ICS 点击此处添加 ICS 号
CCS 点击此处添加 CCS 号

DB 42

湖 北 省 地 方 标 准

DB 42/T XXXX—XXXX

文化和旅游产品线上消费引导服务规范

征求意见稿

XXXX－XX－XX 发布 XXXX－XX－XX 实施

发 布

目　　次

前言 II
1　范围 1
2　规范性引用文件 1
3　术语和定义 1
4　诚信原则 1
5　产品上下线要求 1
6　人员要求 2
7　服务要求 4
8　信息安全 5
9　投诉处理 6

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。

本文件由××××提出。

本文件由××××归口。

本文件起草单位：

本文件主要起草人：

文化和旅游产品线上消费引导服务规范

1 范围

本文件规定了文化和旅游线上消费引导服务的诚信原则、产品上下线要求、人员要求、服务要求；提供了信息安全、投诉处理等服务建议。

本文件适用于为游客提供文化和旅游产品线上消费的经营单位。

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 26360 旅游电子商务网站建设技术规范

GB/T 33989 电子商务交易产品信息描述 旅游服务

GB/T 34057 电子商务信用 网络零售信用基本要求 消费品零售

3 术语和定义

本文件没有需要界定的术语和定义。

4 诚信原则

文化和旅游产品线上消费引导服务诚信原则应符合GB/T 34057中4.1的要求。

5 产品上下线要求

5.1 产品经营单位

5.1.1 基础信息

文化和旅游产品经营单位应具备法律、法规和规章规定的资质，应按照GB/T 33989要求提供企业信息，包括但不限于：工商营业执照、经营许可证等。同时还应提供企业经营相关基础信息或个人身份等证明，包括但不限于：法人信息、联系人信息、联系地址等。

5.1.2 财务信息

经营单位应提供相关财务信息，如：开户银行、银行账号、税务信息等；应提供相关收款信息，如：数字人民币、银联、支付宝、微信收款信息等；如非直销产品，还需提供第三方平台商户号、支付证书等。

5.2 上下线要求

5.2.1 产品信息

经营单位应按照GB/T 33989要求上线文化和旅游产品信息，对旅游类产品信息进行清晰、全面描述，包括但不限于：

a）提供产品基本信息，包括但不限于:产品名称、产品编号、产品类型、产品数量、产品简介、产品图片、产品视频、产品价格等。

b）提供产品质量信息，包括但不限于：主要成分、产品认证证书信息、原产地区、执行标准、检验信息和许可信息等；

C）提供产品经营信息，包括但不限于：是否被授权品牌、经营者名称、经营者统一社会信用代码、生产企业名称、生产企业统一社会信用代码、价格说明、自费项目说明、使用须知、退换规则、咨询电话、预订说明、核销规则等。

5.2.2 产品分类

经营单位在上线文化和旅游产品时，宜按照提供产品或服务的种类进行划分。包括但不限于：门票、住宿、餐饮、交通、娱乐项目、文旅商品等。

5.2.3 产品上线

经营单位在上线文化和旅游产品时，应做好核查工作，工作内容包含：

a） 核查产品的真实性、安全性；
b） 核查产品结算价格、产品库存、优惠券等内容；
c） 核查产品的交易规则和流程是否有清晰的说明；
d） 核查产品的售后服务是否有明确的处理流程；

5.2.4 产品下线

文化和旅游产品存在下列情形时，经营单位应立即下线处理：

a） 产品存在安全隐患；
b） 产品信息的描述不真实；
c） 产品的库存为零；
d） 产品提供方主动要求将产品下线
e） 其他影响文化和旅游产品销售的情形。

6 人员要求

6.1 基本要求

文化和旅游产品消费引导服务人员应符合以下基本要求：

a） 职业道德：服务人员应具备职业所需的基本素养和诚实敬业的精神；
b） 服务态度：服务人员应热情、主动、耐心、细致的为游客服务；
c） 礼节礼貌：服务人员应仪容仪表整洁、举止端正大方、语言文明礼貌；

d) 知识技能：服务人员应熟悉相关文化和旅游产品的产品介绍及线上消费引导服务流程，并能提供基本的问询指引、紧急求援服务。

6.2 仪容仪表要求

文化和旅游产品消费引导服务人员仪容仪表应符合以下要求：

a) 遵守各项礼仪规范，仪容仪表端庄大方；
b) 保持工装整洁；
c) 服务过程中保持表情自然、热情适度。

6.3 人员举止要求

文化和旅游产品消费引导服务人员举止应符合以下要求：

a) 站、坐、行姿符合各岗位规范；
b) 以规范的语言对客服务；
c) 保持语言文明、简洁，语音清晰、语速适度；
d) 对游客提出的问题耐心解释。

6.4 人员业务技能要求

文化和旅游产品消费引导服务人员业务技能应符合以下要求：

a) 具有良好的沟通协调能力；
b) 具有良好的应变能力和处理问题能力；
c) 准确、全面的为游客提供相关服务；
d) 熟练掌握相关业务知识，并能熟练运用相关技能。

6.5 引导员要求

6.5.1 引导员应熟悉相关文化和旅游产品的产品介绍及线上消费引导服务流程，并能提供基本的问询指引、紧急求援服务；在现场向游客耐心介绍各类线上产品时，应根据游客购买产品的不同，按照引导标识或直接引导游客至产品核销的位置。

6.5.2 引导员应熟悉本岗位的安全职责，严格遵守安全规章作业，在引导游客时，向游客主动介绍相关安全知识和注意事项。

6.5.3 引导员在引导工作中应遵守礼仪规范、姿态端正、热情周到。

6.6 核销员要求

6.6.1 核销员应熟悉相关文化和旅游产品的产品介绍及线上消费引导服务流程，并能提供基本的问询指引、紧急求援服务。核销员应快速准确的识别游客购买的产品是否可以正常核销，若无法正常核销，应主动告知游客原因，做好产品的退款或再次消费引导服务；核销完成后，应主动告知产品已完成交易。

6.6.2 核销员应熟悉本岗位的安全职责，严格遵守安全规章作业，在核销游客购买产品时，向游客主动介绍产品使用过程中的安全知识和注意事项。

6.6.3 核销员在核销工作中应遵守礼仪规范、姿态端正、热情周到。

6.6.4 培训要求

经营单位需定期对工作人员进行培训，培训内容应包括：

a) 企业安全管理法律法规和规章制度；
b) 产品的基本信息、使用规则等知识内容；
c) 产品的上下线流程；
d) 产品的购买、核销流程；
e) 与产品相关的安全知识；
f) 突发应急事件的处置事宜。

7 服务要求

7.1 服务平台

文化和旅游产品线上消费服务平台建设应符合GB/T 26360的要求。

7.2 产品展示服务

经营单位可通过线上自媒体、商城、线下广告、宣传海报、引导牌等宣传途径向游客展示文化和旅游线上产品的基本信息。

7.3 引导服务

7.3.1 线上引导

7.3.1.1 游客在线浏览商城时，经营单位可主动推送给游客不同类别的产品信息。

7.3.1.2 游客浏览文化和旅游产品信息时，经营单位可根据游客喜好智能推荐其他产品信息。

7.3.1.3 游客通过互联网终端设备使用定位服务后，经营单位可主动推荐给游客当前所在位置的产品信息。

7.3.1.4 经营单位可利用直播平台、电商平台等第三方推广平台向游客主导推荐相关产品。

7.3.2 地面推广

7.3.2.1 经营单位可安排引导员在入口、主要通道、交叉路口、消费项目入口处等游客密集场所，展示产品的基本信息、优惠政策、消费规则等内容；游客可通过扫描二维码，自行完成线上购买消费。

7.3.2.2 经营单位可安排引导员现场向游客介绍当前产品的基本信息、优惠政策、消费规则等内容，并现场引导游客完成线上购买消费。

7.3.3 引导内容

经营单位制订的文化和旅游产品线上消费的引导内容，应包括但不限于：

a) 产品排名推荐：游客可通过产品销量、热度等因素的推荐排名选择购买产品；
b) 消费行为推送：游客购买某一类别的产品后，系统可推送其他类别的关联优惠券；
c) 商家促销折扣：游客通过自主扫描二维码信息，领取商家发放的不同产品优惠券；
d) 产品捆绑促销：游客可通过不同产品的组合优惠券，利用组合产品折扣完成购买。

7.4 购买服务

7.4.1 游客线上购买文化和旅游单个产品时，应获取对应产品的核销码。

7.4.2 游客线上购买文化和旅游多个组合产品时，应分别获取不同产品的核销码。

7.5 核销服务

游客到达产品核销处时，核销员应主动提醒游客出示核销码，核销员核对信息完成核销后，应主动告知游客已核销内容，并同时交付游客购买产品或指引游客服务体验位置。

7.6 退订服务

经营单位针对文化和旅游产品线上消费，宜提供退换服务，包括但不限于：

a) 对于非游客原因导致的退订，应满足游客取消订单、及时退换货（退款）等要求；
b) 当产品不能兑现承诺履约时（如备货不足、标价失误等），杜绝擅自取消订单终止服务行为，应及时通知有关游客，说明原因，主动采取适宜的补偿措施，确保游客利益；
c) 在与游客发生纠纷和分歧时，需要借助第三方（如：第三方纠纷处理机构、司法机构）介入时，应出示完整的信息资料。

7.7 线上咨询服务

7.7.1 经营单位针对文化和旅游产品线上消费，应提供在线咨询服务功能。

7.7.2 在线咨询的信息应真实，不可含有误导性提示。

7.7.3 在线咨询的形式应至少包含 2 种，例：即时通讯、电话咨询、自助查询等。

7.8 服务评价

游客在完成产品消费后，可对产品进行评价，评价内容，包括但不限于：

a) 游客购买的产品信息；
b) 产品的评价内容或照片；
c) 引导服务的满意度。

8 信息安全

8.1 基本信息安全

在游客进行文化和旅游产品线上购买时，经营单位应保障交易数据、游客账户等基本信息的安全。

8.2 资金安全

在游客进行文化和旅游产品线上消费、核销时，经营单位应保障交易过程中的资金安全。

8.3 顾客隐私安全

在游客进行文化和旅游产品线上消费时，经营单位除了遵守有关顾客隐私保护的国家法律法规外，还应做到：

a) 制定严格细致的顾客个人信息和数据分级管理制度；

b） 确保顾客个人信息和交易数据只用于当前平台所发生的交易行为，严禁顾客隐私数据非授权使用；
c） 允许顾客删除和修改交易记录、个人信息等隐私数据。

9 投诉处理

文化和旅游产品在线上消费及线下核销时若发生投诉情况，经营单位应及时处理，确保顾客权益得到保障，具体要求包括但不限于：

a） 设置信息反馈和投诉渠道，并在产品购买时加以说明；
b） 制定投诉处理流程，在接到游客投诉时，明确责任、采取适宜的处理措施，保障游客利益不受损；
c） 对非游客导致的分歧，如：产品质量、产品与描述不符、重复支付等，应满足游客取消订单或退换货（退款）等要求。