文化/民俗体验类等。乡村旅游休闲项目与活动类型不少于1类，如：咖啡吧、茶吧、冰吧、休闲书屋、各类DIY作坊、亲子课堂等。			15			

		5类以上				15			
		3-5类				10			
		1-3类				5			
2.2.3	乡村夜旅游产品类型				15				
		夜生活产品包括：乡村酒吧/茶吧、休闲养生、康体美容、文化演艺、参与体验性活动等，每有1类，可得5分，该项最高可得15分。							
3	基础设施		19						
			5						
3.1	交通设施			11					
				5					
3.1.1	可进入性				5				
		通达性良好，外部交通与内部交通有序衔接；有城市公交或旅游专线车到达				5			
		有班车客运线到达				3			
3.1.2	外部道路与标识				10				
		道路体系景观良好；道路交通标识设置科学、合理、美观，符合GB/T10001.1标志用公共信息图形符合第1部分：通用符号				10			
		道路尺度适宜，路面平整；道路交通标示设置比较齐全，符合GB/T10001.1标志用公共信息图形符号第1部分：通用符号				8			
		有路标，基本满足自驾游需求				5			
3.1.3	内部道路				20				

3.1.3.1	特色游步道	乡村旅游区区域内有特色游步道，游步道设计与整体氛围协调，符合乡村特色，生态环保				10			
3.1.3.2	游览线路设计	线路设置合理，形成环线交通；较窄道路设置有会车点				10			
3.1.4	内部游览标识	路标、导览图、标示牌、景物介绍牌、安全提示牌等内部标识齐全，放置合理、美观；且符合GB/T10001.2 标志用公共信息图形符合第2部分：旅游休闲符号，或内部标识具有区域特色且统一规范			30				
3.1.4.1	全景导览图	在入口处、重要节点等醒目位置有全景导览图				5			
3.1.4.2	指引标识牌	指引标志牌布局合理，能够有效引导方向				5			
3.1.4.3	景物介绍牌	主要旅游区、景观或相关展示内容，设有介绍说明牌				5			
3.1.4.4	安全环保提示牌	在游人可达的具有安全隐患地段设置有安全警示牌，在绿地、林地、草地等绿化空间及遗址遗迹保护场所等设置有环保提示牌				5			
3.1.4.5	设计制作	制作优良，图案直观明了，雅致大方；具有乡村文化特色，艺术感强；材质的档次、生态性、与景区协调性（酌情打分）				10			
3.1.4	内部交通工具				20				
3.1.4.1	内部交通工具种类	范围大的乡村旅游区有中巴车、电瓶车、船只或其他特色慢行交通工具，交通工具及驾驶员证照齐全				10			
3.1.4.2	内部交通工具特色	范围大的乡村旅游区有内部交通工具，且具有浓郁的地方特色，能够成为旅游吸引物的一部分				10			
3.1.5	停车场（或码头）				30				

3.1.5.1	环境				10			
		有与乡村景观环境相协调的专用生态停车场或船舶码头				10		
		有与乡村景观环境相协调的停车场地或船舶码头				8		
		有停车场所或船舶码头				5		
3.1.5.2	布局				10			
		布局合理，能充分满足游客接待量要求				10		
		布局比较合理，能满足接待需求				8		
		布局基本合理，能基本满足接待需求				5		
3.1.5.3	场地与标识				10			
		场地生态、平整，绿化美观；标识规范、醒目、美观，特色突出				10		
		场地平整，绿化美观；标识规范、醒目，特色突出				8		
		场地平整；标识规范、醒目				5		
3.2	安全设施			30				
3.2.1	齐全完好	有足够的消防、防盗、救护、安全监测等设施设备，且完好、有效；特种设备有安全认证，标识齐全有效，定期检修，无超期服役现象；现场检查安全无隐患			10			
3.2.2	危险地段防护	危险地段安全警示醒目、规范，防护设施齐备、有效，特殊地段有专人看守			10			
3.2.3	应急出口	区域内有应急疏散出口			10			
3.3	卫生设施			50				

3.3.1	公共厕所			24			
3.3.1.1	数量	根据规模和游客接待量有足够的公共厕所，厕位总量达旺季日均游客接待量的比率			10		
		5%以上				10	
		3%以上				8	
		1%以上				5	
3.3.1.2	质量	符合《旅游厕所建设管理指南》（2015年）的要求			14		
		60%以上达到 AAA 级				14	
		60%以上达到 AA 级及以上				10	
		60%以上达到 A 级及以上				6	
3.3.2	垃圾桶			8			
3.3.2.1	设置	根据可降解程度分类设置			2		
3.3.2.2	外观	整洁			2		
3.3.2.3	数量	数量充足，布局合理			2		
3.3.2.4	造型	造型美观，与环境相协调			2		
3.3.3	污水排放设施			10			
3.3.3.1	排放设施	排放设施齐全、完好			5		
3.3.3.2	排放措施	有切实落实的污水处理措施，并实行雨水收集和中水回收利用			5		
3.3.4	垃圾清洁清扫设施			8			

		美观、整洁，与景观环境相协调				8			
		整洁、实用				4			
4	配套设施与服务		27						
4.1	游客中心与服务			50					
4.1.1	游客中心设施				30				
		有游客中心或专门的游客咨询服务点，位置合理，整体建筑体现乡村风貌特色；能通过触摸屏及播放录像等，向游客比较系统地介绍本旅游点活动内容及服务项目；能提供雨伞、轮椅等设施				30			
		有游客中心或专门的游客咨询服务点，位置合理，整体建筑有一定的乡村特色；能向游客比较系统地介绍旅游活动内容及服务项目；能提供雨伞等设施。				20			
		有结合乡村商品展销提供咨询服务的电话，能够保持畅通，并提供基本服务				10			
4.1.2	旅游咨询服务				10				
		能够提供常态化的旅游咨询服务，24小时有值班服务人员；且服务人员统一着装有特色，整洁挺括，服务优良、亲切热情				10			
		能够提供正常的旅游咨询服务；且服务人员整洁挺括、服务优良，且服务态度较为热情				8			
		有服务电话，能提供基本服务				5			
4.1.3	讲解服务				10				

4.1.3.1	讲解人员				4			
		有满足旅游旺季需求的专兼职讲解员，着装特色鲜明				4		
		有满足旅游需求的专（兼）职讲解员，着装有特色				3		
		有基本满足旅游需求的专（兼）职讲解员				2		
4.1.3.2	讲解内容	准确、完整，具有深厚的地方特色				2		
4.1.3.3	讲解效果	清晰、生动，能根据游客特点进行有针对性的讲解，效果好				2		
4.1.3.4	讲解语种	有外语讲解				2		
4.2	餐饮设施与服务			75				
4.2.1	餐厅				20			
4.2.1.1	餐厅位置	位置合理、采光通风良好				5		
4.2.1.2	餐厅地面	餐厅地面已作处理，防滑、美观、易于清洗				5		
4.2.1.3	餐厅设施与用具					10		
		桌椅、用具、餐具、酒具、茶具干净无油污，且整齐配套，具有浓郁的本土乡村特色					10	
		桌椅、用具、餐具、酒具、茶具基本配套，干净无油污，具有本土乡村特色					8	
		桌椅、用具、餐具、酒具、茶具干净、卫生、齐全					5	
4.2.2	餐厅服务				15			

4.2.2.1	健康证	餐厅服务人员均持有健康证明, 有不符合要求人员不得分, 并及时整改				3			
4.2.2.2	着装	精神面貌良好, 着装统一、整洁、富有地方特色				3			
4.2.2.3	服务人员	形象端正, 精神饱满, 态度热情				3			
4.2.2.4	服务规范	服务规范到位				3			
4.2.2.5	服务速度	就餐高峰, 游客等待时间在 30 分钟以内				3			
4.2.3	菜单与菜品				20				
4.2.3.1	菜单	菜单干净卫生、特色鲜明、内容齐全、明码标价				5			
4.2.3.2	菜肴品种					15			
		食品原料干净卫生、新鲜, 能随时提供时令、特色菜肴, 品种丰富					15		
		食品原料干净卫生、新鲜, 能提供时令、特色菜肴, 品种较丰富					10		
		食品原料干净卫生、新鲜, 能提供季节性特色菜肴					5		
4.2.4	厨房				20				
4.2.4.1	厨房布局与面积	厨房内部布局合理, 使用面积应与接待能力相适应				2			
4.2.4.2	厨房地面					4			
		厨房地面采用硬化处理, 防滑、有地沟, 干燥, 易于冲洗。墙面瓷砖墙裙满墙, 有吊顶					4		
		厨房地面采用硬化处理, 防滑、有地沟, 干燥, 易于冲洗。墙面瓷砖墙裙不得低于 1.8 米					3		

		厨房地面采用硬化处理,防滑,干燥,易于冲洗。墙面瓷砖墙裙不得低于 1.5 米					2		
4.2.4.3	初加工区、烹调区、凉菜区					4			
		初加工区、烹调区、凉菜区相对独立分设,并符合卫生要求					4		
		初加工区、烹调区应独立分设,并符合卫生要求					2		
4.2.4.4	洗涤区	餐(饮)具洗涤池、清洗池、消毒池应独立分设				2			
4.2.4.5	库存区	有食品库房和非食品库房				2			
4.2.4.6	消毒及仓储设备					4			
		有消毒专用、冷藏、冷冻和保鲜设备,生冷熟食、半成品分开放置					4		
		有消毒专用、冷藏、冷冻设施设备					3		
		有冷藏、冷冻设施					2		
4.2.4.7	卫生标准	用具符合 GB14934 食(饮)具消毒卫生标准和 GB18483 饮食业油烟排放标准				2			
4.3	住宿设施与服务			50					
4.3.1	住宿设施				20				
4.3.1.1	特色民宿					10			
		住宿设施为特色民宿、乡村庄园、乡村主题度假酒店,且数量上能够满足游客需求					10		
4.3.1.2	配套设施与用品					10			

		配备有完善的冷暖设备或换气装置，配套设施完好，用品配备完整且能及时补充					10		
		配备一定的暖软设备或换气装置，配套设施完好，用品配备能满足顾客需要					8		
		配备用品与用具基本能够满足顾客需求，房间用品干净整洁					5		
4.3.2	住宿服务				30				
4.3.2.1	服务人员					15			
		服务人员统一着具有本土特色的服装，整洁挺括，服务优良、热情周到；24小时有值班服务人员；					15		
		服务人员统一着装，整洁挺括，服务规范；					10		
		服务人员着装整洁，服务较规范					5		
4.3.2.2	服务要求					15			
		布草统一收集，统一清洗消毒、熨烫，定期对客房消毒杀菌					15		
		布草统一收集，统一清洗消毒，定期对客房消毒杀菌					10		
		布草统一清洗消毒，定期对客房消毒杀菌					5		
4.4	购物设施与服务			40					
4.4.1	场所布局				10				
		布局非常合理，外部广告标志与观景效果协调一致					10		
		布局非常合理，外部广告标志不影响观景效果					8		

		布局比较合理，外部广告标志基本不影响观景效果				5			
4.4.2	购物商品或农副产品				20				
		特色商品或特色农副产品 8 种以上；且本地特色商品不少于 4 种；并有不同规格的包装供选择				20			
		特色商品或特色农副产品 6 种以上；且本地特色商品不少于 3 种				15			
		特色商品或特色农副产品 4 种以上；且本地特色商品不少于 2 种				10			
4.4.3	购物服务				10				
		价格合理，服务热情，始终保持微笑服务				10			
		价格比较合理，服务比较热情				5			
4.5	娱乐设施与服务			20					
		有娱乐设施，白天和夜间均可提供娱乐活动				20			
		有娱乐设施，白天或夜间可提供娱乐活动				10			
4.6	人性化设施与服务			35					
4.6.1	人性化设施				20				
		无障碍、遮阳避雨、休息座椅等人性化设施齐全，可以实现无障碍旅游，人性化程度很高				20			
		人性化设施基本齐全，人性化程度较高				15			
		具有一定的人性化设施、设备，人性化程度尚可				10			

4.6.2	人性化服务			15					
		针对老年人、儿童、孕妇、残障人等特殊人群提供相应的人性化爱心关怀服务，针对普通游客的切身需求，能够提供多样的个性化、定制化的特色服务。				15			
		针对老年人、儿童、孕妇、残障人等特殊人群能够提供一定的人性化爱心关怀服务，针对普通游客的切身需求，可以提供一定的个性化、定制化的特色服务。				10			
		针对老年人、儿童、孕妇、残障人等特殊人群能够提供基本的人性化服务。				5			
5	智慧旅游与营销		55						
5.1	智慧旅游			25					
5.1.1	网站建设				10				
5.1.1.1	网站板块					5			
		网站板块合理，功能齐全，至少有两种语言，能够及时进行网络预订、预约及支付服务					5		
		网站板块较为合理，可及时提供网络预订及预约服务					3		
		网站板块基本合理，功能基本齐全					1		
5.1.1.2	网站信息	网站信息全面，且及时更新					5		
5.1.2	二维码、微信或微博				10				

		有二维码可供扫描，且交通、游览等信息全面，更新及时；或开通微信或微博账号，能够和游客实时互动				10			
		有二维码可供扫描，且交通、游览等信息较为全面；或开通微信或微博账号，能够和游客及时互动				8			
		有二维码可供扫描，且有交通、游览等信息；开通微信或微博账号，能够和游客互动				5			
5.1.3	wifi					5			
		在游客集中区域，有免费 wifi 供游客使用，信号强				5			
		在游客集中区域，有 wifi 供游客使用				3			
		在游客服务中心，有 wifi 供游客使用				1			
5.2	宣传营销					30			
5.2.1	品牌宣传					10			
		有统一设计的 CIS 系统，标示鲜明，在省级及以上媒体进行品牌宣传				10			
		有统一设计的标示系统，在县级及以上媒体进行品牌宣传				5			
5.2.2	节庆活动					10			
		每年有不少于 2 次有特色的节庆活动				10			
		每年有 1 次有特色的节庆活动				5			
5.2.3	宣传材料					10			
		有介绍乡村旅游区区位概况及活动项目等内容的视频、图片、文字等宣传资料，内容丰富，制作精美，更新适时				10			

		有介绍乡村旅游区区位概况及活动项目等内容的宣传资料，内容丰富，制作良好，更新适时				8			
		有介绍乡村旅游区区位概况及活动项目等内容的宣传，内容详实，制作较好				5			
6	综合管理		13						
			5						
6.1	管理机构设置			15					
		管理机构具有法人资格，管理制度完善，职责明确，有专职管理人员			15				
		有管理机构，能做到职责分明，管理有效			10				
		有兼职管理人员，管理基本有效			5				
6.2	购物管理			10					
		对购物场所进行集中管理，环境整洁，秩序良好，无围追兜售，强卖强买现象。有统一管理措施和手段，包括质量管理、价格管理（需明码标价）、计量管理、位置管理、售后服务管理等。			10				
		购物场所环境整洁，秩序良好，无围追兜售，强卖强买现象。有管理措施和手段。			5				
6.3	安全管理			20					
6.3.1	安全制度				10				
		旅游安全教育防范制度和安全生产责任制健全，有定期和不定期的安全检查、预演、监督和及时报告制度				10			

		旅游安全教育防范制度和安全生产责任制较为健全，有安全检查、预演、监督和及时报告制度				8			
		有旅游安全教育防范制度和安全生产责任制，有安全检查、预演、监督和报告制度				5			
6.3.2	应急救援				10				
		有切实可行的旅游安全应急预案，应急处理能力强，事故处理及时、档案记录准确；有经过专业培训的急救人员；有应急电话并向游客公布且畅通有效；与相关单位有专门运送协议，及时发现，安全运送。				10			
		有的旅游安全应急预案，应急处理能力较强；有经过专业培训的急救人员；有应急电话并向游客公布且畅通有效；与相关单位有专门运送协议，及时发现，安全运送。				8			
		有应急预案，具备应急处理能力；配有急救人员；有应急电话并向游客公布且保持畅通。				5			
6.4	卫生管理				30				
6.4.1	环境卫生				20				
6.4.1.1	场地秩序	无乱堆、乱放、乱建现象，施工场地维护完好、美观				5			
6.4.1.2	游览场所地面	无污水、污物				5			
6.4.1.3	建筑物	无污垢、整洁美观				5			
6.4.1.4	气味	清新，无异味				5			
6.4.2	垃圾管理				10				

6.4.2.1	垃圾清扫	跟踪、流动清扫或日产日清				5			
6.4.2.2	垃圾处置	有垃圾处理场或集中的场地，不乱堆放，不就地焚烧或掩埋；电池、污油等危险废弃物实行分类回收，防止污染				5			
6.5	发展规划			20					
6.5.1	旅游规划编制				10				
		有完善的具有指导性、前瞻性、可操作性的经过审批的乡村旅游区发展规划，建设开发项目符合规划要求				10			
		有乡村旅游区发展规划，建设开发项目符合规划要求				8			
		有未来乡村旅游发展策划				5			
6.5.2	旅游规划实施				10				
		全面按乡村旅游区规划实施				10			
		基本按乡村旅游区规划实施				5			
6.6	教育培训			20					
6.6.1	培训计划				10				
		有完善、系统的年度、月度培训计划，并按计划实施				10			
		有较为完善、系统的培训计划，并按计划实施				8			
		有培训计划，并基本按计划实施				5			
6.6.2	培训率				10				

		从业人员受过旅游管理、旅游服务、旅游安全等相关培训，培训率达 100%，特种作业人员持证上岗				10			
		从业人员受过旅游管理、旅游服务、旅游安全等相关培训，培训率达 80%，特种作业人员持证上岗				8			
		从业人员受过旅游管理、旅游服务、旅游安全等相关培训，培训率达 60%，特种作业人员持证上岗				5			
6.7	服务质量监督			20					
6.7.1	游客满意度	定期收集、分析游客意见和建议，提高服务质量				5			
		有极好的声誉，受到 90%以上游客和绝大多数专业人员的普遍赞美				5			
		有很好的声誉，受到 80%以上游客和绝大多数专业人员的普遍赞美				3			
		有较好的声誉，受到 70%以上游客和绝大多数专业人员的普遍赞美				1			
6.7.2	质量监督制度					5			
		有完善的质量监督制度，定期对服务质量进行检查，并及时反馈				5			
		有较为完善的质量监督制度，定期对服务质量进行检查并反馈				3			
		有质量监督制度，不定期对服务质量进行检查				1			
6.7.3	质量监督方式					5			
		设有专职服务质量监督部门，主动征求游客意见、接受游客监督，对外公布质量投诉监督电话号码				5			

		设有专职服务质量监督人员，接受游客监督，对外公布质量投诉监督电话号码				3			
		设有兼职的服务质量监督人员，对外公布质量投诉监督电话号码				1			
6.7.4	投诉处理				5				
		诚恳对待游客投诉，认真及时处理游客的意见和建议，投诉必复。投诉处理满意率达到 98%以上				5			
		诚恳对待游客投诉，认真及时处理游客的意见和建议，投诉必复。投诉处理满意率达到 95%以上				3			
		诚恳对待游客投诉，认真及时处理游客的意见和建议，投诉必复。投诉处理满意率达到 90%以上				1			
7	经济社会效益		15						
			0						
7.1	适游期			20					
		9 个月（含）以上			20				
		6（含）-9 个月			15				
		6 个月以下			10				
7.2	年接待人次数			20					
		15 万（含）人次			20				
		10 万（含）到 15 万人次			15				
		5 万（含）人次以上			10				
7.3	市场辐射力			20					

		有境外游客，且年均不少于 1000 人次			20				
		有市外游客，且占比不少于 40%			15				
		有市外游客，且占比不少于 20%			10				
7.4	游客停留时间			30					
7.4.1	区内客房出租率	乡村旅游区内客房年平均出租率			20				
		45%（含）以上			20				
		35%（含）-45%			15				
		35%以下			10				
7.4.2	游客停留时间				10				
		1.5 天以上			10				
		1-1.5 天			8				
		1 天以内			5				
7.5	吸纳就业人数			40					
7.5.1	直接从业人数				20				
		100 人（含）以上			20				
		50 人（含）到 100 人之间			15				
		50 人以下			10				
7.5.2	本地居民占比	旅游就业人数中本地居民占比			10				

		40%（含）以上				10			
		30（含）-40%				8			
		30%以下				5			
7.5.3	区内居民支持率	区内居民中支持发展乡村旅游的占比			10				
		80%（含）以上				10			
		70%（含）-80%				8			
		60%-70%				5			
7.6	社会责任			20					
7.6.1	知名度				10				
		全国知名，获得国家级相关称号和荣誉				10			
		省内知名，获得省级相关称号和荣誉				8			
		地区知名，获得县、市级相关称号和荣誉				5			
7.6.2	公益性				10				
		获得市级（含）以上产学研基地、爱国主义教育基地等称号，以及为社会作出较大贡献的公益活动				10			
		获得市级以下范围内产学研基地、爱国主义教育基地等称号，以及为社会作出贡献的公益活动				5			
合计			100	100					

附件 7

淮安市乡村旅游点申报汇总表

填报单位：_____

填报日期：_____年____月

序号	项目名称	项目地址	申报单位	投资主体名称	投资主体性质	项目负责人及电话	项目建设起止时间	计划投资(万元)	已完成投资(万元)	备注