

DB 4401

广 州 市 地 方 标 准

DB 4401/T XXXX—2022

文化和旅游市场主体信用评价规范

Specification for credit evaluation of cultural and tourism market entities

(送审稿)

XXXX - XX - XX 发布

XXXX - XX - XX 实施

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 评价原则	2
4.1 系统性	2
4.2 科学性	2
4.3 客观性	2
4.4 安全性	2
5 评价指标	2
5.1 指标分类	2
5.2 评分指标	2
5.3 加分指标	3
5.4 严重违规指标	3
6 等级划分	3
7 信用评价	3
7.1 信用主体	3
7.2 评价主体	4
7.3 评价流程与要求	4
7.4 异议处理	5
7.5 跟踪复核	5
8 评价管理	5
附录 A（资料性） 广州文化和旅游市场主体信用评价指标	6
附录 B（资料性） 广州市文化和旅游市场主体信用评价加分指标	11
附录 C（资料性） 广州市文化和旅游市场主体信用评价严重违规指标	12
参考文献	13

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。

本文件由广州市文化广电旅游局提出并归口。

本文件起草单位：广州市文化广电旅游局、广州旅游协会、广东省标准化研究院、广州市文化娱乐业协会。

本文件主要起草人：何伟业、李宇青、李鹏、林文上、钟茜、姚雪菲、温上京、肖立斌、陈贤明、李渭灵、李小骥、吴雁飞、黄润飞、严慧蓉。

文化和旅游市场主体信用评价规范

1 范围

本文件界定了文化和旅游市场主体信用评价的评价原则、评价指标设置与等级划分、信用评价的要求。

本文件适用于文化和旅游市场主体信用等级评价。

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 22116—2008 企业信用等级表示方法
- GB/T 22117—2018 信用 基本术语
- GB/T 22119—2017 信用服务机构诚信评价业务规范
- GB/T 23794—2015 企业信用评价指标
- GB/T 34830.1—2017 信用信息征集规范第1部分：总则

3 术语和定义

GB/T 22117—2018界定的术语和定义适用于本文件。

3.1

信用

组织履行承诺的意愿和能力。

[来源：GB/T 22117—2018,2.1,有修改]

3.2

信用主体

参与文化市场和旅游市场信用活动的法人或其他组织。

注：本文件的信用主体主要指文化市场主体和旅游市场主体。文化市场主体包括从事营业性演出、娱乐场所、艺术品、互联网上网服务、网络文化、社会艺术水平考级的法人或者其他组织。旅游市场主体包括从事旅行社经营服务、A级旅游景区经营服务、旅游住宿经营服务、在线旅游经营服务的法人或者其他组织。

[来源：GB/T 22117—2018,2.4,有修改]

3.3

评价主体

符合相关要求，从事信用评价的服务机构或其它组织。

[来源：GB/T 23793—2017,3.3]

3.4

信用评价

评价主体对信用主体在某一时期的信用状况进行记录、分析和评估，并用特定符号标明其信用状况的活动。

[来源：GB/T 23793—2017,3.2,有修改]

4 评价原则

4.1 系统性

评价指标之间有机配合、结构合理，并构成一个完整的体系，能反映文化和旅游市场主体信用的关键信息。指标要素之间相互独立，不存在重复和交叉。

4.2 科学性

评价指标包括影响文化和旅游行业信用的主要因素，客观准确反映文化和旅游市场主体信用的真实状况。

4.3 客观性

对文化和旅游市场主体进行评定应以事实为依据，并使用统一的评定标准。

4.4 安全性

评价工作中相关信用信息的采集、使用和发布应确保数据的保密性、完整性、一致性、可得性。

5 评价指标

5.1 指标分类

文化和旅游市场主体信用评价指标分为评分指标、加分指标、严重违规指标。具体指标分类见表1。

表1 文化和旅游市场主体信用评价指标分类

指标类型	指标解释
评分指标	评价文化和旅游市场主体信用的定量指标和定性指标
加分指标	文化和旅游市场主体获得文旅行业相关的等级评价荣誉
严重违规指标	文化和旅游市场主体严重违规的判定指标

5.2 评分指标

评分指标是开展文化和旅游市场主体信用评价的共性指标，在GB/T 23794—2015规定的基本指标基础上，结合文化和旅游行业特点选取专项指标，指标内容包括但不限于：

- a) 信用基础指标：文化和旅游市场主体的基本信用素质，涉及基本素质、信用理念等；
- b) 信用能力指标：文化和旅游市场主体在场所、财务、人员管理等方面应满足的基础信用能力，以及在服务过程中的信用保障能力，包括服务能力、管理能力、创新能力、履约能力等综合能力；

- c) 信用行为指标：文化和旅游市场主体遵守法律法规规章和其他规范性文件、行业规则、内部管理规定、承担利益相关方责任、兑现承诺等行为，涉及信用记录、履约情况、满意度、外部评价、社会责任等行为表现情况。

具体评分指标项内容及说明见附录 A。

5.3 加分指标

文化和旅游市场主体参加诚信旅行社、星级酒店、星级民宿、A级旅游景区等评定工作，获得相应评定级别的加分。加分值参见附录B。

5.4 严重违规指标

根据相关的法律法规以及文化和旅游管理部门相关规章,认定为文化和旅游市场主体严重违规失信的行为，将文化和旅游市场主体信用等级归档为 D 级。具体指标内容见附录 C。

6 等级划分

6.1 文化和旅游市场主体信用等级应按照 GB/T 22116—2008 规定，由高到低依次分为 AAA、AA、A、B、C、D 四等六个级别。

6.2 各等级的标志、释义见表 2。

表 2 信用等级标志释义表

信用等级标志	信用提示	释 义
AAA	信用优良	信用主体对履行相关经济和社会责任能够提供极强的保障，环境因素变化对其稳定发展影响极小，违约风险极低；企业信用优良
AA	信用良好	信用主体对履行相关经济和社会责任能提供好的保障，环境因素发生不利变化时可能会影响其发展，违约风险低；企业信用良好
A	信用较好	信用主体对履行相关经济和社会责任能提供较好的保障，对于抵御环境发生不利变化时的能力一般，违约风险较低；企业信用较好
B	信用一般	信用主体对履行相关经济和社会责任时能提供一般的保证，存在违约风险；企业信用一般
C	信用差	信用主体履约能力很弱，违约风险很大；企业信用差
D	信用很差	信用主体存在严重违规失信的行为；企业信用很差

7 信用评价

7.1 信用主体

7.1.1 具有合法的经营资质，证照齐全。

7.1.2 具有与服务相适应的经营场地、服务设施、环境。

7.1.3 应对其所提供的评价信息的客观、真实、有效性等负责。

7.2 评价主体

7.2.1 评价主体为第三方信用服务机构的，应在市场监督管理部门注册登记，具有独立法人资格，在“信用中国”网站(www.creditchina.gov.cn)，无严重违法违规经营行为记录，并未被列入经营异常名录或严重违法失信企业名单；评价主体为社会组织的，应在民政部门注册登记，具有独立法人资格，业务范围具有开展社会信用体系建设相关业务，对企事业单位诚信建设进行调研、征信、评选、评估、认证的资质。

7.2.2 评价主体、评价人员应与信用主体无利益相关。

7.2.3 遵守职业道德，公平、公正开展评价工作。

7.2.4 评价业务规范应符合 GB/T 22119—2017 的相关要求。

7.3 评价流程与要求

7.3.1 受理申请

7.3.1.1 评价主体收到信用主体申请后，应审核信用主体提交材料的真实、完整性，确定是否接受信用评价申请。

7.3.1.2 信用主体如有非法设立、资质不全、提供虚假材料、严重违法失信等情形，不予受理。

7.3.2 信息核实

7.3.2.1 评价主体应对信用主体提供的各类信息进行真实性审查。

7.3.2.2 对有异议的信息可通过函电确认、现场调查等方式核实。

7.3.2.3 核实依据主要来源于政府部门公开信息、监督管理信息、市场调查信息和现场调查结果等。

7.3.3 等级评定

7.3.3.1 评价主体应根据评价指标对信用主体进行评分，总分高于 100 分的，按照满分 100 计分，低于 0 分的，按照 0 分计分。

7.3.3.2 根据得分情况，确定信用主体的信用等级。得分对应的信用等级见表 3。

7.3.3.3 市场主体存在严重违规失信的行为，相关指标参照附录 B，应直接评定为 D 级。

表 3 信用等级与得分对应表

信用等级标志	得 分
AAA	[85, 100]
AA	[80, 85)
A	[70, 80)
B	[60, 70)
C	[50, 60)
D	[0, 50)

7.3.4 结果公示

评价结果应通过相关行业主管部门、行业协会官方网站等相关媒体向社会公示，公示期不少于5个工作日。

7.4 异议处理

7.4.1 在公示期内没有收到异议的评价结果为最终信用等级；如有异议，可申请复评，复评仅限一次，复评结果为最终信用等级。

7.4.2 评价主体应按照 GB/T 34830.1—2017 第 9 章的规定对异议信息进行核查、处理，并保留异议信息处理各环节的原始资料。

7.4.3 核查信息有误，评价主体应更改评价结果并重新公示。

7.5 跟踪复核

信用评价结果有效期为2年。评价主体应在信用评价结果有效期内对信用主体进行跟踪并定期复核，动态调整信用等级。

8 评价管理

8.1 评定主体应根据相关要求对评定数据、信息和结果进行记录、分类和归档保存，应建立和落实评定信息及结果的保密制度。

8.2 若信用主体因严重失信行为受到处罚或有意隐瞒，提交虚假申报材料，后续若被发现或被曝光，评价主体应立即取消信用主体的企业信用等级评定结果，并进行通报，5年内不能参与评价。

8.3 评价过程中采集的相关信用信息，评价主体和相关机构应做好信息安全保密工作，符合信息安全管理相关规定。

附录 A

(资料性)

广州文化和旅游市场主体信用评价指标

A.1 信用评价指标

广州文化和旅游市场主体信用评价指标具体内容见表A.1。

表 A.1 广州文化和旅游市场主体信用评价指标项名称及赋分

一级指标	二级指标	三级指标	评价内容	得分
信用基础 (12分)	基本素质 (4分)	企业资质(1分)	成立并经营满5年得1分,3年得0.5分,未满3年得0分	
		登记管理(2分)	1) 具备合法资质,按时提交企业经营年报得1分; 2) 营业执照和经营资格等级按规定明示的得1分	
		联络信息(1分)	1) 公示有效的联系电话、办公地址、电子邮箱各得0.2分; 2) 有网站、公众号、小程序、微博等网络媒体平台之一的得0.1分,网络媒体平台运行有效得0.3分	
	信用理念 (8分)	信用文化(2分)	有信用文化建设制度和开展信用文化活动的各得1分	
		制度建设(3分)	1) 有信用管理机构即治理结构(监事或经营团队)的得1分,没有得0分; 2) 股权结构清晰、组织结构设置、职能及职责明确,且记录完整,得1分,缺一项减0.2分,最高减1分; 3) 有信用管理制度并执行有效(有相关台账记录的)得1分;不满足需要的,得0分	
		品牌建设(3分)	1) 信用主体有品牌建设方面的主观意愿、追求的目标和发展思路等,包括对品牌培育、建设、发展的规划等得1分; 2) 信用主体获得商标、品牌荣誉、品牌称号等,每项得0.5分,封顶2分	
信用能力 (55分)	场所 (2分)	场所产权 (2分)	经营场所稳定性:自有产权或合同年限。 1) 自有产权或合同年限10年以上(含10年),得2分; 2) 9年至5年(含5年),得1分; 3) 低于5年的,得0.5分	

表 A.1 广州文化和旅游市场主体信用评价指标项名称及赋分（续）

一级指标	二级指标	三级指标	评价内容	得分
信用能力 (55分)	管理能力 (17分)	应急管理 (2分)	1) 有完善的安全生产各类突发事件应急预案的, 每项得0.2分, 封顶1分; 2) 近1年有组织突发事件应急演练的, 每一项记录得0.2分, 封顶1分	
		安全管理 (3分)	1) 有所在行业所需要具备的各项安全生产制度的, 每一项得0.2分, 封顶1分; 2) 最近1年有组织定期安全检查, 且有安全记录的, 每一次记录得0.1分, 封顶1分; 3) 设置专门的安全保护(卫)机构或岗位及专职人员得1分, 有兼职人员得0.5分; 4) 存在安全隐患, 被行政主管部门要求整改而未按期完成整改的, 扣3分	
		安全设施 (2分)	1) 有防火、防盗及监控系统并正常运行得1.5分, 部分符合得0.5分; 2) 有有效消防器材、应急照明、救护等安全设施设备, 每项得0.1分, 累计最高得0.5分。	
		安全培训 (2分)	1) 有安全教育培训制度及最近1年安全教育培训记录的, 有1项得0.2分, 最高得1分; 2) 最近1年有开展安全宣传或公开发布安全提示讯息, 每次得0.2分, 最高得1分	
		标志、标识 (1分)	公共(服务)信息导向系统设置符合GB/T 15566.8的要求, 消防警示标志符合GB 13495.1要求, 各得0.5分	
		诚信管理 (2分)	有企业诚信管理体系并运行有效(有工作记录)得1分, 有公开信用承诺并履约践诺得1分	
		管理体系建设 (3分)	1) 建立有效的质量管理、环境管理、职业健康安全管理体系或知识产权管理等体系并实施, 每个体系得0.5分, 累计最高得2分; 2) 通过相关的服务认证和质量管理体系等认证, 每项得0.5分, 累计最高得1分	
		标准化建设 (2分)	1) 每参加1项标准制定, 国家标准得0.5分、行业标准或国家级协会的团体标准得0.3分、省级地方标准得0.2分, 地市级地方标准或省级协会的团体标准得0.1分, 制定企业标准并有效实施每个得0.1分; 2) 获得国家级标准化试点, 得1分, 获得省级标准化试点, 得0.5分; 累计最高得1分。 3) 合计最高得2分	

表 A.1 广州文化和旅游市场主体信用评价指标项名称及赋分（续）

一级指标	二级指标	三级指标	评价内容	得分
信用能力 (55分)	服务能力 (11分)	服务质量 (2分)	1) 服务人员都按照相关要求持证上岗,得1分; 2) 服务行为规范,提供的服务产品或者服务项目符合规定的质量要求,得1分	
		服务管理 (2分)	1) 每个服务项目均有完善的服务流程、操作标准、管理规范、岗位标准(验收标准)等,每项得0.2分,累计最高得1分; 2) 有服务标准验收记录或有通过日常培训、现场管理指导、宾客满意度问询等方式来开展服务质量管理、保证服务质量符合品牌标准的工作记录,每项得0.2分,累计最高得1分; 3) 服务标准不符合实际或实施不力,每项减0.1分,累计最高减1分	
		市场开拓能力 (1分)	1) 市场主体每设1个分支机构(已备案或有相关证明材料)得0.2分,累计最高得2分;	
		售后服务 (2分)	1) 有建立售后服务制度,并有相关的回访制度得1分; 2) 配备专门的售后服务人员,得0.5分; 3) 售后服务或回访制度有效实施,并具有完整的记录的,得0.5分	
		投诉及处理 (2分)	1) 有处理投诉的质量控制部门、规定职责、处理时限、公布投诉渠道、监督电话等制度或措施得1分,无不得分; 2) 最近2年有完整有效的投诉处理记录,投诉响应及时,不存在未处理的记录,并积极配合上级主管部门相关工作,得1分;否则不得分。	
		监督与改进(2分)	1) 建立监督与改进制度得1分; 2) 积极征集意见并及时改进得0.5分,自觉接受舆论监督或相关管理部门事后监督检查合格得0.5分	
	创新能力 (2分)	技术水平 (1分)	每成功研发或应用一项新的服务产品、服务设备、专用工具、智能产品,或引进一项新技术等得0.5分,累计最高得1分	
		知识产权 (1分)	每获得一项相关知识产权、版权得0.5分,累计最高得1分	

表 A.1 广州文化和旅游市场主体信用评价指标项名称及赋分（续）

一级指标	二级指标	三级指标	评价内容	得分
信用能力 (55分)	财务能力 (18分)	偿债能力 (6分)	企业用其资产偿还长期债务与短期债务的能力：短期偿债包括流动比率、速动比率和现金比率，长期偿债包括资产负债率等指标，持续向好，每项指标向好得1.5分，满分6分	
		运营能力 (3分)	企业运用各项资产以赚取利润的能力，包括： 1) 应收账款周转率大于等于优秀值得1分； 2) 存货周转率大于等于优秀值得1分； 3) 总资产周转率大于等于优秀值得1分	
		盈利能力 (3分)	企业资本增值能力，包括： 1) 净资产收益率大于等于10%得1分； 2) 主营业务利润率大于等于15%得1分； 3) 总资产报酬率大于等于8%得1分	
		发展能力 (3分)	1) 资本保值增值率为正得1分； 2) 主营业务收入增长率为正得1分； 3) 最近3年营业利润平均增长率为正得1分	
		财务报告 (3分)	提供最近3年财务报表，必须提供经会计师事务所出具报告或汇算清缴报告（单位财务编制的完整财务报表需加盖公章，包括三表一附注），有近3年的得3分、有近2年的得2分，有近1年的得1分，不提供的不得分	
	履约能力 (5分)	履约制度 (1分)	制定履约监督制度或有实际的履约监督措施并组织实施得1分；未实施不得分	
		履约评价 (2分)	获得市场监管部门颁发的“守合同重信用”称号，得2分	
		履约情况 (2分)	抽查合同履约率100%得2分、90%到100%得1分、70%到90%得0.5分、小于70%不得分（文化娱乐场所等无正式合同的临时性消费，以电商平台订单支付记录或顾客消费订单记录为准。）	

表 A.1 广州文化和旅游市场主体信用评价指标项名称及赋分（续）

一级指标	二级指标	三级指标	评价内容	得分
信用行为 (33分)	外部评价 (10分)	行政监管部门 (6分)	获得行政管理部门评价、表彰及奖励：国家级每项得3分、省级每项得2分、市级每项得1.5分、区级每项得1分，累计最高得6分	
		行业协会 (2分)	组织或员工获得行业协会表彰及奖励每项得0.2分，获得诚信荣誉每项得0.2分，累计最高得2分	
		社会舆情 (2分)	媒体正面报道，每次国家级得0.4分，省级得0.2分，地方得0.1分，累计最高得2分	
	公共信用评价 (3分)	公共信用评价等级 (3分)	在广州市公共信用评价中评定为A级得3分，B级得2分，C级得1分，D级不得分	
	社会责任 (8分)	工资及支付 (2分)	1) 有工资管理规定并按时支付得1.5分；薪酬不低于当地当年平均水平得0.5分； 2) 无工资管理规定或未按时发放不得分	
		福利与保险 (2分)	1) 有休假或节日福利制度、相应的劳动保护待遇并实施得1分； 2) 与劳动者签订劳动合同并购买社会保险得0.5分； 3) 成立党组织、工会、妇联，有其中一项得0.5分，最高得0.5分	
		公益支持 (1.5分)	每参与一次公益慈善活动得0.2分，满分1.5分	
		安置就业 (0.5分)	安置特殊群体人员就业得0.5分，未安置不得分	
		信用活动 (2分)	积极响应参加各级政府组织的信用工作或活动的，每一项得0.5分，累计最高得2分。	
	公共信用 (12分)	纳税信用 (2分)	1) 有近1年内税务部门颁发的《纳税人纳税信用等级调整通知书》和纳税相关证明，纳税等级A级得2分、B级得1.5分，C级得1分，D级得0.5分，M级得0.2分	
		融资信用 (3分)	1) 在银行、保险、担保等各类机构融资过程中无失信记录得3分； 2) 有失信记录不得分，且每项失信记录减2分，不封顶	
		司法信用 (2分)	1) 近3年无因未按法院执行通知履行生效判决被法院采取强制执行措施的情况得2分，近3年有上述情况的不得分； 2) 有法院判决记录且未执行的每项减2分，不封顶	
		行政处罚 (3分)	1) 近3年无行政处罚记录的得3分； 2) 有行政处罚记录的，每一项减2分，不封顶	
		“信用中国”记录 (2分)	评价期内未被列入信用中国“记录失信被执行人或重大税收违法案件当事人名单”的得2分，有记录不得分	

附录 B

(资料性)

广州市文化和旅游市场主体信用评价加分指标

B.1 文化和旅游市场主体信用评价加分指标

表 B.1 加分指标

加分项目	分值
5A级旅行社且诚信旅行社	6
4A级旅行社且诚信旅行社	4
3A级旅行社且诚信旅行社	2
五星级酒店或金鼎级文化主题酒店	6
四星级酒店或银鼎级文化主题酒店	4
三星级酒店	2
国家5A级旅游景区	8
国家4A级旅游景区	5
国家3A级旅游景区	3
红棉三星	4
红棉二星	2
红棉一星	1
国家级文化产业园区或国家级文化产业示范基地	6
省级文化产业园区或省级文化产业示范基地	4
市级文化产业园区或市级文化产业示范基地	2

附 录 C

(资 料 性)

广州市文化和旅游市场主体信用评价严重违规指标

C.1 文化市场主体信用评价严重违规指标

表 C.1 广州市文化市场主体信用评价严重违规指标

违规指标	等级限制
信用主体因欺骗、故意隐匿、伪造、变造材料等不正当手段取得许可证、批准文件的，或者伪造、变造许可证、批准文件的	D级
信用主体提供含有法律、行政法规、规章禁止的内容，造成严重后果的	D级
信用主体受到文化和旅游主管部门吊销许可证行政处罚的	D级
信用主体违规从事营业性演出、娱乐场所、互联网上网服务等文化市场经营活动，造成恶劣社会影响的	D级
信用主体造成重大安全生产事故的	D级
其他应当认定为严重失信主体的情形	D级

C.2 旅游市场主体信用评价严重违规指标

表 C.2 广州市旅游市场主体信用评价严重违规指标

违规指标	等级限制
信用主体因欺骗、故意隐匿、伪造、变造材料等不正当手段取得许可证、批准文件的，或者伪造、变造许可证、批准文件的	D级
发生重大安全事故及以上的	D级
信用主体因侵害旅游者合法权益，造成游客滞留或者严重社会不良影响的	D级
信用主体因受到文化和旅游主管部门吊销旅行社业务经营许可证、星级酒店等级、A级景区等级或其他应当认定为严重失信主体情形的行政处罚的	D级
信用主体未经许可从事旅游市场经营活动，特别是造成重大事故或者恶劣社会影响的	D级
其他应当认定为严重失信主体的情形	D级

参 考 文 献

- [1] GB/T 23793—2017 合格供应商信用评价规范.
- [2] GB/T 23794—2015 企业信用评价指标.
- [3] GB/T 31950—2015 企业诚信管理体系.
- [4] DB4401/T 148—2022 诚信旅行社服务规范评定.
- [5] 市场监督管理总局严重违法失信企业名单管理办法.国家市场监督管理总局令 第44号.
- [6] 文化和旅游市场信用管理规定. 中华人民共和国文化和旅游部令 第7号.