

# Q/RGWTGDL

如皋市文体广电和旅游局标准

Q/RGWTGDL PJ0101-2021

---

## 文化馆服务效能评价规范

2021-01-10 发布

2021-01-10 实施

---

如皋市文体广电和旅游局 发布

# 前 言

本文件按照 GB/T 1.1-2020 《标准化工作导则 第 1 部分：标准化文件结构和起草规则》的规则起草。

本文件由如皋市文体广电和旅游局提出并归口。

本文件由如皋市文化馆起草。

本文件起草人：卢倩、高鹏。

本文件为首次发布。

# 文化馆服务效能评价规范

## 1 范围

本文件规定了文化馆服务效能评价的职责与权限、依据和内容、评价方式和结果运用等内容。

本文件适用于如皋市（以下简称市）文化馆的服务效能评价管理。镇（区、街道）综合文化站、村（社区）综合文化服务中心、各文化馆分馆等群众文化服务机构以及社会力量举办的服务效能评价可参照执行。

## 2 规范性引用文件

本文件没有规范性引用文件。

## 3 术语和定义

本文件没有需要界定的术语和定义。

## 4 职责与权限

4.1 市文体广电和旅游局负责对文化馆服务效能的指导、督促和考核。

4.2 市文化馆负责：

- a) 制定服务效能评价体系和评价表；
- b) 组织实施全市范围内对文化馆公共文化服务工作评价；
- c) 接受上级部门对文化馆不定期的满意度调查的检查和监督；
- d) 根据评价结果改进公共文化服务。

4.3 镇（区、街道）综合文化站、村（社区）综合文化服务中心应及时对市文化馆工作提出意见和建议，支持市文化馆工作不断提升。

4.4 具体服务项目的接受方应在市文化馆服务结束后填写好服务评价反馈表，由接受方所在部门、单位、企业等盖章确认。

## 5 评价依据和内容

5.1 评价依据

涉及市文化馆相关的公共文化服务事项标准。

5.2 评价内容

阵地建设、设施设备、服务项目、服务频次、环境卫生、安全管理、人员设置、专业程度、服务态度、接受服务便捷程度等各类指标内容。

## 6 评价方式

## 6.1 公众反馈

公众反馈的形式包括但不限于：

- a) 意见箱或放置意见簿，公开监督电话，接受群众的意见建议和监督投诉；
- b) 充分运用数字化手段，开设网上监督投诉通道，为群众提供更便捷的反馈评价渠道。

市文化馆应准确、详细记录文化馆活动日志、重要工作日志和客户流量，真实记录公众反馈投诉事项和内容，定期征集、统计和分析公众意见。

## 6.2 满意度调查

由市文化馆采用现场问卷调查及微信、互联网等线上方式，或委托第三方机构进行公众满意度调查，每年应不少于一次，当地群众测评样本量应不少于 500 份，满意度应不低于 90%。

接受上级部门对文化馆不定期的满意度调查的检查和监督。

## 6.3 服务接受方评价

市文化馆应制定针对具体服务项目的接受方评价体系，由接受方在活动服务结束后一周之内出具《如皋市文化馆服务效能评价表》（附录 A），按照表格要求客观填写评价信息和提供附件内容，由所在单位、企业或部门等盖章生效，反馈至市文化馆统一整理，市文化馆应对反馈结果进行分析研判。

## 7 结果运用

### 7.1 服务改进

市文化馆对群众的意见或投诉应认真研究、及时回复；根据评价结果，对不符合服务规范或体系要求的方面以及服务规范或体系自身存在的缺陷方面提出改进措施，不断改善和提高服务质量，接受评价负责人和管理人员的抽查，并将改进结果形成文档，必要时进行公示。

### 7.2 资金补助及评优评先

7.2.1 市文体广电和旅游局应将效能评价结果作为对市文化馆免费开放及公共文化服务专项资金补助及评先评优的参考依据。

7.2.2 市文化馆应将效能评价结果作为对本单位专职人员年度绩效评价和评先评优的参考依据。

附录 A

(规范性附录)

如皋市文化馆服务效能评价表

接受单位		服务项目	
服务主题			
承接地点		服务时间	
服务人员			
服务时长		接受服务人数	
服务内容评价			
接收单位（签章）			
			年 月 日

附录 B  
(规范性附录)

如皋市文化馆群众文化活动满意度调查表

1.您的姓名(可匿名):
2.您参加的什么活动:
3.您对如皋市文化馆开展活动的交通便利程度是否满意?(限选一项) A 非常满意; B 比较满意; C 说不好; D 不满意
4.您对如皋市文化馆举办活动的场地大小是否满意?(限选一项) A 非常满意; B 比较满意; C 说不好; D 不满意
5.您对如皋市文化馆的设备和设施是否满意?(限选一项) A 非常满意; B 比较满意; C 说不好; D 不满意
6.您对如皋市文化馆活动的卫生和环境是否满意?(限选一项) A 非常满意; B 比较满意; C 说不好; D 不满意
7.您对如皋市文化馆举办活动的时间是否满意?(限选一项) A 非常满意; B 比较满意; C 说不好; D 不满意
8.您对如皋市文化馆的信息告知情况是否满意?(限选一项) A 非常满意; B 比较满意; C 说不好; D 不满意
9.您对如皋市文化馆提供的公共文化服务项目是否满意?(限选一项) A 非常满意; B 比较满意; C 说不好; D 不满意
10.您对如皋市文化馆工作人员的服务态度是否满意?(限选一项) A 非常满意; B 比较满意; C 说不好; D 不满意
11.您对如皋市文化馆工作人员的服务水平是否满意?(限选一项) A 非常满意; B 比较满意; C 说不好; D 不满意
12.您对如皋市文化馆的整体满意度评价如何?(限选一项) A 非常满意; B 比较满意; C 说不好; D 不满意

13.您认为如皋市文化馆应该在哪些方面提高管理和服务水平?

## 参 考 文 献

- [1] 《中华人民共和国公共文化服务保障法》
  - [2] 中共中央办公厅、国务院办公厅《关于加快构建现代公共文化服务体系的意见》(中办发〔2015〕2号)
  - [3] 国家文化和旅游部、国家发展改革委、国家财政部《关于推动公共文化服务高质量发展的意见》
  - [4] 县级（县级市、副省级城市所辖区县）文化馆等级必备条件和评估标准
-

# Q/RGWTGDL

如皋市文体广电和旅游局标准

Q/RGWTGDLPJ0102-2021

---

## 博物馆服务效能评价规范

2021-04-01 发布

2021-05-01 实施

---

如皋市文体广电和旅游局

发布

# 前 言

本文件按照 GB/T 1.1-2020 《标准化工作导则 第 1 部分：标准化文件结构和起草规则》的规则起草。

本文件由如皋市文体广电和旅游局提出并归口。

本文件由如皋市博物馆起草。

本文件起草人：朱晨东、蒋海篮。

本文件为首次发布。

# 博物馆服务效能评价规范

## 1 范围

本文件规定了博物馆服务效能评价的职责与权限、评价内容、评价方式、结果运用等内容。

本文件适用于如皋市博物馆的服务效能评价管理。

## 2 规范性引用文件

本文件没有规范性引用文件。

## 3 术语和定义

本文件没有需要界定的术语和定义。

## 4 职责与权限

4.1 市文体广电和旅游局负责对博物馆服务效能的指导、督促和考核。

4.2 市博物馆负责：

- a) 制定服务效能评价体系和评价表。
- b) 接受上级部门对博物馆不定期的满意度调查的检查和监督。
- c) 根据评价结果改进服务项目。

4.3 馆长负责对意见或投诉进行研究，根据评价结果，提出改进措施。

4.4 宣教部人员负责观众调查，包括直接调查与间接调查。

## 5 评价内容

评价内容包括博物馆的展览陈列形势、工作人员的服务态度、讲解服务、活动设置、公共服务设施等。

## 6 评价方式

6.1 直接调查

6.1.1 口头调查

口头调查是在观众参观过程中，宣教部人员通过与观众的交谈、接触，从不同侧面了解他们的反映，询问他们的意见。

6.1.2 直接观察

直接观察是以宣教部人员的感官为工具（眼睛、耳朵），直接观察观众的参观活动，对其参观中的心理反应进行直观的了解。

### 6.1.3 座谈会

座谈会一般用于有组织的集体观众，在征得领队的同意后，由宣教部人员选取有代表性的观众参加。座谈的目的要明确、题目要简洁，时间不宜过长。座谈过程中要详细记录大家的发言，会后立即整理。

## 6.2 间接调查

### 6.2.1 问卷调查

a) 线下问卷调查。由服务台人员发放调查问卷（附录 A），每月发放 100 份问卷，每年年底由宣教部人员做一次分析汇总，有效样本量不少于 1000 份。

b) 线上问卷调查。由宣教部人员发放在如皋市博物馆官网，每年年底做一次分析汇总。

### 6.2.3 意见箱

当在显著位置设立意见箱或放置意见簿，公开监督电话，接受群众的意见建议和监督投诉。

## 6.3 临展活动服务评价

博物馆应制定针对具体服务项目的接受方评价体系，由接受方在展览、活动服务结束后一周之内出具《如皋市博物馆服务效能评价表》（附录 B），按照表格要求客观填写评价信息和提供附件内容，反馈至博物馆统一整理，博物馆要对反馈结果进行分析研判。

## 7 结果应用

### 7.1 服务改进

由馆长对群众的意见或投诉要认真研究、及时回复；根据评价结果，对不符合服务规范或体系要求的方面以及服务规范或体系自身存在的缺陷方面提出改进措施，不断改善服务，提高服务质量，接受评价负责人和管理人员的审查，并将改进结果形成文档，必要时进行公示。

### 7.2 考核

7.2.1 市文体广电和旅游局可将效能评价结果作为对博物馆评先评优的参考依据。

7.2.2 博物馆可将效能评价结果作为对本单位专职人员年度绩效评价和评先评优的参考依据。

附录 A  
(规范性附录)

如皋市博物馆观众调查表

尊敬的观众朋友们：

为满足观众需求，提高服务水平，改善展陈质量，特进行问卷调查。感谢您的参与！

1、您的年龄\_\_ 性别\_\_ 学历\_\_ 职业\_\_

您来自的地区\_\_ \_\_ \_\_

2、您参观博物馆的目的：

A、兴趣爱好 B、增长知识 C、观光旅游 D、教育子女 E、其他

3、您最感兴趣的展览内容是哪个？

A、《秀水流韵历史文化展》 B、《秀水群英名人展》 C、《常绿家园自然展》 D、《穿越古今  
对话中外——外销瓷展》 E、《鸢飞雉皋——如皋郭氏风筝展》

4、您对博物馆的陈列形式是否满意？

A、很满意 B、比较满意 C、不满意（原因：\_\_\_\_\_）

5、您对博物馆工作人员的服务态度是否满意？

A、很满意 B、比较满意 C、不满意（原因：\_\_\_\_\_）

6、您对博物馆讲解员的讲解是否满意？

A、很好 B、一般 C、不满意（原因：\_\_\_\_\_）

7、您对博物馆设置 DIY 体验室、互动区、影院区是什么看法？

A、非常好 B、有无皆可 C、没必要（原因：\_\_\_\_\_）

8、您还希望博物馆增加哪些陈列？

A、历史类 B、艺术类 C、科普类 D、其他（原因：\_\_\_\_\_）

9、本馆设有的公共服务设施中是否满意？

A、很好 B、一般 C、不满意（原因：\_\_\_\_\_）

10、您认为博物馆还有哪些方面需要改进和完善，请留下您的宝贵意见？

填表时间：

附录 B  
(规范性附录)

如皋市博物馆服务效能评价表

接受单位		活动项目	
活动主题			
活动地点		活动时间	
服务人员			
服务时长		接受服务人数	
服务内容评价			
其他意见			
如皋市博物馆接收确认  (盖章)	负责人姓名：  年 月 日		

## 参 考 文 献

- [1] 《中华人民共和国文物保护法》
  - [2] 《博物馆安全保卫标准规范》
-

# Q/RGWTGDL

如皋市文体广电和旅游局标准

Q/RGWTGDLPJ0103-2021

---

## 少年儿童图书馆投诉处理规范

2021-04-01 发布

2021-05-01 实施

---

如皋市文体广电和旅游局 发布

# 前 言

本文件按照 GB/T 1.1-2020 《标准化工作导则 第 1 部分：标准化文件结构和起草规则》的规则起草。

本文件由如皋市文体广电和旅游局提出并归口。

本文件由如皋市少年儿童图书馆起草。

本文件起草人：吴志云、肖兰、钱晨。

本文件为首次发布。

# 少年儿童图书馆投诉处理规范

## 1 范围

本文件规定了少年儿童图书馆投诉处理规范的职责与权限、基本原则、处理流程、处理时间等内容。

本文件适用于如皋市少年儿童图书馆投诉处理。

## 2 规范性引用文件

本文件没有规范性引用文件。

## 3 术语和定义

本文件没有需要界定的术语和定义。

## 4 职责与权限

4.1 市少年儿童图书馆各部门负责人为本部门投诉工作管理第一责任人。

4.2 分管馆长负责解决自身业务范围内的投诉处理工作。

4.3 馆长为全馆投诉管理工作总负责人。

4.4 办公室负责统筹少年儿童图书馆投诉管理工作。

4.5 市文体广电和旅游局分管局长负责上级行政部门转办交办的投诉事项和重大投诉事项的审核。

## 5 总则

5.1 市少年儿童图书馆投诉处理工作应坚持依法、公正、及时、便民的原则，以及“谁主管，谁负责”与疏导教育相结合的原则。

5.2 投诉管理工作实行“对口受理，集中接待，内部流转，归口办理”工作模式，以方便群众，提高工作效率。

5.3 市少年儿童图书馆各部门应不断改进服务态度，改善服务条件，简化服务流程，规范服务行为，提高服务质量，确保服务安全，提高群众满意度，避免和减少投诉事件的发生。

## 6 投诉的方式

投诉的方式包括但不限于：

- a) 来电投诉;
- b) 来函投诉;
- c) 当面投诉;
- d) 网络投诉;
- e) 上级部门转交;
- f) 其他方式投诉。

## 7 投诉处理流程

7.1 投诉接待实行“首诉负责制”。投诉人向有关部门投诉的，工作人员都应当予以热情接待，对于能够当场协调处理的，宜尽量当场协调解决；对于无法当场协调处理的，接待部门应当耐心细致地做好解释工作，稳定投诉人情绪，避免矛盾激化，并进行相关政策宣传教育，引导投诉人依法规范处理矛盾纠纷。

7.2 本馆内部发生的投诉事件，各职能部门协调妥善解决，如未能解决的上报分管馆长，如分管馆长未能解决的，报馆长解决。

7.3 对上级行政部门转办交办的投诉事项，由办公室负责投诉事项的转交办工作，督促相关职能部门限期调查、办理和反馈。由该事项的部门负责人向办公室提出处理意见及建议，办公室负责投诉事项的调查、核实，后形成答复材料，报分管馆长、馆长及分管局长同意后及时答复投诉人。

6.4 对工作人员违法乱纪、集体上访等重要投诉事项，由馆办公会讨论后报分管局长审核。

6.5 投诉人向少年儿童图书馆提起投诉时，如采取违法或过激行为，少年儿童图书馆应当及时采取相应措施并依法向公安机关报告。

## 8 投诉处理时间

8.1 一般投诉事件应当在 5 个工作日内给予答复。

8.2 对于情况较复杂，需调查、核实的投诉事项，一般应当在 10 个工作日内向投诉人反馈相关处理情况或处理意见。

8.3 对于涉及多个部门，需组织、协调相关部门共同研究的投诉事项，应当于 15 个工作日内向投诉人反馈处理情况或处理意见。

## 8 质量改进

8.1 市少年儿童图书馆应将投诉管理纳入少年儿童图书馆质量安全管理体系，建立投诉信息上报系统及处理反馈机制。

8.2 办公室应当定期对投诉情况进行归纳分类和分析研究，发现少年儿童图书馆管理的薄弱环节，提出改进意见或建议，督促相关部门及时整改。

8.3 市少年儿童图书馆应建立健全投诉档案管理制度，将投诉资料立卷归档，留档备查。

8.4 出现以下情形少年儿童图书馆将通报批评：

8.4.1 无正当理由未按要求和规定期限办结投诉事项的。

8.4.2 未按规定及时告知投诉处理意见或反馈投诉事项办理结果的。

8.4.3 无正当理由推托或拒绝接收职责范围内投诉事项的。

8.4.4 未按时完成领导督办件处理的。

8.4.5 未按规定程序办理投诉事项的。

8.4.6 其他违反投诉工作有关规定的情形。



# Q/RGWTGDL

如皋市文体广电和旅游局标准

Q/RGWTGDLPJ0105-2020

---

## 有线电视服务改进管理规范

2021-01-10 发布

2021-01-10 实施

---

如皋市文体广电和旅游局 发布

# 前 言

本文件按照 GB/T 1.1-2020 《标准化工作导则 第1部分：标准化文件结构和起草规则》的规则起草。

本文件由如皋市文体广电和旅游局提出并归口。

本文件由江苏省广电有线信息网络股份有限公司如皋分公司起草。

本文件起草人：顾晓斌、阮昌何、朱惠娟。

本文件为首次发布。

# 有线电视服务改进管理规范

## 1 范围

本文件规定了有线电视服务改进的职责与权限、总则、服务监督、服务质量评价、投诉处理、服务质量改进等要求。

本文件适用于江苏省广电有线信息网络股份有限公司如皋分公司有线电视服务质量改进管理。

## 2 规范性引用文件

本文件无规范性引用文件。

## 3 术语和定义

本文件没有需要界定的术语和定义。

## 4 职责与权限

### 4.1 站长（分管副站长）

4.1.1 负责营业厅服务改进措施的实施。

4.1.2 负责营业厅客户投诉的协调和处理。

### 4.2 公众客户部

4.2.1 负责协助处理客户投诉。

4.2.2 负责客户满意度测评工作的实施，对客户投诉进行回访。

4.2.3 负责服务质量改进要求的制定。

### 4.3 党群工作部

4.3.1 负责监督服务质量改进工作。

4.2.2 负责客户投诉等资料的归档。

## 5 总则

5.1 党群工作部应通过服务监督、评价措施促使营业厅服务质量持续改进。

5.2 公众客户部应建立服务质量改进长效机制，并不断进行完善，提供更好的服务和更高

的顾客满意度。

## 6 服务监督

有线电视应向社会公开客服热线、服务监督和投诉电话，全面接受客户和社会对于服务的投诉、建议、监督。

## 7 服务质量评价

### 7.1 客户满意度测评途径

7.1.1 用户走访：到用户家中进行走访，面对面听取用户意见和建议，接受用户评议。

7.1.2 行风监督员暗访：邀请行风监督员到营业厅进行暗访，监督评议服务质量。

7.1.3 短信电话回访：通过短信、电话形式对维修服务进行满意度调查，监督服务质量。

### 7.2 客户满意度标准

7.2.1 分级：依据满意度程度划分为：很满意、满意、基本满意、不满意。

7.2.2 要求：满意度不低于 95%。

7.2.3 统计方法：客户满意度=（很满意数+满意数+基本满意数）/调查总数×100%。

### 7.3 客户满意度测评内容

7.3.1 依法经营：严格执行国家、省、市主管部门相关法规文件。

7.3.2 规范收费：严格执行有线电视相关收费标准，无价格欺诈、服务陷阱、乱收费等问题，营业厅应在醒目处公示《有线电视收费标准》。

7.3.3 办事公开：营业厅应在醒目处公示《服务承诺》和客服人员信息，所有产品应明码标价。

7.3.4 服务态度：客服人员应统一着装、挂牌上岗，使用文明服务用语，接待用户应及时、热情、周到，对用户提出的问题不推诿、不搪塞。

7.3.5 服务时效：服务人员接到客户服务工单应在三十分钟内响应，与用户联系，在规定时间内完成装维工作。

7.3.6 清正廉洁：客服人员应秉公办事，不应以权、以职、以业谋私，不应出现吃、拿、

卡、要等现象。

#### 7.4 满意度提高措施

7.4.1 满意度测评中，对于给出“不满意”评价的用户，公众客户部应及时跟踪回访，询问不满意原因，及时反馈到镇站，镇站应积极解决问题。

7.4.2 顾客满意度低于 90%的镇站，站长或分管副站长应对镇站进行内部整改，强化责任落实，确保顾客满意度达标。

### 8 投诉处理

8.1. 当发现客户有争议倾向时，应将客户引导至客户接待室（或接待区域），并由站长或分管副站长负责处理。了解用户投诉的原因，对于能立刻通过解释处理的投诉，应立即解决。

8.2 对于现场处理不了的投诉，应及时上报，由公众客户部或相关部门安排专人处理，并在三个工作日内回复用户。

8.3 接到客户投诉时，营业厅员工应遵循“首问责任制”，积极帮助用户处理投诉，不应推诿。

8.4 公众客户部对客户投诉应当进行分析、调查、回访，定期对投诉进行统计并上报，监督服务质量。

8.5 有线电视应有指定部门、专门岗位、各种渠道受理客户投诉。

### 9 服务质量改进

#### 9.1 员工培训

公众客户部应定期组织对营业厅服务人员进行服务礼仪、业务技能、新业务等方面的培训，并对参加培训员工进行统一考核，对考核不合格的员工进行重修，确保通过培训使所有员工都能达到预期的服务要求。

#### 9.2 绩效考核

9.2.1 公众客户部应建立完善的绩效考核体系，对营业厅员工服务质量进行考核，考核内容宜包括仪容仪表、服务质量、业务技能等。

9.2.2 各镇站可根据实际情况制定营业厅员工服务质量考核表。

### 9.3 服务质量改进机制

公众客户部应建立优质服务长效机制，通过客户走访、行风监督员暗访、电话回访等形式，建立健全服务投诉处理机制、客户回访机制、绩效考核机制，持续提升营业厅服务质量和顾客满意度。

附录 A  
 (规范性附录)  
 江苏有线如皋分公司客服投诉受理单

编号：     年   月（   ）号

投诉时间		被投诉对象	
投诉来源	<input type="checkbox"/> 呼叫中心 <input type="checkbox"/> 12345 热线	<input type="checkbox"/> 其他_____	
投诉人姓名		联系方式	
地址			
投 诉 内 容			
	签字：           日期：		
事 件 处 置			
	签字：           日期：		
客 户 回 访			
	签字：           日期：		
处 理 决 定			
	签字：           日期：		

附录 B  
 (规范性附录)  
 如皋公司客户回访记录表

编号：     年   月 (   ) 号

投诉时间		被投诉对象	
投诉来源	<input type="checkbox"/> 呼叫中心 <input type="checkbox"/> 12345 热线	<input type="checkbox"/> 其他_____	
投诉人姓名		联系方式	
地址			
投诉内容			
		签字： _____	日期： _____
回访时间		回访人	
回访方式	<input type="checkbox"/> 电话回访 <input type="checkbox"/> 现场回访 <input type="checkbox"/> 其他		
回访记录			
		签字： _____	日期： _____
客户意见			
		签字： _____	日期： _____

# Q/RGWTGDL

如皋市文体广电和旅游局标准

Q/RGWTGDLPJ0106-2021

---

## 融媒体中心(传媒集团) 公共服务部门考核规范

2021-01-10 发布

2021-01-10 实施

---

如皋市文体广电和旅游局 发布

## 前 言

本文件按照 GB/T 1.1-2020 《标准化工作导则 第 1 部分：标准化文件结构和起草规则》的规则起草。

本文件由如皋市文体广电和旅游局提出并归口。

本文件由如皋市融媒体中心(传媒集团)起草。

本文件起草人：焦伟钢、孟华锋。

本文件为首次发布。

# 融媒体中心(传媒集团)公共服务部门考核规范

## 1 范围

本文件规定了融媒体中心(传媒集团)公共服务部门考核的职责与权限、考核的工作内容和要求、考核方式、融媒体中心各部门月度动态考核办法、融媒体中心各部门年度目标任务考核办法、融媒体中心各部门(含木偶艺术团、各产业项目)月度目标任务考核办法、融媒体中心各部门(含木偶艺术团、各产业项目)年度目标任务考核办法、融媒体中心各部门年度目标任务考核办法等。

本文件适用于如皋市融媒体中心(传媒集团)的公共服务部门绩效考核管理工作。

## 2 规范性引用文件

本文件没有规范性引用文件。

## 3 术语和定义

本文件没有需要界定的术语和定义。

## 4 职责与权限

4.1 总编室负责牵头组织考核融媒体中心各部门。

4.2 产业规划管理部负责牵头组织考核组织融媒体中心各部门(含木偶艺术团、各产业项目)。

4.3 总工办(技术委员会)负责牵头组织考核融媒体中心各部门。

## 5 工作内容和要求

### 5.1 考核原则、考核部门及结果分类

5.1 坚持科学合理、简便有效的原则;坚持突出重点、兼顾全局的原则;坚持民主公开、客观公正的原则。实行月度考核与年度考核、定性考核与定量考核相结合的考核方式,考核结果与部门绩效额度和评先评优相挂钩。

5.2 融媒体中心(集团)成立考核小组具体组织考核工作,考核小组由各项目考核牵头部门组成。各部门全年工作目标责任制考核由办公室、人力资源部、总编室、产业规划管理部、

财务投资部等部门负责考核资料的收集、整理、认定。对各部门在中心（集团）党委交办任务完成、全面从严治党、意识形态责任落实、内务管理、安全生产等方面的考核由办公室、人力资源部、党建办公室、后勤保障部等部门负责考核资料的收集、整理、认定。对考核所涉及的数据，考核小组应认真核实，保证数据的真实性和准确性。考核结果提交中心（集团）党委会审定。

5.3 各部门年度考核结果分优秀、合格、不合格三个档次，与部门年度奖金和部门评先评优相挂钩。总分低于 60 分的为不合格部门。对于融媒体中心新闻中心、融媒体中心经营中心、融媒体中心技术中心各平台考核分位居末位的部门，中心（集团）分管领导对部门中层应进行谈心谈话；对于考核不合格的部门，中心（集团）主要领导将会同分管领导对部门中层进行诫勉谈话，帮助分析原因，总结经验教训，提出改进措施，并按照中层干部管理办法的相关规定，提出处理意见。

## 5 考核方式

### 6.1 部门考核内容分为月度考核和年度考核

#### 6.1.1 月度考核

##### 6.1.1.1 个性目标任务考核（80 分）

主要考核各部门日常工作完成情况和开展工作质量开展情况。融媒体中心新闻中心各部门由总编室牵头考核；融媒体中心经营中心各部门（含木偶艺术团、各产业项目）由产业规划管理部牵头考核；融媒体中心技术中心各部门由总工办（技术委员会）牵头考核。

##### 6.1.1.2 共性目标任务考核（20 分）

6.1.1.2.1 由办公室牵头，对各部门完成中心（集团）党委会、行政办公会、专题协调会交办的重点工作实施情况以及中心（集团）领导批办事项落实情况进行动态跟踪考核。该项实行倒扣制，发现一次落实不到位扣 2 分，上不封顶。

##### 6.1.1.2.2 其它考核内容

a) 全面从严治党工作任务落实情况（5 分）。主要考核部门一把手履行“一岗双责”、

强化教育监督、加强廉洁自律、提升作风效能建设、遵守纪律规定、岗位廉政风险防控、配合执纪问责等情况，根据工作进展情况，进行动态跟踪考核。由党建办公室拟定考核细则并组织考核。考核细则详见《如皋市融媒体中心（传媒集团）落实全面从严治党工作任务考核办法（试行）》

b) 意识形态工作责任制落实情况（5分）。主要考核各部门履行意识形态工作主体责任，抓好职责范围内意识形态工作情况，根据工作进展情况，由办公室进行动态跟踪考核。具体包括：统筹负责本部门意识形态工作，每年至少2次向集团党委汇报意识形态工作。少一次扣1分（共2分）；加强舆情风险排查，做好突发舆情的舆论引导及应急处置工作。因引导处置不力产生重大舆情事件，得分为0（共2分）；把思想政治教育纳入部门人员职业道德建设重要内容，加强对本部门人员意识形态工作日常教育引导，确保部门党员和中层干部每天登录“学习强国”平台加强学习，每月部门至少开展一次思想教育和理论学习工作。各部门中层和党员每月“学习强国”登录应确保100%，人均有3次不登录或日均积分少于25分，得分为0。（共1分）

c) 安全生产工作（5分）。主要考核各部门增强安全意识，筑牢安全防线，防范化解重大安全风险，确保不发生任何安全生产事故等情况，根据工作进展情况，由后勤保障部进行动态跟踪考核。具体包括：在安全检查中，发现一例安全违规现象，一次扣1分（共2分）；发现安全隐患，整改不力，一次扣1分（共3分）。如发生安全生产责任事故，或隐瞒不报、处理不力，造成不良影响，安全生产工作得分为0。

d) 内部管理工作（5分）。主要考核各部门内部考核制度建立、人员行为规范管理、办公区域环境卫生、办公设备管理、车辆停放管理等情况，根据工作进展情况，进行动态跟踪考核。由办公室牵头，人力资源部、党建办公室、后勤保障部参与进行考核。主要包括：强化责任意识，建立完善的部门内部管理考核制度，没有建立得分为0（共0.5分），及时将部门内部考核制度在人力资源部进行备案，没有进行备案得分为0（共0.5分）；加强部门人员管理，严格执行集团考勤、请销假等各项人事管理制度规定，如违反相关规定，一次

扣1分（共1分）；做好本部门卫生轮值，发现卫生不到位，影响单位形象，一次扣0.5分（共1分）；部门所有车辆均按规定地方停放，服从保安调度和指挥，发现不按顺序停车，一次扣0.5分（共1分）；自觉爱护公共财务，人为损坏公共财物，除当事人照价赔偿外，部门扣1分（共1分）。

## 6.1.2 年度考核

### 6.1.2.1 年度考核内容

年度考核内容包括：

#### a) 个性目标任务考核（80分）

对各部门全年履职情况、目标任务完成情况进行全面考核评价。该项各部门加减分不超过10分。

#### b) 共性目标任务考核（20分）

对各部门月度完成中心（集团）党委交办事项完成情况、全面从严治党工作任务落实情况、意识形态工作责任制落实情况、安全生产工作情况、内部管理工作情况等进行综合考核评价。全面从严治党方面如出现职务违纪或受到刑罚的，年终考核分为0；有其他受到处分情形的，发生1例，年终考核扣除3分，两例及以上的，年终考核分为0。凡是出现上述情形，部门年度评先评优实施一票否决。安全生产（包含安全播出、安全出版、网络安全）方面如出现重大安全生产责任事故，该项年度得分为0，部门年度评先评优实施一票否决。

#### c) 综合评价（100分）

12月底由中心（集团）领导班子、中层干部、员工代表测评相结合的方式对各部门工作满意度进行测评。其中领导班子评价占60%，中层干部评价占30%，员工代表评价占10%。

6.1.2.2 各部门年度综合考核得分计算公式为：年度综合考核得分=年度个性目标任务综合考核得分+月度共性目标任务考核合计得分÷12×90%+综合评价得分×2%。各部门年度考核结果分优秀、合格、不合格三个档次，与部门年度奖金和部门评先评优相挂钩。总分低于60分的为不合格部门。

## 附录 A

### （规范性附录）

#### 融媒体中心新闻中心各部门月度动态考核办法

##### A.1 总则

为加强对融媒体中心新闻中心各部门考核，提高宣传产品质量，提升舆论引导力和影响力，最大限度激发和调动各宣传产品生产部门的积极性和创造性，根据中心实际，特制定融媒体中心新闻中心各部门月度动态考核办法。

##### A.2 考核原则

坚持正确的舆论导向，确保广播电视节目播出、报纸出版、新媒体产品刊播安全优质，中心（集团）宣传产品生产模拟市场化运行，实行宣传产品收购制，根据产品数量和质量考核，量为基础，质为主导，量质结合，动态考核，发放绩效，奖勤罚懒，奖优罚劣。

实施动态考核以宏观管理为主，并与部门的精细化管理接轨。在具体实施过程中，注重日常宣传和创新创优相结合、杜绝重大差错和减少一般差错相结合、内宣和外宣相结合、业务实践和业务研究相结合、提升节目质量和增加中心创收相结合、出精品和出人才相结合。

##### A.3 总体办法

A.3.1 宣传产品生产部门每月撰写一份总结报告。报告重点突出创新、创优亮点和存在问题，主要包括六项指标：

- a) 突出移动优先，确保新闻的时效性、信息质量。
- b) 彰显媒体特色、发挥媒体优势，形成融媒体生产合力的情况。
- c) 中心宣传的策划、组织、实施和效果。
- d) 自主策划、发现挖掘农业、科技、法治、医疗卫生等领域题材并联系采访的报道。
- e) 现场新闻（照片）、民生新闻、通讯、深度报道、评论、连续（系列）报道比重。
- f) 新闻编排的策划和创意。

A. 3. 2 总编室根据日常新闻管理的情况，结合随机抽查全媒体矩阵的节目、稿件、版面以及部门报送的材料，根据六项指标进行综合考核，提出定档意见和理由，报中心（集团）行政办公会讨论确定。

A. 3. 3 每月综合考核 A 档加 10%，C 档减 10%；B 档不加不减，B+档加 5%，B-档减 5%。

A. 3. 4 部门负责人月度绩效与部门考核结果挂钩，按相应比例增减。

#### A. 4 部门考核办法

##### A. 4. 1 共性部分

A. 4. 1. 1 增强政治意识、大局意识、责任意识，坚持正确的舆论导向，坚持团结稳定发展鼓劲、正面宣传为主的方针；重大新闻不迟报、漏报；报道全面、客观、公正，维护新闻的真实性；强化舆论监督职能，提升主流媒体公信力、影响力。出现舆论导向错误，一次扣 1000 元；重大新闻迟报、漏报，一次扣 800 元；出现新闻失实，一次扣 400 元；新闻时间、地点、人物、数字发生差错，一次扣 100 元，市及市以上领导名字、职务、排名发生差错，一次扣 400-1000 元。

A. 4. 1. 2 杜绝有偿新闻。向采访对象索拿卡要，一次扣 1000 元。播发有偿新闻，一次扣 400 元。同一系统或部门的稿件（四大主功能区、特殊重大典型除外），每月用稿不得超过 5 篇（含 5 篇），每超出一篇扣 100 元。严重违法违纪行为，由党建办公室按相关规定处理。

A. 4. 1. 3 采访活动不得迟到。重大采访活动因主观原因迟到，一次扣 200 元；造成恶劣影响的，一次扣 400 元。

A. 4. 1. 4 严格执行“三审三校”和“重播重审”制度，强化流程控制，确保节目按时播出。因主观原因影响生产流程，造成节目未能按规定时间上载，一次扣 200 元；造成节目迟播或者网站、手机客户端、微信公众号内容没有及时更新，一次扣 600 元。

A. 4. 1. 5 加强节目、版面、网站、手机客户端、微信公众号内容审查把关。未经审查刊播发布，一次扣 400 元；造成严重影响的，一次扣 800 元。

A. 4. 1. 6 广播节目抽查发现错别字、病句、文字漏落、滥用简称、文字容易引起歧义、语

音错误或断句不准等，一次扣 100 元。标题和内容提要发生相关错误，一次扣 200 元。电视节目审带时，节目导视、标题、出像导语发现错别字、病句、文字漏落、滥用简称、文字容易引起歧义、语音错误或断句不准等，一次扣 100 元。主持人名字发生差错，一次扣 200 元。播出节目出现相关错误，加倍处罚。网站、手机客户端、微信公众号新闻标题、内容发生错误，一次扣 100 元。《如皋日报》采编差错考核按原《实施细则》执行。

A. 4. 1. 7 实行节目总量考核。非经编委会同意，广播节目少播或重播一档节目，一次扣 800 元。电视节目少播或重播一档节目，一次扣 2500 元。如皋市委新闻网、“如 e 融媒”手机客户端、“如皋广播电视台”微信公众号少（刊）播或重（刊）播一期，一次扣 2500 元。国家法定节假日停播或重播须经编委会同意，并报总编室备案，不报或迟报，一次扣 200 元。

A. 4. 1. 8 按照要求及时报送上级和中心需要的各种材料，每月第一个工作日下午 5 点前报送月度考核材料。迟报一次扣 100 元，材料不符合要求 1 处扣 50 元，出现文字问题 1 处扣 20 元。

#### A. 4. 2 个性部分

##### A. 4. 2. 1 时政部

时政部个性部分内容包括：

a) 负责“如 e 融媒”手机客户端时政类内容生产，原创产品应在 APP 平台首发（未在 APP 平台首发，发现一次扣 100 元），资讯信息生产周一至周六（国家法定长假另行安排）每天至少更新一条，当月少一条扣 300 元（鼓励创作不同类型的资讯产品，其中当月图文资讯类不少于 6 条，少一条扣 300 元；短视频不少于 6 条，少一条扣 300 元）。每月至少要有一条是特别策划（特别策划报送时注明），少一条扣 300 元。每月“学习强国”平台用稿不少于 3 条，少 1 条扣 300 元（按季度进行结算）。

b) 《如皋新闻》栏目每月编者按、编后、记者手记、记者感言不少于 8 篇，少 1 篇扣 100 元。

《如皋日报》时政版面增加言论考核力度。A1版每月确保见报2篇言论、2篇编者按（含编后、记者手记、记者感悟）；A2版每月确保见报4篇言论、4篇编者按（含编后、记者手记、记者感悟）。每少1篇扣100元。

c) 《如皋新闻》栏目每月现场新闻、深度报道总数不少于播出日总数×75%，少1篇扣200元；每月系列（连续）报道不少于1篇，少1篇扣400元。

《如皋日报》时政版面加强策划，增加通讯、重头稿件、深度报道和现场报道稿件考核力度。A1版总数不少于出版期数×70%，A2版总数不少于出版期数×80%，每少1篇扣100元。加强图片考核力度。图片整体感强，能形成一定视觉冲击力。报纸图片模糊不清，发现一次扣200元。A1版平均每期1.2幅，A2版平均每期2幅。每少1幅扣100元。每月确保1篇系列报道（连续报道），少一篇扣200元。

#### A.4.2.2 民生部

民生部个性内容包括：

a) 负责“如e融媒”手机客户端民生类内容生产，原创产品应在APP平台首发（未在APP平台首发，发现一次扣100元），资讯信息生产周一至周六（国家法定长假另行安排）每天至少更新一条，当月少一条扣300元（鼓励创作不同类型的资讯产品，其中当月图文资讯类不少于6条，少一条扣300元；短视频不少于6条，少一条扣300元）。每月至少要有1条是特别策划（特别策划报送时注明），少一条扣300元。每月“学习强国”平台用稿不少于3条，少1条扣300元（按季度进行结算）。

b) 《民生零距离》栏目每月编者按、编后、记者手记、记者感言不少于6篇，少1篇扣100元。《如皋日报》A3版和B4版每月确保见报5篇言论、4篇编者按（编后、记者手记、记者感悟），每少一篇扣100元。

c) 《民生零距离》栏目每档节目不少于4条稿件，少1条扣200元。栏目每月现场新闻、深度报道总数不少于播出日总数×75%，少1篇扣200元；每月系列（连续）报道不少于1篇，少1篇扣400元。

《如皋日报》民生版面加强策划，增加通讯、重头稿件、深度报道和现场报道稿件考核力度。A3版和B4版总数不少于出版期数×80%，每少1篇扣100元。加强图片考核。图片整体感强，能形成一定视觉冲击力。报纸图片模糊不清，发现一次扣200元。A3版和B4版每期平均各不少于2幅。每少1幅扣100元。每月确保1篇系列报道（连续报道），每少1篇扣200元。

#### A.4.2.3 融创部

融创部个性内容包括：

a) 做好“如e融媒”手机客户端、“如皋广播电视台”微信公众号、市委新闻网、《如皋日报》电子版、数字化互动式多媒体平台，以及央视新闻+、头条号、抖音号等新媒体平台的运营维护、编辑发布、开发提升等（头条号每天推送不得低于2条，少1条扣200元）。可抓取中心所有媒体平台（已列入融媒体生产计划的除外）内容，进行二次加工生产。负责各宣传产品生产部门在新媒体平台用稿情况、单条阅读量等数据统计，每月第一周工作日内将数据提交总编室。不能及时提供数据或数据不实，发现一次扣100元。

b) 做好“如e融媒”手机客户端各栏目维护、更新，未及时更新、重要时点无作为，发现一次扣100元。做好“如e融媒”手机客户端资讯信息生产，原创或深度加工产品应在APP平台首发（未在APP平台首发，发现一次扣100元），周一至周六（国家法定长假另行安排）每天至少生产一条（原创或深度加工作品），当月少一条扣300元（鼓励创作不同类型的资讯产品，其中当月图文资讯类不少于6条，少一条扣300元；短视频不少于3条，少一条扣300元）。每月至少应有一条是特别策划（特别策划报送时注明），少一条扣300元。每月“学习强国”平台用稿不少于1条，少1条扣300元（按季度进行结算）。

c) 周一至周五，每天制作、发布“如皋广播电视台”微信公众号不低于5条，其中原创或深度加工作品不低于3条，周六制作、发布不低于3条，其中原创或深度加工作品不低于2条，每月少1条扣100元；每月点击率达1万人次微信作品不少于4条，少1条扣100元；每月日均作品总点击量不低于5000，每少100点击量扣50元。

d) 市委新闻网栏目设置和内容上载应符合省网信办要求，页面层级规范、清晰，站内、站外导航易用，最多三次点击能找到相关信息。不符合要求的，一次扣 200 元。市委新闻网日均点击率不得低于 5500 人次，少 1 个百分点，一次扣 200 元。

e) 发生作品导向不正确、内容低俗，因编辑、制作原因而漏发重大新闻，网站、手机客户端、微信公众号等各类稿件未经审核擅自发布，因主观因素导致作品删除等重大责任事故，一次扣 600 元。

f) 规范开展各类融媒体直播活动，因主观因素造成直播事故的，一次扣 400 元。

#### A.4.2.4 声讯部（广播部）

声讯部个性内容包括：

a) 常态化做好《政风行风热线》栏目可视化直播，探索开设“如 e 融媒”手机客户端广播节目、主持人个性化栏目，协助做好资讯信息生产，原创产品应在 APP 平台首发（未在 APP 平台首发，发现一次扣 100 元），每月不少于 6 篇，少 1 篇扣 300 元。每月“学习强国”平台用稿不少于 1 条，少 1 条扣 300 元（按季度进行结算）。

b) 每月自采录音报道不得少于 30 篇，每少 1 篇扣 200 元。

c) 每月录音评论不少于 2 篇，编者按、编后、记者手记、记者感言不少于 5 篇，少 1 篇扣 100 元。

d) 每月现场新闻、深度报道和新闻专题不少于 8 篇，少 1 篇扣 100 元；每月系列（连续）报道不少于 1 篇，少 1 篇扣 200 元。

#### A.4.2.5 文艺出版部

文艺出版部个性内容包括：

a) 探索开设“如 e 融媒”手机客户端文艺类栏目，协助做好资讯信息生产。

b) 实行总量控制。A4 版每月半版及半版以上版面原则上不少于 10 个，少一个扣 100 元。特殊情况经主要领导批准，另行计算考核。每版平均本地作者用稿不得少于 3 篇，每少 1 篇扣 100 元。

c) 做好各版面所需的题花、题图、插图、示意图的制作工作，不能及时完成任务的，一次扣 200 元。

d) 报纸的版面设计美观、大气，整体风格协调，格调高雅，达不到标准的，一次扣 200 元。

e) 加强图片考核。图片整体感强，能形成一定视觉冲击力。报纸图片模糊不清，发现一次扣 200 元。

#### A. 4. 2. 6 影视发展部

影视发展部个性内容包括：

a) 探索开设“如 e 融媒”手机客户端党建类栏目，协助做好资讯信息生产。

b) 强化节目质量考评体系建设，提高节目质量，提升舆论影响力，更好地服务创收。

联办节目因质量造成客户投诉，一次扣 800 元。

**附录 B**  
**（规范性附录）**

**融媒体中心各部门年度目标任务考核办法**

**B.1 总则**

为进一步强化内部管理，明确工作责任，切实提高工作效能，确保年度各项工作任务目标的圆满完成，为中心健康、持续、快速发展作出应有的贡献，结合中心（集团）工作实际，特订立中心（集团）融媒体中心各部门年度考核办法。

**B.2 考核内容**

**B.2.1 时政部（80分）**

时政部考核内容包括：

a) 融合生产。综合部门月度新媒体产品内容生产考核数据，组织年度融合考核。（共20分）

b) 新闻宣传。坚持正确舆论导向，营造良好舆论氛围，确保不出舆论导向差错，出现一次扣3分。提升新闻报道创新意识，创新新闻宣传形式，全年无节目创新、栏目创新、版面创新扣1分。积极打造品牌新闻产品，自办栏目、版面受众满意度达70%以上，每减少1%扣0.1分。（共20分）

c) 精品创优。《如皋新闻》《星期七》栏目不断提升节目创优数量和档次。节目创优获南通市级一等奖，每件加0.5分；获省级奖，每件加1分；获国家级奖，每件加1.5分。全省新闻节目抽查获先进表彰加1分。获南通、省、全国“五个一”工程奖分别加0.5分、1分、1.5分。（不重复计分）（共10分）；《如皋日报》时政版面注重强化策划，通过版面语言增强进行式报道、探索性报道、前瞻性报道的影响。确保版面一般性差错控制在国家出版物差错允许范围内。确保《如皋日报》全年出版不少于254期。少一期扣0.1分。不断提升报纸创优数量和档次。报纸创优获省县市报三等奖，每件加0.2分；二等奖每件加0.5分；一等奖每件加1分。（共10分）

d) 对外宣传。在“学习强国”APP上发稿48件，每少1篇减0.1分。48件以上，每多

1 件加 0.1 分。（“学习强国”APP 全国平台用稿不少于 3 件，未完成减 1 分，在完成发稿 3 件的基础上，每多一件加 0.3 分）；在南通以上电视媒体发稿 135 件，每减 1 篇减 0.1 分。完成 135-180 件，不加不减。180 件以上，每多 1 件加 0.1 分；其中省级用稿量不少于 14 件，每增、减 1 件分别加、减 0.3 分；（在江苏卫视江苏新时空头条或要闻报道发稿 2 件，未完成减 1 分，在完成发稿 2 件的基础上，江苏新时空头条或要闻报道发稿，每件加 0.3 分）在上海电视台新闻频道刊播，每条加 0.3 分；在中央电视台核心频道（综合频道、财经频道、中文国际频道、新闻频道）播出，综合类报道每条加 1 分。（不重复计分）（共 10 分）；在南通以上平面主流媒体发稿 120 篇，每减 1 篇扣 0.1 分。完成 120—140 篇，不加不减。140 篇以上，每多一篇加 0.1 分。全年在《新华日报》头版及重要版面用稿不少于 13 篇，每增、减 1 篇分别加、减 0.3 分（在文汇报、新民晚报、澎湃新闻刊播，每条加 0.3 分）。在《南通日报》头版、二版、三版头条用稿不少于 24 篇，每增、减 1 篇分别加、减 0.2 分。在新华社、新华每日电讯、光明日报、经济日报等刊登，综合类报道每条加 1 分。（共 10 分）

#### B.2.2 民生部（80 分）

民生部考核内容包括：

- a) 融合生产。综合部门月度新媒体产品内容生产考核数据，组织年度考核。（20 分）
- b) 新闻宣传。坚持正确舆论导向，营造良好舆论氛围，确保不出舆论导向差错，出现一次扣 3 分。提升新闻报道创新意识，创新新闻宣传形式，全年无节目创新、栏目创新、版面创新扣 1 分。积极打造品牌新闻产品，自办栏目、版面受众满意度达 70% 以上，每减少 1% 扣 0.1 分。（共 20 分）
- c) 精品创优。《民生零距离》栏目不断提升节目创优数量和档次。节目创优获南通市级一等奖，每件加 0.5 分；获省级奖每件加 1 分；获国家级奖每件加 1.5 分。全省新闻节目抽查获先进表彰加 2 分。获南通、省、全国“五个一”工程奖分别加 0.5 分、1 分、1.5 分。（不重复计分）（共 10 分）；《如皋日报》民生版面注重强化策划，通过版面语言增强进

行式报道、探索性报道、前瞻性报道的影响。确保版面一般性差错控制在国家出版物差错允许范围内。《如皋日报》全年出版不少于 254 期。少出一期扣 0.1 分。不断提升报纸创优数量和档次。报纸创优获省县市报三等奖，每件加 0.2 分；二等奖每件加 0.5 分；一等奖每件加 1 分。（共 10 分）

d) 对外宣传。在“学习强国”APP 上发稿 48 件，每少 1 篇减 0.1 分。48 件以上，每多 1 件加 0.1 分。（“学习强国”APP 全国平台用稿不少于 3 件，未完成减 1 分，在完成发稿 3 件的基础上，每多一件加 0.3 分）；在南通以上电视媒体发稿 75 件，每减 1 篇减 0.1 分。完成 75-100 件，不加不减。100 件以上，每多 1 件加 0.1 分；其中省级用稿量不少于 10 件，每增、减 1 件分别加、减 0.3 分；在上海电视台新闻频道刊播，每条加 0.3 分；在中央电视台核心频道（综合频道、财经频道、中文国际频道、新闻频道）播出，综合类报道每条加 1 分。（不重复计分）（10 分）；在南通以上平面主流媒体发稿 60 篇，每减 1 篇扣 0.1 分。完成 60—80 篇，不加不减。80 篇以上，每多一篇加 0.1 分。全年在《新华日报》头版及重要版面用稿不少于 7 篇，每增、减 1 篇分别加、减 0.3 分（在文汇报、新民晚报、澎湃新闻刊播，每条加 0.3 分）。在《南通日报》头版、二版、三版头条用稿不少于 12 篇，每增、减 1 篇分别加、减 0.2 分。在新华社、新华每日电讯、光明日报、经济日报等刊登，综合类报道每条加 1 分。（共 10 分）

### B.2.3 融创部（35 分）

融创部考核内容包括：

a) 融合生产。综合部门月度新媒体产品内容生产考核数据，组织年度考核。（10 分）

b) 新闻宣传。坚持正确舆论导向，营造良好舆论氛围，确保不出舆论导向差错，出现一次扣 3 分。提升新闻报道创新意识，创新新闻宣传形式，全年无节目创新、栏目创新、版面创新扣 1 分。积极打造品牌新闻产品，自办栏目、版面受众满意度达 70% 以上，每减少 1% 扣 0.1 分。（共 5 分）

c) 做好“如 e 融媒”手机客户端、“如皋广播电视台”微信公众号、市委新闻网、《如

皋日报》电子版、数字化互动式多媒体平台，以及央视新闻+、头条号、抖音号等新媒体平台的运营维护、编辑发布、开发提升等。因主管原因造成平台异常或未及时推送，发现一次扣0.5分。（共2分）

d) 全年点击率超1万的新媒体作品不少于50条，少1条扣0.3分，多1条加0.3分；全年10万+新媒体作品有1条加1分。（共6分）

e) 全年“如e融媒”手机客户端用户保持20万户，每增减1000户加减0.2分。平均日活确保2000人次，低于2000人次扣3分；高于2000人次，每增加1000人次加1分。全年开展APP推广活动4次，少一次扣1分。APP版面、栏目设置主动优化，一次加1分；创新APP栏目设置，每开发一个原创栏目加1分。（共8分）

f) 在“学习强国”APP上发稿12件，每少1篇减0.1分。18件以上，每多1件加0.1分。（共2分）

g) 市委新闻网点击率确保日均5500人次，每增减10%加减0.1分；创新媒体平台宣传方式，放大新媒体平台的影响力，全年无节目创新、栏目创新扣1分。在知名网站开设地方专栏不少于2个，少1个扣0.5分。（共2分）

#### B.2.4 声讯部（广播部）（40分）

声讯部（广播部）考核内容包括：

a) 融合生产。综合部门月度新媒体产品内容生产考核数据，组织年度考核。（共10分）

b) 新闻宣传。坚持正确舆论导向，营造良好舆论氛围，确保不出舆论导向差错，出现一次扣3分。提升新闻报道创新意识，创新新闻宣传形式，全年无节目创新、栏目创新扣1分。积极打造品牌新闻产品，自办栏目受众满意度达70%以上，每减少1%扣0.1分。（共5分）

c) 精品创优。不断提升节目创优数量和档次。节目创优获南通市级奖一等奖每1件加0.5分；获省级奖每件加1分；获国家级奖每件加1.5分。全省新闻节目抽查获先进表彰加

1分。获南通、省、全国“五个一”工程奖分别加0.5分、1分、1.5分。（不重复计分）  
（共10分）

d) 对外宣传。加大外宣工作力度，积极推介如皋。争取在上级媒体多发稿，发好稿，努力提升如皋的知名度和美誉度。在“学习强国”APP上发稿12件，每少1篇减0.1分。12件以上，每多1件加0.1分。广播节目在南通以上媒体发稿90件，每减1篇减0.05分。完成90-120件，不加不减。120件以上，每多1件加0.05分；其中省级用稿量不少于24件，保持全省县（市）第一方阵，每增、减1件分别加、减0.15分（在江苏新闻广播《江苏新闻联播》头条或要闻报道发稿，每件加0.5分。）；在中央人民广播电台第一套节目（中国之声）频率播出，综合类报道每条加1分。（不重复计分）（共15分）

#### B.2.5 文艺出版部（80分）

文艺出版部考核内容包括：

a) 融合生产。综合部门月度新媒体产品内容生产考核数据，组织年度考核。（共20分）

b) 新闻宣传。坚持正确舆论导向，营造良好舆论氛围，确保不出舆论导向差错，出现一次扣3分。提升新闻报道创新意识，创新新闻宣传形式，全年无栏目创新、版面创新扣1分。积极打造品牌新闻产品，自办栏目、版面受众满意度达70%以上，每减少1%扣0.1分。（共20分）。

c) 提高校对水平。确保版面一般性差错控制在国家出版物差错允许范围内。全年见报差错和终审差错总和以100个为基准，每少1个加0.1分。（共20分）。

d) 负责报纸排版、制作、付印和资料保存工作。《如皋日报》全年出版不少于254期。少出一期扣0.1分。（共20分）

e) 鼓励向上发稿。全年在“学习强国”APP上发稿4件，在完成4件的基础上，在“学习强国”APP江苏平台用稿每1件加0.1分，在“学习强国”APP全国平台用稿每1件加0.3分。在南通市级媒体用稿，每篇加0.2分；在省级媒体用稿，每篇加0.4；国家级用稿，每

篇加 1 分。

#### B.2.6 影视发展部（40 分）

影视发展部考核内容包括：

a) 新闻宣传。坚持正确舆论导向，营造良好舆论氛围，确保不出舆论导向差错，出现一次扣 3 分。提升新闻报道创新意识，创新新闻宣传形式，全年无节目创新、栏目创新、版面创新扣 1 分。积极打造品牌新闻产品，自办栏目、版面受众满意度达 70% 以上，每减少 1% 扣 0.1 分。（共 20 分）

b) 积极参加节目创优、外宣工作。获南通市级奖，每篇加 0.5 分。获南通市级一等奖每篇加 1 分；获省级奖每篇加 1.5 分；获国家级奖每篇加 6 分。在“学习强国”APP 江苏平台用稿每 1 件加 0.1 分，在“学习强国”APP 全国平台用稿每 1 件加 0.3 分。南通级外宣每篇加 0.2 分；省级外宣每篇加 0.4 分；国家级外宣每篇加 1 分。（共 20 分）

## 附录 C

### （规范性附录）

#### 融媒体中心各部门（产业项目）月度目标任务考核办法

##### C.1 总则

为进一步做好产业经营部门（产业项目）的考核工作，采取共享考核与个性考核相结合的原则，现就产业经营部门（产业项目）年度月度考核工作制定如下考核办法。

##### C.2 考核办法

###### C.2.1 全媒体广告部（80分）

a) 严格执行《如皋市融媒体中心（传媒集团）2020年产业发展经营管理实施意见》中的产业经营管理办法。未及时上报月度经营报表和产业规划管理部要求提供的相关材料，一次扣0.5分；违反相关财务管理规定、经营中受到行政处罚一次扣1分；严格执行内部考核方案，未按照方案考核分配一次扣2分；内容生产及活动影响集团形象，损害集团利益一次扣1分；其他严重违反集团管理规定的行为一次扣3分；

b) 内部建立完善的广告承接登记、审查及档案管理制度，制度不健全或者出现违反流程规定，一次扣2分；

c) 做好户外广告设施的巡检工作，每月未及时巡检发现1次扣1分；

d) 加强对自办电视栏目的内容审查，出现导向问题或未及时上载、更新栏目，发现一次扣5分；

e) 积极参与中心（集团）融媒体内容生产，参与如e融媒APP频道建设维护，月度向如e融媒APP发稿不少于2件，少1件扣0.5分；

f) 配合集团做好公益广告的宣传工作，未按照要求执行公益广告刊播计划，发现一次扣2分。

###### C.2.2 政务专题部（80分）

a) 严格执行《如皋市融媒体中心（传媒集团）2020年产业发展经营管理实施意见》中的产业经营管理办法。未及时上报月度经营报表和产业规划管理部要求提供的相关材料，一次扣0.5分；违反相关财务管理规定、经营中受到行政处罚一次扣1分；严格执行内部考核方案，未按照方案考核分配一次扣2分；内容生产及活动影响集团形象，损害集团利益一次扣1分；其他严重违反集团管理规定的行为一次扣3分。

b) 配合全媒体广告部做好报纸商业广告的刊播，服务不及时不到位一次扣1分。

c) 积极参与中心（集团）融媒体内容生产，每月向如e融媒APP发稿不少于1件，少1件扣0.5分。

d) 配合集团做好公益广告的宣传工作，未按照要求执行公益广告刊播计划，发现一次扣2分。

e) 做好专版、专刊的广告内容的审查、校对工作，发现错误一次扣2分。

#### C.2.3 艺术培训部（80分）

a) 严格执行《如皋市融媒体中心（传媒集团）2020年产业发展经营管理实施意见》中的产业经营管理办法。未及时上报月度经营报表和产业规划管理部要求提供的相关材料，一次扣0.5分；违反相关财务管理规定、经营中受到行政处罚一次扣1分；严格执行内部考核方案，未按照方案考核分配一次扣2分；内容生产及活动影响集团形象，损害集团利益一次扣1分；其他严重违反集团管理规定的行为一次扣3分。

b) 部门组织开展培训类业务，应做好相关培训招生情况及资料的存档工作，漏报或错报信息，发现一次扣2分。

c) 积极参与中心（集团）融媒体内容生产，积极探索依托如e融媒APP开展少儿艺术培训相关宣传，每两月向如e融媒APP发稿不少于1件，少1件扣0.5分。

d) 做好《快乐小主持》广播节目、《花儿朵朵》电视节目的制作播出，出现节目失误一次扣1分，重大失误一次扣3分。

#### C.2.3 融创部（35分）

a) 严格执行《如皋市融媒体中心（传媒集团）2020年产业发展经营管理实施意见》中的产业经营管理办法。未及时上报月度经营报表和产业规划管理部要求提供的相关材料，一次扣0.5分；违反相关财务管理规定、经营中受到行政处罚一次扣1分；严格执行内部考核方案，未按照方案考核分配一次扣2分；内容生产及活动影响集团形象，损害集团利益一次扣1分；其他严重违反集团管理规定的行为一次扣3分。

b) 配合全媒体广告部做好新媒体商业广告的刊播，配合其他创收平台做好新媒体内容的更新上载，服务不及时不到位一次扣1分。

#### C.2.4 影视发展部（40分）

a) 严格执行《如皋市融媒体中心（传媒集团）2020年产业发展经营管理实施意见》中的产业经营管理办法。未及时上报月度经营报表和产业规划管理部要求提供的相关材料，一次扣0.5分；违反相关财务管理规定、经营中受到行政处罚一次扣1分；严格执行内部考核方案，未按照方案考核分配一次扣2分；内容生产及活动影响集团形象，损害集团利益一次扣1分；其他严重违反集团管理规定的行为一次扣3分。

b) 做好联办单位服务工作，因服务不到位被投诉，投诉一次扣2分。

#### C.2.5 声讯部（广播部）（40分）

a) 严格执行《如皋市融媒体中心（传媒集团）2020年产业发展经营管理实施意见》中的产业经营管理办法。未及时上报月度经营报表和产业规划管理部要求提供的相关材料，一次扣0.5分；违反相关财务管理规定、经营中受到行政处罚一次扣1分；严格执行内部考核方案，未按照方案考核分配一次扣2分；内容生产及活动影响集团形象，损害集团利益一次扣1分；其他严重违反集团管理规定的行为一次扣3分。

b) 配合全媒体广告部做好商业广告的刊播，服务不及时不到位一次扣1分。

#### C.2.6 木偶艺术团（80分）

a) 严格执行《如皋市融媒体中心（传媒集团）2020年产业发展经营管理实施意见》中的产业经营管理办法。未及时上报月度经营报表和产业规划管理部要求提供的相关材料，一

次扣 0.5 分；违反相关财务管理规定、经营中受到行政处罚一次扣 1 分；严格执行内部考核方案，未按照方案考核分配一次扣 2 分；内容生产及活动影响集团形象，损害集团利益一次扣 1 分；其他严重违反集团管理规定的行为一次扣 3 分。

b) 实施“一人一品”工程，每两月新创节目 1 个，促进演艺人员素质提升和专业发展。节目不足 1 个，少一个扣 3 分。

c) 服务中心工作，高质量完成市委、市政府及中心（集团）下达的演出任务。收到服务单位投诉一次扣 5 分，服务不到位一次扣 2 分。

#### C.2.6 商贸公司（80 分）

a) 严格执行《如皋市融媒体中心（传媒集团）2020 年产业发展经营管理实施意见》中的产业经营管理办法。未及时上报月度经营报表和产业规划管理部要求提供的相关材料，一次扣 0.5 分；违反相关财务管理规定、经营中受到行政处罚一次扣 1 分；严格执行内部考核方案，未按照方案考核分配一次扣 2 分；内容生产及活动影响集团形象，损害集团利益一次扣 1 分；其他严重违反集团管理规定的行为一次扣 3 分。

b) 做好商贸经营入库、出库等相关信息登记、管理工作，定期盘点相关数据，出现信息不符扣 2 分。

#### C.2.7 大剧院（80 分）

a) 严格执行《如皋市融媒体中心（传媒集团）2020 年产业发展经营管理实施意见》中的产业经营管理办法。未及时上报月度经营报表和产业规划管理部要求提供的相关材料，一次扣 0.5 分；违反相关财务管理规定、经营中受到行政处罚一次扣 1 分；严格执行内部考核方案，未按照方案考核分配一次扣 2 分；内容生产及活动影响集团形象，损害集团利益一次扣 1 分；其他严重违反集团管理规定的行为一次扣 3 分。

b) 制定大剧院、演播大厅舞台、灯光、音响、吊杆等各类设备系统检查维护操作规程，按照操作规程定期完成检查、维护、修缮。制定操作规程但未按规程及时检查处理，发现 1 次扣 2 分。

c) 制定完善服务质量标准，提供演出场租服务需租场单位提供服务质量评价表，服务质量综合评价不满意一次扣 0.5 分，服务质量综合评价满意一次加 0.1 分，总加分不超过 3 分。因服务质量引起客户投诉并造成恶劣影响的一次扣 2 分。

d) 做好大剧院的后勤物业管理工作，后勤物业管理工作不到位一次扣 0.5 分。

#### C.2.8 形象工作室（80 分）

a) 严格执行《如皋市融媒体中心（传媒集团）2020 年产业发展经营管理实施意见》中的产业经营管理办法。未及时上报月度经营报表和产业规划管理部要求提供的相关材料，一次扣 0.5 分；违反相关财务管理规定、经营中受到行政处罚一次扣 1 分；严格执行内部考核方案，未按照方案考核分配一次扣 2 分；内容生产及活动影响集团形象，损害集团利益一次扣 1 分；其他严重违反集团管理规定的行为一次扣 3 分。

b) 积极参与中心（集团）融媒体内容生产，每季度向“如 e 融媒”手机客户端发稿不少于 1 件，少 1 件扣 0.5 分；

#### C.2.9 数字媒体工作室（80 分）

a) 严格执行《如皋市融媒体中心（传媒集团）2020 年产业发展经营管理实施意见》中的产业经营管理办法。未及时上报月度经营报表和产业规划管理部要求提供的相关材料，一次扣 0.5 分；违反相关财务管理规定、经营中受到行政处罚一次扣 1 分；严格执行内部考核方案，未按照方案考核分配一次扣 2 分；内容生产及活动影响集团形象，损害集团利益一次扣 1 分；其他严重违反集团管理规定的行为一次扣 3 分。

b) 积极参与中心（集团）融媒体内容生产，季度向“如 e 融媒”手机客户端发稿不少于 1 件，少 1 件扣 0.5 分。

#### C.2.10 旅游培训部（80 分）

a) 严格执行《如皋市融媒体中心（传媒集团）2020 年产业发展经营管理实施意见》中的产业经营管理办法。未及时上报月度经营报表和产业规划管理部要求提供的相关材料，一次扣 0.5 分；违反相关财务管理规定、经营中受到行政处罚一次扣 1 分；严格执行内部考核

方案，未按照方案考核分配一次扣 2 分；内容生产及活动影响集团形象，损害集团利益一次扣 1 分；其他严重违反集团管理规定的行为一次扣 3 分。

b) 部门组织开展培训类业务，应做好相关培训招生情况及资料的存档工作，漏报或错报信息，发现一次扣 2 分。

## 附录 D

### (规范性附录)

#### 融媒体中心各部门（产业项目）年度目标任务考核办法

##### D.1 总则

为进一步做好产业经营部门（产业项目）的考核工作，采取共享考核与个性考核相结合的原则，现就产业经营部门（产业项目）的年度考核工作制定如下考核办法。

##### D.2 考核办法

###### D.2.1 全媒体广告部（80分）

###### a) 经营指标考核(60分)

未能完成下达的创收指标，完成率在80%以上扣1分，完成80%以下扣5分；超额完成每超出10万元加1分。

###### b) 经营行为考核(10分)

1) 严格执行《如皋市融媒体中心（传媒集团）2020年产业发展经营管理实施意见》中的产业经营管理办法。未及时上报月度经营报表和产业规划管理部要求提供的相关材料，一次扣0.5分；违反相关财务管理规定、经营中受到行政处罚一次扣1分；未及时制定并向产业规划管理部内部考核方案、未与业务人员签订考核责任合同扣2分；生产内容及活动项目影响集团形象、损害集团利益一次扣1分；其他严重违反集团管理规定的行为一次扣3分。

2) 严格按照合同规定的付款约定催收经营款项，原则上当年度合同到账率不得低于合同应收款的70%，到账率每低1个点扣减0.1分，直至扣完为止。

3) 部门组织开展业务培训学习，并做好相关培训资料的存档工作，全年不少于2次，少一次扣减1分。

4) 每月做好户外广告设施的巡检和巡检记录工作，未及时巡检发现1次扣1分。

###### c) 融合生产考核(10分)

1) 开发如e融媒APP、如皋广播电视台微信公众号、如皋市委新闻网以及直播平台商

业广告产品，形成刊例价格方案，未及时制定方案扣 2 分，全年无新媒体广告扣 3 分；

2) 积极参与中心（集团）融媒体内容生产，参与如 e 融媒 APP 频道建设维护，全年向如 e 融媒 APP 发稿不少于 24 篇（条），少 1 篇（条）扣 0.5 分；

3) 积极参与公益广告的创作，全年完成公益广告制作不少于 2 部，少一部扣 1 分；获得国家、省、南通市级、如皋市级奖项每部（件）分别加 5 分、2 分、1 分、0.5 分。

#### D.2.2 政务专题部（80 分）

##### a) 经营指标考核(60 分)

未能完成下达的创收指标，完成率在 80%以上扣 1 分，完成 80%以下扣 5 分；超额完成每超出 10 万元加 1 分。

##### b) 经营行为考核(10 分)

1) 严格执行《如皋市融媒体中心（传媒集团）2020 年产业发展经营管理实施意见》中的产业经营管理办法。未及时上报月度经营报表和产业规划管理部要求提供的相关材料，一次扣 0.5 分；违反相关财务管理规定、经营中受到行政处罚一次扣 1 分；未及时制定并向产业规划管理部内部考核方案、未与业务人员签订考核责任合同扣 2 分；生产内容及活动项目影响集团形象、损害集团利益一次扣 1 分；其他严重违反集团管理规定的行为一次扣 3 分。

2) 严格按照合同规定的付款约定催收经营款项，原则上当年度合同到账率不得低于合同应收款的 70%，到账率每低 1 个点扣减 0.1 分，直至扣完为止。

3) 部门组织开展业务培训学习，并做好相关培训资料的存档工作，全年不少于 2 次，少一次扣减 1 分。

4) 配合全媒体广告部做好报纸商业广告的刊播，服务不及时，不到位，一次扣 1 分。

##### c) 融合生产考核(10 分)

1) 积极参与中心（集团）融媒体内容生产，全年向如 e 融媒 APP 发稿不少于 12 篇（条），少 1 篇（条）扣 0.5 分；

2) 积极参与公益广告的创作，全年完成公益广告制作部少于 2 件，少一件扣 1 分；获

得国家级、省级、南通市级、如皋市级奖项每件分别加 5 分、2 分、1 分、0.5 分。

#### D.2.3 艺术培训部（80 分）

##### a) 经营指标考核(60 分)

未能完成下达的创收指标，完成率在 80%以上扣 1 分，完成 80%以下扣 5 分；超额完成每超出 10 万元加 1 分。

##### b) 经营行为考核(10 分)

1) 严格执行《如皋市融媒体中心（传媒集团）2020 年产业发展经营管理实施意见》中的产业经营管理办法。未及时上报月度经营报表和产业规划管理部要求提供的相关材料，一次扣 0.5 分；违反相关财务管理规定、经营中受到行政处罚一次扣 1 分；未及时制定并向产业规划管理部内部考核方案、未与业务人员签订考核责任合同扣 2 分；生产内容及活动项目影响集团形象、损害集团利益一次扣 1 分；其他严重违反集团管理规定的行为一次扣 3 分。

2) 严格按照合同规定的付款约定催收经营款项，原则上当年度合同到账率不得低于合同应收款的 70%，到账率每低 1 个点扣减 0.1 分；培训活动费用收缴，应及时交财务投资部，未及时进帐扣 1 分，直至扣完为止。

3) 部门组织开展业务培训学习，并做好相关培训资料的存档工作，全年不少于 2 次，少一次扣减 1 分。

##### c) 融合生产考核(10 分)

1) 积极参与中心（集团）融媒体内容生产，积极探索依托如 e 融媒 APP 开展少儿艺术培训相关宣传，全年向如 e 融媒 APP 发稿不少于 6 篇（部），少 1 篇（部）扣 0.5 分；

2) 做好《快乐小主持》广播节目、《花儿朵朵》电视节目的制作播出，出现节目失误一次扣 1 分，重大失误一次扣 3 分。

#### D.2.4 融创部（35 分）

##### a) 经营指标考核(25 分)

未能完成下达的创收指标，完成率在 80%以上扣 1 分，完成 80%以下扣 5 分；超额完成

每超出 10 万元加 1 分。

b) 经营行为考核(10 分)

1) 严格执行《如皋市融媒体中心（传媒集团）2020 年产业发展经营管理实施意见》中的产业经营管理办法。未及时上报月度经营报表和产业规划管理部要求提供的相关材料，一次扣 0.5 分；违反相关财务管理规定、经营中受到行政处罚一次扣 1 分；未及时制定并向产业规划管理部内部考核方案、未与业务人员签订考核责任合同扣 2 分；生产内容及活动项目影响集团形象、损害集团利益一次扣 1 分；其他严重违反集团管理规定的行为一次扣 3 分。

2) 严格按照合同规定的付款约定催收经营款项，原则上当年度合同到账率不得低于合同应收款的 70%，到账率每低 1 个点扣减 0.1 分，直至扣完为止。

3) 部门组织开展业务培训学习，并做好相关培训资料的存档工作，全年不少于 2 次，少一次扣减 1 分。

4) 配合全媒体广告部做好新媒体商业广告的刊播，配合其他创收平台做好新媒体内容的更新上载，服务不及时不到位一次扣 1 分。

D.2.5 影视发展部（40 分）

a) 经营指标考核(30 分)

未能完成下达的创收指标，完成率在 80%以上扣 1 分，完成 80%以下扣 5 分；超额完成每超出 10 万元加 1 分。

b) 经营行为考核(10 分)

1) 严格执行《如皋市融媒体中心（传媒集团）2020 年产业发展经营管理实施意见》中的产业经营管理办法。未及时上报月度经营报表和产业规划管理部要求提供的相关材料，一次扣 0.5 分；违反相关财务管理规定、经营中受到行政处罚一次扣 1 分；未及时制定并向产业规划管理部内部考核方案、未与业务人员签订考核责任合同扣 2 分；生产内容及活动项目影响集团形象、损害集团利益一次扣 1 分；其他严重违反集团管理规定的行为一次扣 3

分。

2) 严格按照合同规定的付款约定催收经营款项，原则上当年度合同到账率不得低于合同应收款的 70%，到账率每低 1 个点扣减 0.1 分，直至扣完为止。

3) 部门组织开展业务培训学习，并做好相关培训资料的存档工作，全年不少于 2 次，少一次扣减 1 分。

#### D.2.6 声讯部（广播部）（40 分）

##### a) 经营指标考核(30 分)

未能完成下达的创收指标，完成率在 80%以上扣 1 分，完成 80%以下扣 5 分；超额完成每超出 10 万元加 1 分。

##### b) 经营行为考核(10 分)

1) 严格执行《如皋市融媒体中心（传媒集团）2020 年产业发展经营管理实施意见》中的产业经营管理办法。未及时上报月度经营报表和产业规划管理部要求提供的相关材料，一次扣 0.5 分；违反相关财务管理规定、经营中受到行政处罚一次扣 1 分；未及时制定并向产业规划管理部内部考核方案、未与业务人员签订考核责任合同扣 2 分；生产内容及活动项目影响集团形象、损害集团利益一次扣 1 分；其他严重违反集团管理规定的行为一次扣 3 分。

2) 严格按照合同规定的付款约定催收经营款项，原则上当年度合同到账率不得低于合同应收款的 70%，到账率每低 1 个点扣减 0.1 分，直至扣完为止。

3) 部门组织开展业务培训学习，并做好相关培训资料的存档工作，全年不少于 2 次，少一次扣减 1 分。

4) 配合全媒体广告部做好商业广告的刊播，服务不及时不到位一次扣 1 分。

#### D.2.7 木偶艺术团（80 分）

##### a) 经营指标考核（40 分）

未能完成下达的创收指标，完成率在 80%以上扣 1 分，完成 80%以下扣 5 分；超额完成

每超出 10 万元加 1 分。

b) 经营行为考核(10 分)

1) 严格执行《如皋市融媒体中心（传媒集团）2020 年产业发展经营管理实施意见》中的产业经营管理办法。未及时上报月度经营报表和产业规划管理部要求提供的相关材料，一次扣 0.5 分；违反相关财务管理规定、经营中受到行政处罚一次扣 1 分；未及时制定并向产业规划管理部内部考核方案、未与业务人员签订考核责任合同扣 2 分；生产内容及活动项目影响集团形象、损害集团利益一次扣 1 分；其他严重违反集团管理规定的行为一次扣 3 分。

2) 严格按照合同规定的付款约定催收经营款项，原则上当年度合同到账率不得低于合同应收款的 70%，到账率每低 1 个点扣减 0.1 分，直至扣完为止。

c) 精品创优考核（30 分）

1) 实施“一人一品”工程，全年新创节目 6 个，促进演艺人员素质提升和专业发展。节目不足 6 个，少一个扣 3 分。

2) 服务中心工作，高质量完成市委、市政府及中心（集团）下达的演出任务。收到服务单位投诉一次扣 5 分，服务不到位一次扣 2 分。获国家级奖项、省级、市级以及如皋市级荣誉，分别加 5 分、2 分、1 分、0.5 分。同一事项不重复加分。加分原则不超过 15 分。

D.2.8 商贸公司（80 分）

a) 经营指标考核（60 分）

未能完成下达的创收指标，完成率在 80%以上扣 1 分，完成 80%以下扣 5 分；超额完成每超出 10 万元加 1 分。

b) 经营行为考核(10 分)

1) 严格执行《如皋市融媒体中心（传媒集团）2020 年产业发展经营管理实施意见》中的产业经营管理办法。未及时上报月度经营报表和产业规划管理部要求提供的相关材料，一次扣 0.5 分；违反相关财务管理规定、经营中受到行政处罚一次扣 1 分；未及时制定并向产业规划管理部内部考核方案、未与业务人员签订考核责任合同扣 2 分；生产内容及活动项目

影响集团形象、损害集团利益一次扣 1 分；其他严重违反集团管理规定的行为一次扣 3 分。

2) 严格按照合同规定的付款约定催收经营款项，原则上当年度合同到账率不得低于合同应收款的 70%，到账率每低 1 个点扣减 0.1 分，直至扣完为止。

3) 部门组织开展业务培训学习，并做好相关培训资料的存档工作，全年不少于 2 次，少一次扣减 1 分。

c) 经营项目拓展(10 分)

1) 做好“如 e 融媒”商城的搭建运营，丰富完善产品品类，拓展厂家直供、基地直采项目不少于 10 个，缺一个扣 1 分；线上经营商品不少于 30 个。

2) 新增打造自有品牌产品 1 个，未形成运营方案扣 3 分，年内落地实施加 3 分。

D.2.9 大剧院（80 分）

a) 经营指标考核（60 分）

未能完成下达的创收指标，完成率在 80%以上扣 1 分，完成 80%以下扣 5 分；超额完成每超出 10 万元加 1 分。

b) 经营行为考核(10 分)

1) 严格执行《如皋市融媒体中心（传媒集团）2020 年产业发展经营管理实施意见》中的产业经营管理办法。未及时上报月度经营报表和产业规划管理部要求提供的相关材料，一次扣 0.5 分；违反相关财务管理规定、经营中受到行政处罚一次扣 1 分；未及时制定并向产业规划管理部内部考核方案、未与业务人员签订考核责任合同扣 2 分；生产内容及活动项目影响集团形象、损害集团利益一次扣 1 分；其他严重违反集团管理规定的行为一次扣 3 分。

2) 严格按照合同规定的付款约定催收经营款项，原则上当年度合同到账率不得低于合同应收款的 70%，到账率每低 1 个点扣减 0.1 分，直至扣完为止。

3) 部门组织开展业务培训学习，并做好相关培训资料的存档工作，全年不少于 2 次，少一次扣减 1 分。

c) 服务管理考核(10分)

1) 制定大剧院、演播大厅舞台、灯光、音响、吊杆等各类设备系统检查维护操作规程，按照操作规程定期完成检查、维护、修缮。未制定操作规程扣5分，制定操作规程但未按规程及时检查处理，发现1次扣2分。

2) 制定完善服务质量标准，提供演出场租服务需租场单位提供服务质量评价表，服务质量综合评价不满意一次扣0.5分，服务质量综合评价满意一次加0.1分，总加分不超过3分。因服务质量引起客户投诉并造成恶劣影响的一次扣2分。

3) 做好大剧院的后勤物业管理工作，后勤物业管理工作不到位一次扣0.5分。

D.2.10 形象工作室(80分)

a) 经营指标考核(60分)

未能完成下达的创收指标，完成率在80%以上扣1分，完成80%以下扣5分；超额完成每超出10万元加1分。

b) 经营行为考核(10分)

1) 严格执行《如皋市融媒体中心(传媒集团)2020年产业发展经营管理实施意见》中的产业经营管理办法。未及时上报月度经营报表和产业规划管理部要求提供的相关材料，一次扣0.5分；违反相关财务管理规定、经营中受到行政处罚一次扣1分；未及时制定并向产业规划管理部内部考核方案、未与业务人员签订考核责任合同扣2分；生产内容及活动项目影响集团形象、损害集团利益一次扣1分；其他严重违反集团管理规定的行为一次扣3分。

2) 严格按照合同规定的付款约定催收经营款项，原则上当年度合同到账率不得低于合同应收款的70%，到账率每低1个点扣减0.1分，直至扣完为止。

3) 为集团全体员工组织一次短视频拍摄业务知识培训，未开展扣1分，多开展1次加1分。

c) 融合生产考核(10分)

1) 积极参与中心(集团)融媒体内容生产，全年向如e融媒APP发稿不少于4件，少

1 件扣 0.5 分。

2) 积极参与公益广告的创作, 全年完成公益广告制作部少于 2 件, 少一件扣 1 分; 获得国家级、省级、南通市级、如皋市级奖项每件分别加 5 分、2 分、1 分、0.5 分。

3) 完成集团交办的栏目包装制作任务, 每件加 0.5 分, 总加分不超过 5 分。

#### D.2.11 数字媒体工作室 (80 分)

##### a) 经营指标考核 (60 分)

未能完成下达的创收指标, 完成率在 80%以上扣 1 分, 完成 80%以下扣 5 分; 超额完成每超出 10 万元加 1 分。

##### b) 经营行为考核 (10 分)

1) 严格执行《如皋市融媒体中心 (传媒集团) 2020 年产业发展经营管理实施意见》中的产业经营管理办法。未及时上报月度经营报表和产业规划管理部要求提供的相关材料, 一次扣 0.5 分; 违反相关财务管理规定、经营中受到行政处罚一次扣 1 分; 未及时制定并向产业规划管理部内部考核方案、未与业务人员签订考核责任合同扣 2 分; 生产内容及活动项目影响集团形象、损害集团利益一次扣 1 分; 其他严重违反集团管理规定的行为一次扣 3 分。

2) 严格按照合同规定的付款约定催收经营款项, 原则上当年度合同到账率不得低于合同应收款的 70%, 到账率每低 1 个点扣减 0.1 分, 直至扣完为止。

3) 为集团全体员工组织一次业务知识培训, 未开展扣 1 分, 多开展 1 次加 1 分。

##### c) 融合生产考核 (10 分)

1) 积极参与中心 (集团) 融媒体内容生产, 全年向如 e 融媒 APP 发稿不少于 4 件, 少 1 件扣 0.5 分;

2) 积极参与公益广告的创作, 全年完成公益广告制作部少于 2 部, 少一部扣 1 分; 获得国家级、省级、南通市级、如皋市级奖项每件分别加 5 分、2 分、1 分、0.5 分。

3) 完成集团交办的设计制作任务, 动画视频作品每件加 0.5 分, 总加分不超过 5 分。

#### D.2.12 旅游培训部 (80 分)

a) 经营指标考核 (60 分)

未能完成下达的创收指标，完成率在 80%以上扣 1 分，完成 80%以下扣 5 分；超额完成每超出 10 万元加 1 分。

b) 经营行为考核 (10 分)

1) 严格执行《如皋市融媒体中心（传媒集团）2020 年产业发展经营管理实施意见》中的产业经营管理办法。未及时上报月度经营报表和产业规划管理部要求提供的相关材料，一次扣 0.5 分；违反相关财务管理规定、经营中受到行政处罚一次扣 1 分；未及时制定并向产业规划管理部内部考核方案、未与业务人员签订考核责任合同扣 2 分；内容生产及活动影响集团形象、损害集团利益一次扣 1 分；其他严重违反集团管理规定的行为一次扣 3 分。

2) 严格按照合同规定的付款约定催收经营款项，原则上当年度合同到账率不得低于合同应收款的 70%，到账率每低 1 个点扣减 0.1 分，直至扣完为止。

c) 经营项目拓展 (10 分)

拓展新增经营项目不少于 2 个，年内形成经营项目方案不扣分，未形成方案缺一件扣 2 分；年内予以实施的，每个项目加 1 分，总加分不超过 3 分。

## 附录 E

### （规范性附录）

#### 融媒体技术平台各部门年度目标任务考核办法

##### E.1 总则

为进一步强化融媒体技术平台各部门内部管理，明确工作责任，切实提高工作效能，确保各项目标的圆满完成，结合中心（集团）工作实绩，特制定中心（集团）技术平台各部门年度目标任务考核办法。

##### E.2 考核办法

###### E.2.1 制作部（80分）

a) 做好电视制作机房的日常管理，融媒体综合技术平台维护及广播、电视节目制作的技术支持工作。出现一次安全事故扣 5 分，出现一次重大安全事故扣 10 分。全年无差错加 4 分。承担相关技术改造项目，按时完成一个项目加 2 分。（共 20 分）

b) 做好电视摄录编设备和广播制作设备的日常维护、维修工作，全年无差错加 2 分。做好电视录播工作，发生责任事故一次扣 2 分，全年无差错加 2 分。完成集团下达的直播、录播任务，一次加 0.5 分。（共 20 分）

c) 做好自办节目、外购节目上载。做好各频道播出编单工作。发现一次差错扣 1 分，因编单造成播出安全事故扣 5-20 分，出现一次重大安全事故扣 30 分，全年无差错加 3 分。（共 20 分）

d) 做好融媒体技术平台完善和维护工作。融媒体技术平台维护不到位，导致不能正常使用，一次扣 2 分。（共 10 分）

e) 做好各电视栏目的出像工作，主持人满意度达到 90%，每减少 1%扣 1 分；超过 95%，每增加 1%加 0.5 分。（共 10 分）

###### E.2.2 播出部（80分）

a) 贯彻执行广播电视播出系统技术标准，负责广播电视节目播出技术及设计工作，确保实现安全优质播出无事故。出现一次安全事故扣 5-10 分，出现一次重大安全事故扣 20 分。重大安全播出期出现一次安全事故扣 10 分，出现一次重大安全事故扣 20 分，无差错一次加 2 分。全年组织一次安全播出演练，没有扣 2 分。（共 20 分）

b) 坚持周检制度，做好广播电视播出前端设备及仪器仪表的维护、管理和各机房设备的日常维护、维修，并有详细记录，少一次扣 1 分；会同相关部门做好电视、广播节目直播播出，做好广播直播车播出、技术保障、收费等工作，工作不到位发现一次扣 2 分。全年直播无差错，加 3 分。完成集团下达的直播、录播任务，一次加 0.5 分。会同职能部门，牵头做好集团技术培训，组织一次培训加 1 分。牵头做好技术项目规划审核，一个项目加 0.5 分。（共 20 分）

c) 电视、广播播出节目单编辑出现问题，播出部发现问题并及时通知纠正，未造成后果，一次加 2 分；播出部值班人员不按规定检查节目单，或值班期间离岗，一次扣 3 分，因此造成播出开天窗或停播等责任事故，一次扣 5 分。全年播出无差错，加 2 分。（共 15 分）

d) 牵头做好新广播电视塔建设工作，除人为和天气因素外，2020 年 12 月底新广播电视塔主体出形象。新广播电视塔主体建设未有形象扣 3 分，未能开工扣 10 分。按序时进度完成工作任务加 3 分，每提前一个月完成加 2 分。承担其它相关技术改造项目，按时完成一个项目加 2 分。（共 10 分）

e) 协助做好老广播电视塔维护、保养工作及新广播电视塔的建设、维护、保养、检测工作。相关工作不及时或造成责任事故，一次扣 5 分。（共 15 分）

### E.2.3 网络部（在融创部考核）（10 分）

a) 全年网络直播无事故，得 4 分。出现一次安全事故扣 2 分。（共 4 分）

b) 做好“如 e 融媒”手机客户端、市委新闻网、报纸编排系统、融媒体生产指挥中心技术维护工作，全年无事故得 4 分。维护不到位造成影响的，一次扣 2 分，扣完为止。（4 分）

c) 重点做好“如 e 融媒”手机客户端改版升级，除人为因素外，6 月底前完成改版。  
未完成扣 2 分，每提前 1 个月完成加 1 分。APP 系统出现异常应及时解决，未及时解决一次扣 1 分。（共 2 分）

## 参 考 文 献

- [1] 中华人民共和国网络安全法
- [2] 广播电视安全播出管理规定（广电总局第 62 号令）
- [3] 国家网络安全事件应急预案（中网办发文（2017）4 号）
- [4] 互联网视听节目服务管理规定（广电总局第 56 号令）
- [5] 移动互联网应用程序信息服务管理规定（2016 年 6 月）
- [6] 关于加强网络视听节目直播服务管理有关问题的通知（2016 年 9 月）

## 前 言

本标准参考了澳大利亚国家标准 AS 4269—1995《投诉处理》和 GB/T 19000—ISO 9000 质量管理系列标准。

本标准规定了组织处理消费者对产品质量投诉的基本原则,确定了投诉处理的基本要素、程序、解决争议的途径,是为了使消费者在购买商品和接受服务当中,对产品质量不满意的投诉能够得到合理的解决,以利于保护消费者和组织双方的合法权益。

本标准是将投诉处理工作,作为组织建立和完善质量体系中的一项重要内容。通过执行本标准,可以及时了解消费者对产品质量的反馈意见,有利于提高和改善产品质量。

本标准由中国标准化与信息分类编码研究所提出并归口。

本标准起草单位:中国标准化与信息分类编码研究所、国内贸易部、国家旅游局、北京贵友大厦。

本标准主要起草人:左佩兰、刘文、黄鹏、彭德成、徐维洪、肖芹。

# 中华人民共和国国家标准

## 投诉处理指南

GB/T 17242—1998

Guidelines for complaints handling

### 1 范围

本标准规定了组织处理消费者对产品质量投诉的基本原则,确定了投诉处理的基本要素、程序及解决争议的途径。

本标准适用于受理投诉的组织。

### 2 引用标准

下列标准所包含的条文,通过在本标准中引用而构成为本标准的条文。本标准出版时,所示版本均为有效。所有标准都会被修订,使用本标准的各方应探讨使用下列标准最新版本的可能性。

GB/T 6583—1994 质量管理和质量保证 术语(idt ISO 8402:1994)

### 3 定义

本标准采用下列定义。

#### 3.1 产品 product

活动或过程的结果。

注

- 1 产品可包括服务、硬件、流程性材料、软件或它们的组合。
- 2 产品可以有形的(如组件或流程性材料),也可以是无形的(如知识或概念)或是它们的组合。
- 3 产品可以是预期的(如提供给顾客)或非预期的(如污染或不愿有的后果)(GB/T 6583—1994 中 1.4)。

#### 3.2 质量 quality

反映实体满足明确和隐含需要的能力的特性总和(GB/T 6583—1994 中 2.1)。

#### 3.3 组织 organization

具有其自身的职能和行政管理的公司、集团公司、商行、企事业单位,不论其是否是股份制、国营或私营。

#### 3.4 投诉 complaint

消费者对产品质量向组织提出不满意的表示。

#### 3.5 投诉者 complainant

提出投诉的消费者。

#### 3.6 争议 dispute

未得到满意处理的投诉纠纷。

### 4 基本原则

4.1 承认和保护消费者享有投诉权利、获得赔偿权力和对提供的产品进行监督的权利。

4.2 投诉处理应遵循国家法律、法规、标准及行业规定。

4.3 投诉处理应公平、公正、公开、合理。

4.4 投诉处理应有利于树立组织的形象,提高消费者对交付使用的产品质量满意程度,减少投诉的发生。

## 5 投诉处理的基本要素

### 5.1 机构设置

具有一定规模的组织应设置投诉处理机构。有条件的组织可独立设置机构,也可以设在质量管理部门。不适宜单独设立机构的组织,最高管理者应直接负责或指派专人负责投诉处理工作。

### 5.2 职责

组织在建立和完善质量体系时,应强调投诉处理职责的重要性,建立投诉处理的规章制度和投诉处理程序,并制定有关的标准。明确从事投诉处理工作各级人员的职责。

#### 5.2.1 主管人员的职责

负责和制定质量体系中投诉处理规章制度、投诉处理程序和制定有关的标准并监督执行;根据对投诉资料的分析,提出对产品质量不断完善和改进的措施;参加组织内部定期进行的质量体系评审等。

#### 5.2.2 一般工作人员的职责

执行组织制定的投诉处理的规章制度和标准,以及本行业投诉处理的惯例,坚持实事求是的原则,保护消费者的合法权益。积极维护本组织在消费者中树立的良好形象和信誉。

### 5.3 资源

组织应根据建立质量体系的要求,选择适合的人员并配置足够或适当物质资源。

#### 5.3.1 人员

在投诉处理工作中最重要的资源是人。人员的职业道德、业务水平及经验,能否取得投诉者的信任,将直接影响到组织的形象。

##### 5.3.1.1 人员选择

组织应选择具有一定工作经验的人员从事投诉处理工作。工作人员应具备以下素质:

- 掌握国家有关法律、法规和标准;
- 掌握本组织制定的投诉处理的规章制度;
- 熟悉本行业投诉处理的惯例;
- 熟悉所经营的产品方面的知识;
- 具有一定的公共关系知识;
- 具有良好的职业道德和沟通协调能力。

##### 5.3.1.2 人员培训

组织应对从事投诉处理的工作人员进行的培训。培训主要内容应是投诉处理职责方面的教育,应特别重视对新上岗人员和工作任务变化了的人员的资格培训,以及对长期从事投诉处理工作人员的知识更新教育。

##### 5.3.1.3 人员激励

为了充分发挥投诉处理工作对促进组织建立和完善质量体系,提高产品质量,树立组织良好形象的作用,组织应认真倾听投诉处理工作人员的意见和建议,建立对他们的激励机制,对在投诉处理工作中持续做出成绩和有突出贡献的人员予以表扬和奖励。

#### 5.3.2 物质

为确保从事投诉处理的工作人员能高效率的开展工作,组织应为工作人员提供足够和适当的物质资源。

足够和适当的物质资源可包括:

- 良好的工作环境,如:低噪音、接待方便的房间等;

——方便办公的设备,如:电话机、复印机、资料柜、以及便于记录和储存投诉资料的现代化办公设备(如:计算机);

——投诉处理所需要的文件和技术资料。如:国家法律、法规、规章制度和标准等。

#### 5.4 资料处理

无论是哪种规模的组织,均应对投诉资料进行收集,设专人负责整理及保管,并确定资料保留时间。通过对投诉资料整理,了解投诉原因,发现质量体系存在的问题,以便及时改进产品质量。

#### 5.5 改进措施

通过对投诉资料进行分析、评价,及时发现产品质量存在的问题,制定改进措施。

改进措施包括:

- 及时消除产品存在的实际或潜在不合格的原因;
- 尽可能地满足消费者对产品质量的期望,消除或降低产品质量存在的缺陷;
- 重新设计或调整产品的安全性能、使用性能等;
- 重新修订服务规范;
- 重新修订服务提供规范;
- 重新确定提供消费者需要的信息,如重新编制产品和服务使用说明等;
- 重新制定产品售前、售中、售后服务的措施;
- 重新培训与产品质量职责有关的人员。

#### 5.6 评审

组织应根据需要进行投诉处理工作的评审。在定期进行质量管理体系的管理评审时,应将投诉处理工作作为管理评审的一项重要内容。应将一段时期内积累的投诉资料,作为发现质量体系问题的重要信息来源。评审应吸收主管投诉处理的人员参加。

### 6 投诉处理的程序

组织应向消费者公开投诉处理程序,以达到社会监督的目的。方法可包括:

- 在大众传媒上宣传;
- 在经营活动场所显著位置设立公告牌,发放宣传手册等;
- 在经营活动的场所设立投诉咨询电话,投诉咨询电话号码可印在产品使用说明或服务须知上。

#### 6.1 投诉处理的依据

投诉处理的依据,应体现公平、公正、合理的原则。

投诉处理的依据包括:

- 国家有关法律、法规;
- 有关产品质量方面的国家标准、行业标准、企业标准;
- 本组织投诉处理的规章制度、办法(如:产品退、换货制度、赔偿办法等);
- 供需双方签订的合同或协议;
- 本组织对社会公开的质量承诺;
- 同行业的惯例。

#### 6.2 受理的范围

组织应规定受理的投诉范围及具体内容,为投诉处理的各个环节做好基础工作。

受理的投诉范围包括:

- 属于本组织经营的产品质量问题的投诉;
- 由不可抗力的因素所造成的产品质量投诉除外;
- 可不予受理的其他投诉除外,如:超出规定时限的投诉不予受理。

#### 6.3 受理的投诉方式

组织应提供满足所有消费者需要的、灵活的投诉受理方式。

受理的投诉方式可包括：

- 来访；
- 来函；
- 来电；
- 其他。

消费者提交投诉应予以免费。

#### 6.4 受理

受理投诉是处理投诉的开端,为保障投诉处理的正常进行,组织应热情、友好地接待投诉者,理解投诉者的情绪,不要与投诉者辩解和争论。

##### 6.4.1 登记

组织应编制关于受理投诉的登记表,登记表由投诉者填写。投诉的登记内容可包括：

- 被投诉的产品名称；
- 被投诉的组织名称以及负责人或接待人的姓名、性别、年龄、职务等；
- 投诉者的详细通讯地址、住址、电话、传真、邮政编码；
- 投诉者的姓名、性别、年龄、民族、国籍、文化程度、职业、宗教信仰；
- 投诉的事由或事情经过(包括发生时间)；
- 投诉者出具的实物证据及资料；
- 解决方式(由投诉者写明解决问题的具体要求)；
- 处理结果。

组织对登记的内容负有保密责任。对于投诉者不愿提供的与个人隐私有关的登记内容,组织应予尊重、理解。

##### 6.4.2 调查

组织应对较大宗或复杂的投诉,进行调查核实,收集必要的资料,以便分清责任,给投诉者以圆满的答复。

#### 6.5 处理

对投诉的处理直接关系到组织的形象和保护消费者的利益,是投诉处理程序的重要环节。对受理的投诉应及时着手处理,并征求投诉者的意见。

##### 6.5.1 投诉处理的时限

投诉的处理,应实行限时管理,对投诉处理进度的规定,应包括以下方面：

- 从受理到获得满意答复的全过程时间；
- 对能够当场解决的问题,应立即解决,对在规定时间内能够解决的问题,应尽早解决；
- 对在规定时间内难以处理的投诉(如:因鉴定、检测、收集资料等其他原因耽误的时间)应向投诉者说明原因,并确定解决的时间。

##### 6.5.2 研究处理意见

组织应根据调查结果和处理依据,研究合理的处理意见,并选择合适的处理方式。

处理方式不仅限于现金和物质上的赔偿,还应包括提供技术上的指导和精神上的安慰,尽可能满足投诉者的合理要求。

处理方式可包括：

- 赔偿；
- 修理；
- 更换；
- 退货；

- 替代；
- 补偿(如误工费、路程费)；
- 提供技术上的指导；
- 道歉；
- 赠送礼品、纪念品。

### 6.5.3 协商处理结果

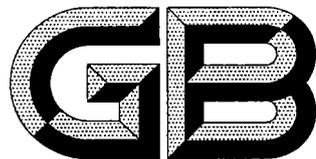
组织应主动与投诉者联系,说明调查情况,协商处理意见。对较复杂的投诉,应向投诉者展示全部调查资料,并给出书面的处理决定,内容包括:调查核实过程、事实与证据、处理依据、处理意见等。应尽量避免争议。

## 7 解决争议的途径

组织在进行投诉处理时,应尽量避免产生争议。组织应制定出解决争议的措施,减少投诉者到行政部门申诉。如果因处理结果产生争议时,可采取以下解决途径:

- 双方进一步协商和解；
- 组织可申请第三方进行调解；
- 协商和解、调解不成组织可建议消费者向消费者保护组织或行政管理部门申诉解决；
- 消费者与组织通过协商不能解决的争议,双方应达成协议,向国家仲裁机构提出仲裁申请；
- 消费者可向人民法院起诉。

采取协商和解是解决争议的最佳选择。



# 中华人民共和国国家标准

GB/T 32941.3—2016

## 实景演出服务规范 第3部分：服务质量

Service specification for real-life scenery performance—  
Part 3: Service quality

2016-08-29 发布

2017-03-01 实施

中华人民共和国国家质量监督检验检疫总局  
中国国家标准化管理委员会

发布



## 前 言

GB/T 32941《实景演出服务规范》分为以下部分：

- 第1部分：导则；
- 第2部分：演出管理；
- 第3部分：服务质量。

本部分为 GB/T 32941 的第 3 部分。

本部分按照 GB/T 1.1—2009 给出的规则起草。

本部分由全国休闲标准化技术委员会(STC/TC 498)提出并归口。

本部分起草单位：陕西华清宫文化旅游有限公司、北京同和时代旅游规划设计院、陕西省质量技术监督局、陕西省标准化研究院。

本部分主要起草人：张小可、魏小安、张灵光、魏铁平、靳勇、袁文娟、王文彦、付磊、李鹏、李伟、马明、刘文丽、朱莉蓉、毛敏。

通通检 内部资料用于研究学习用 严禁传播  
r9y1j 2022年03月14日 09时03分01秒 下载

# 实景演出服务规范

## 第3部分：服务质量

### 1 范围

GB/T 32941 的本部分规定了实景演出场所的服务设施和服务人员的质量要求。  
本部分适用于实景演出场所的服务和管理。

### 2 规范性引用文件

下列文件对于本文件的应用是必不可少的。凡是注日期的引用文件,仅注日期的版本适用于本文件。凡是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 26355 旅游景区服务指南

GB/T 32941.1 实景演出服务规范 第1部分:导则

### 3 术语和定义

GB/T 32941.1 界定的术语和定义适用于本文件。

### 4 服务设施

#### 4.1 停车场

- 4.1.1 应设置在入口处附近,机动车出入口应与人员通道分离,导引标识清晰。
- 4.1.2 地面平整坚实,宜为生态型停车场。
- 4.1.3 面积与演出接待规模相适应,并根据所停车辆的类型施划好泊车位。
- 4.1.4 旅游客车与小客车停车场实行分场或分区管理。
- 4.1.5 在分流道路的交通线上,应有明显的停车场标识和行车线,标明停车场的适停车型。
- 4.1.6 有多个停车场(区)的,在车辆分流道路前的显著位置设置显示屏实时显示各停车场(区)剩余车位的数量和类型。
- 4.1.7 设专人管理,引导车辆有序出入,并按施划的车位整齐停放。
- 4.1.8 设置有录像功能的电子监控设施,对出入口、重点部位实行全面监控。
- 4.1.9 有停车票(卡)等车辆进出凭证。

#### 4.2 服务中心

- 4.2.1 位置合理,与停车场和售票口的交通衔接顺畅。
- 4.2.2 体量适宜,风格应与演出主题相符合,使用面积与接待规模、服务功能设置相适应。
- 4.2.3 接待空间充足,服务岗位数量与接待容量相适应。
- 4.2.4 有适宜的空间和设施供观众等待和短暂休息。
- 4.2.5 应配备信息自助查询、移动设备充电、存取款、轮椅租借等设施和服务。

4.2.6 应提供退票服务,并在醒目位置进行相关情况说明;票面上可有简短的相关说明。应有退票预案(包括紧急情况退票预案和常规退票流程);设置网络销售渠道的应提供相关退票渠道和说明。

4.2.7 可提供儿童及宠物托管等业务。

### 4.3 售检票处

4.3.1 售检票处标识醒目,体量适宜。

4.3.2 设置固定或可移动式排队隔栏及遮阳避雨设施。

4.3.3 售票窗口及检票通道的设置、开放数量与观众容量相适应,应分设团队和散客售票窗口或通道。

4.3.4 在最便利位置设置老、弱、病、残、孕等特殊人群优先售票窗口和专用检票通道,无条件设置专用通道的,应允许和帮助上述特殊人群优先入场。

4.3.5 在醒目位置设置明晰的价格说明,包括但不限于价格表、相关价格审批或批复件、常见价格问题答复等相关内容。

4.3.6 安排专门工作人员负责入口检票,引导观众有序进出。

4.3.7 入口处应预留适宜的照相位置,方便观众在大门、吉祥物、标志物等处留影。

4.3.8 出入口设置检票闸口或安检设备,采用电子门禁系统的,应确保设施运转正常、状态良好,定期维护检修。

### 4.4 观演区

4.4.1 观演区席位数量与演出规模相适应,能保障观演效果。

4.4.2 能遮蔽雨雪,日间演出应有遮阳设施。

4.4.3 位置应保证观看距离和角度符合人体工学,无视线盲区。

4.4.4 在显著位置设置标识指引牌,夜场演出应有满足夜视要求的席位标识指引牌。

4.4.5 观演区和相关设施应干净、整洁、无污物,安全、完好、无损坏。

4.4.6 设置相应的防护设施,预留缓冲区域,防止演出过程中可能对观众造成的伤害。

### 4.5 辅助服务设施

4.5.1 在出入口处或服务区附近设置购物商店(亭),提供瓶装水、饮料、零食、快餐食品、特色商品、纪念品,以及音像制品、图书等演艺衍生品的售卖。

4.5.2 在服务区或其他显著位置设置陈列室(馆),采用照片、实物等方式展示演出的发展历史。

4.5.3 与演出相关的通讯、照明、医疗、购物、餐饮等服务设施应符合 GB/T 26355 的要求。

### 4.6 环境卫生

4.6.1 在观演区设置公共卫生间,并能保证残疾人、儿童等人群的特殊需要。

4.6.2 在观演区就近设置分类回收的带盖式垃圾回收箱,并做到及时清收。

## 5 服务要求

### 5.1 服务人员基本素质要求

5.1.1 具备良好的职业道德,树立时刻为顾客排忧解难的服务意识,对于需要帮助的顾客,应及时主动的给予援助。

5.1.2 具备岗位所要求的从业资格,上岗前应接受相应的岗位培训,熟练掌握本岗位的专业知识和技能,熟悉相关的法律、法规、制度和规范。

5.1.3 仪表整洁、着装统一,并佩戴能够明显辨识的工牌或工卡。

5.1.4 具备相应的文化水平和较好的语言表达能力,熟练使用普通话,使用规范称谓和礼貌用语,外语水平符合工作岗位的要求。

5.1.5 熟知各类应急事件处置方案、投诉处理程序、演出场所内购物、休息、安全、卫生、医疗等相关设施的处置。

5.1.6 宜掌握简单手语。

## 5.2 售检票服务

5.2.1 应配置互联网、电话等售订票系统,有条件的宜本着便利化原则设立票务代售网点。

5.2.2 售票处可提供一般性的咨询服务,遇客流量较大的节假日或其他特殊情况,应提供预约服务。

5.2.3 演出门票可附加演出简介和节目单,国外游客年度占比超过四分之一的演出,应同时使用英文或其他外语。

5.2.4 售票人员应规范、快捷的唱收唱付。

5.2.5 检票人员应提示顾客出示门票,对不符合进入条件的顾客应耐心解释并及时疏导。

5.2.6 票面上应有文明观演提示,告知观众观演中的各项注意事项。

## 5.3 现场服务

5.3.1 应建立连场演出专项工作制度,保证观众的安全出入和演出节目的质量。

5.3.2 设置广播室和对外咨询专用电话,配有专人值守,并公示电话号码和服务时间。

5.3.3 对于观演过程中的不文明现象,应及时沟通和引导,对于违法行为应坚决制止。

5.3.4 观演区配备现场服务人员,及时、主动地将观众引导入座,提供问询服务,关注特殊群体的特殊要求。在开场和散场客流集中的时段,服务人员应及时进行疏导,合理安排流量和流向,保持良好秩序。

5.3.5 演出管理人员在表演过程中应维持现场秩序,避免观众向表演区域抛投杂物。

5.3.6 宜配备服务人员提供演出信息、节目预告、散客咨询、讲解员陪同等服务;吐字清晰,有耐心。

5.3.7 演出结束后,演出管理人员应引导观众从规定通道有序离场,避免发生拥挤踩踏事件。

5.3.8 清场后工作人员应清理观演区,发现遗失物品或可疑物品及时上缴上报。

5.3.9 检查场地内的所有设施,发现设施损坏及存在隐患应及时上报处理。

## 5.4 服务改进与投诉处理

5.4.1 建立顾客意见征集制度,在方便位置设置《意见簿》,定期或不定期向观众进行问卷调查,征询意见,有针对性地加以改进。

5.4.2 设立服务质量投诉受理机构,健全制度,明确职责。

5.4.3 在醒目位置公示投诉受理机构的电话和网址,接到投诉后应在 10 个工作日给予答复。

5.4.4 诚恳接待投诉,认真及时地处理意见和建议,并将处理结果及时通知投诉者,做到投诉必复,记录和档案应保管完整。

5.4.5 在官方网站设置专栏或专用信箱征集顾客意见,接收处理顾客投诉。

通通检内部资料用于研究学习用 严禁传播  
19y/lj 2022年03月14日 09时03分01秒 下载

中华人民共和国  
国家标准  
实景演出服务规范  
第3部分：服务质量  
GB/T 32941.3—2016

\*

中国标准出版社出版发行  
北京市朝阳区和平里西街甲2号(100029)  
北京市西城区三里河北街16号(100045)

网址 [www.spc.net.cn](http://www.spc.net.cn)

总编室：(010)68533533 发行中心：(010)51780238

读者服务部：(010)68523946

中国标准出版社秦皇岛印刷厂印刷  
各地新华书店经销

\*

开本 880×1230 1/16 印张 0.5 字数 7 千字  
2016年10月第一版 2016年10月第一次印刷

\*

书号：155066·1-54503 定价 14.00 元

如有印装差错 由本社发行中心调换  
版权专有 侵权必究  
举报电话：(010)68510107



GB/T 32941.3-2016



# 中华人民共和国国家标准

GB/T 24421.4—2009

---

## 服务业组织标准化工作指南 第4部分：标准实施及评价

Guidelines for standardization of organizations in service sector—  
Part 4: Standard actualize and appraise

2009-09-30 发布

2009-11-01 实施

---



中华人民共和国国家质量监督检验检疫总局  
中国国家标准化管理委员会 发布

## 目 次

前言 .....	III
1 范围 .....	1
2 规范性引用文件 .....	1
3 标准实施 .....	1
4 标准实施评价及标准体系评价 .....	2

## 前 言

GB/T 24421《服务业组织标准化工作指南》分为四个部分：

- 第1部分：基本要求；
- 第2部分：标准体系；
- 第3部分：标准编写；
- 第4部分：标准实施及评价。

本部分为 GB/T 24421 第4部分。

本部分由全国服务标准化技术委员会(SAC/TC 264)提出并归口。

本部分主要起草单位：河北省质量技术监督局、河北省标准化研究院、石家庄市第六医院。

本部分主要起草人：郭永志、胡书宏、陈玉刚、戴永军、杜义敏、魏胜娟、郑伟、柳成洋、曹俐莉。

# 服务业组织标准化工作指南

## 第4部分：标准实施及评价

### 1 范围

GB/T 24421 的本部分给出了服务业组织标准实施、标准实施评价及标准体系评价的要求。本部分适用于服务业组织标准实施，并对标准实施和标准体系进行评价。

### 2 规范性引用文件

下列文件中的条款通过 GB/T 24421 的本部分的引用而成为本部分的条款。凡是注日期的引用文件，其随后所有的修改单(不包括勘误的内容)或修订版均不适用于本部分，然而，鼓励根据本部分达成协议的各方研究是否可使用这些文件的最新版本。凡是不注日期的引用文件，其最新版本适用于本部分。

- GB/T 24421.1 服务业组织标准化工作指南 第1部分：基本要求  
 GB/T 24421.2 服务业组织标准化工作指南 第2部分：标准体系  
 GB/T 24421.3 服务业组织标准化工作指南 第3部分：标准编写

### 3 标准实施

#### 3.1 基本原则

##### 3.1.1 系统性原则

服务业组织标准实施应坚持**系统性原则**，统筹兼顾，有计划、有步骤地进行。实施标准的过程中应关注相关标准间的**协调性**，所有**服务标准应作为一个整体实施**，以保证标准实施的总体效果。

##### 3.1.2 有效性原则

服务业组织标准实施应坚持**有效性原则**，把**保证安全、保护环境、促进服务业组织和整个行业健康发展**作为首要目标。实施标准，应因地制宜，注重实效，实现效益最大化。

##### 3.1.3 持续性原则

服务业组织标准实施应坚持**持续性原则**。实施标准应使各个环节符合标准要求，并不断改进实施方法，提升实施效果。

#### 3.2 实施方法

根据标准的特性不同，一般可选择下列实施方法：

- a) 过程法：按照服务过程实现的时间顺序来实施标准的方法。针对服务流程制定的有关标准，一般可采用这种方法进行实施。采用过程法实施标准要注意各阶段之间的相互衔接。
- b) 要素法：按照服务要素来分别实施标准的方法。当标准是按服务活动或结果的各个要素给出要求时，可采用要素法实施标准。要素法实施标准应注意各要素之间的关联性。

注：在采用上述方法实施标准的同时，往往还可以采用符合性评价的方法来保证标准的实施。

#### 3.3 实施程序

##### 3.3.1 计划

标准实施前应制定工作计划或方案，内容包括实施标准的范围、方式、内容、步骤、负责人员、时间安排、应达到的要求和目标等。

### 3.3.2 准备

#### 3.3.2.1 组织准备

应建立相应的组织机构,统一组织标准实施工作。对重要标准或标准体系的实施,应建立由服务业组织决策层管理者牵头、各有关单位负责人参加的领导机构和相应的工作机构,配备必要的标准化工作人员,研究实施标准的具体措施,协调解决标准实施的有关问题;对单一的、较简单的标准的实施,也至少应设专人或部门负责标准实施工作。

#### 3.3.2.2 人员准备

实施标准涉及的关键岗位,应配备具有相应资质和技能的工作人员。

实施标准前,应认真组织宣贯工作,使相关人员对实施标准的重要性有一个正确而全面的认识,掌握标准的有关内容,了解标准实施的关键点和难点,对内容较复杂或技术含量较高的标准,应专门进行专业培训。

#### 3.3.2.3 物资准备

应配备相应的设施设备、服务用品、工具、资金及与实施标准相适应的环境条件。

#### 3.3.2.4 技术准备

实施一项新标准,当涉及服务技术的改进时,应进行相应的技术准备,必要时应进行技术攻关和技术改造。

### 3.3.3 实施

应按计划组织标准的实施,使标准规定的各项要求在服务过程的各个环节上加以实现,并满足以下要求:

- a) 对服务活动涉及的设施设备、服务用品、工具及相应的环境条件等,应通过一定的方法确认其达到标准要求后,投入使用;对于服务人员,应通过考核确认其达到标准要求后,准予上岗;
- b) 对服务标准规定的服务质量要求、服务提供要求等应转化为各个岗位的具体工作要求,加以实施;
- c) 对于安全、环保等方面的标准要求,应落实到具体关键点上,并有相应的保证措施。
- d) 对实施过程中遇到的各种问题应采取有效措施加以解决,以保证标准各项要求的贯彻落实。

### 3.3.4 信息反馈与改进

在实施标准的过程中,应认真做好各项记录,并将各环节形成的数据和有关情况及时反馈至标准实施的组织协调部门,以便及时调整和改进标准实施工作。当发现标准中存在不完善等问题时,应及时向标准批准发布部门反馈情况。

### 3.3.5 实施评价

按 4.1 和 4.2 的规定进行。

## 4 标准实施评价及标准体系评价

### 4.1 评价原则

标准实施评价及标准体系评价应坚持以下原则:

- a) 客观公正的原则;
- b) 科学严谨的原则;
- c) 全面准确的原则。

### 4.2 标准实施评价

#### 4.2.1 评价准备

##### 4.2.1.1 组织准备

应成立标准实施评价工作组,并明确其职责、权限。评价工作组组成人员的数量应视评价工作的复杂程度确定。

#### 4.2.1.2 人员准备

评价人员应具有相应的标准化知识和相应的专业知识,熟悉标准及实施的有关要求,能熟练运用评价方法。

#### 4.2.1.3 物资准备

应备齐必要的测量设备、工具、试验用品以及评价用记录表等。

#### 4.2.1.4 确定评价方案

对标准实施进行评价前,应制定周密的评价方案,以保证评价结果的准确性。

评价方案应包括以下内容:

- a) 给出评价工作的总体安排;
- b) 确定评价方法。对于涉及面广、内容复杂的标准,可采用抽样的方式进行,所抽取的指标或事项应反映标准实施的总体情况;对于内容简单或较重要的标准,应采取逐项检查的方法。对具体项目可采取测量、过程再现或通过标准实施痕迹(包括各种记录、报告等)检查等方法实施评价。
- c) 建立评价指标体系。指标体系应能尽可能反映标准要求,准确衡量标准实施效果。应根据指标体系和评价要求确定合理的抽样方案、判定规则。

#### 4.2.2 评价内容

##### 4.2.2.1 符合性评价

根据标准的各项规定,确认实施过程的各个环节是否达到标准的要求。对于服务设施设备、环境条件、服务流程以及服务质量等方面具有定量指标的标准要求,应采用测量、试验等方法得出定量的数据;标准中的定性规定,可采用比较的方法进行衡量,并给出标准实施是否合格的结论。

##### 4.2.2.2 实施效果评价

应按评价方案确定的反映标准实施效果的指标体系、抽样方案、判定规则进行评价。通过验证、核实指标体系中的各项指标,确定标准实施效果达到的程度,给出相应的结论性意见。

#### 4.2.3 评价报告

评价报告一般应包括评价的依据、评价人员、评价时间、评价简要过程、各分项指标评价结果、总体结论、存在问题和处理建议等内容。

### 4.3 标准体系评价

#### 4.3.1 评价依据和基本条件

##### 4.3.1.1 评价依据

标准体系评价依据 GB/T 24421.1、24421.2、24421.3 等相关标准及有关部门发布的评价细则、办法等。

##### 4.3.1.2 基本条件

被评价的服务业组织应满足以下要求:

- a) 建立了满足本组织服务、经营、管理要求的标准体系,并在标准体系文件批准发布后,进行了有效实施;
- b) 设有专门的标准化管理机构,配备专职或兼职人员,标准化职责明确;
- c) 全体员工应经过标准化专业知识培训,熟悉企业方针、目标和本部门、本岗位的职责、权限,掌握本岗位工作所执行的各项标准要求;
- d) 最高管理者、中层管理者以及关键部门和岗位的工作人员,应熟悉国家有关的法律、法规和规章,掌握服务业组织标准体系文件的有关内容。

#### 4.3.2 组织机构和人员

##### 4.3.2.1 评价的组织机构

标准体系评价应由相应的评价组织来完成。评价组织应由熟悉标准化工作和相关业务工作的人员

组成,评价任务和职责明确。

#### 4.3.2.2 评价人员

评价人员至少应具备的条件:

- a) 熟悉国家有关标准化方针、政策和法律、法规,并掌握服务业组织标准化工作指南系列国家标准和相关专业知识;
- b) 熟悉被评价组织的行业特点,能识别和预见该组织在服务、经营、管理过程中存在的问题;
- c) 具有大专以上学历和中级以上职称,具有一定工作经验,有组织管理和综合评审能力,能够解决评价过程中出现的实际问题;
- d) 遵纪守法,坚持原则,实事求是,保守被评价组织的商业秘密。

#### 4.3.3 评价的程序和方法

##### 4.3.3.1 评价的程序

- a) 成立评价组织;
- b) 制定评价计划或方案,确定评价方法、指标体系和判定规则;
- c) 评价准备;
- d) 评价实施;
- e) 编写评价报告;
- f) 评价结果处置。

##### 4.3.3.2 评价的方法

标准体系评价一般采用下列方法:

- a) 查看记录和报告;
- b) 过程验证;
- c) 观察、提问;
- d) 满意度测评。

#### 4.3.4 评价内容和要求

##### 4.3.4.1 标准体系文件评价

标准体系文件评价包括以下内容:

- a) 体系完整性评价:主要经营活动的标准覆盖情况;
- b) 体系规范性评价:标准体系框架、标准体系表、标准明细表、标准汇总表和标准文本;
- c) 体系协调性评价:标准与相关法律法规之间的协调性,标准之间的协调性;
- d) 体系有效性评价:满足经营活动需要的情况,保证体系正常运行及持续改进的有关措施。

##### 4.3.4.2 标准实施评价

对标准体系内的各项标准的实施情况进行评价,按 4.2 进行。

##### 4.3.4.3 标准体系实施效果评价

###### 4.3.4.3.1 效益评价

应对服务业组织通过建立和实施标准体系,提高服务效率、降低服务成本、增强市场竞争力、提高经济效益和社会效益等方面进行评价。

###### 4.3.4.3.2 服务质量评价

服务质量评价包括以下两个方面:

- a) 服务质量特性评价:对服务质量的功能性、安全性、时间性、文明性、经济性进行评价。
- b) 满意度测评:通过发放调查问卷、电话访问或网上调查等方式进行顾客满意度测评。调查的内容应全面反映服务质量要求,调查的范围应尽可能广泛。通过对调查反馈的信息进行统计计算,给出满意度测评结果。

#### 4.3.5 数据分析、处理和评价报告

对评价过程获得的数据进行分析、处理,给出各评价单项的评价结果,汇总各单项评价结果,给出标准体系评价结论,出具评价报告。

评价报告一般应包括以下内容:

- a) 评价报告的名称、编号;
- b) 评价的时间、地点、参加人员;
- c) 评价的目的、范围;
- d) 评价的简要过程、对被评价组织的肯定、发现的问题及改进建议;
- e) 评价结论。

中 华 人 民 共 和 国  
国 家 标 准  
服 务 业 组 织 标 准 化 工 作 指 南  
第 4 部 分：标 准 实 施 及 评 价  
GB/T 24421.4—2009

\*

中 国 标 准 出 版 社 出 版 发 行  
北 京 复 兴 门 外 三 里 河 北 街 16 号  
邮 政 编 码：100045

网 址 [www.spc.net.cn](http://www.spc.net.cn)

电 话：68523946 68517548

中 国 标 准 出 版 社 秦 皇 岛 印 刷 厂 印 刷  
各 地 新 华 书 店 经 销

\*

开 本 880×1230 1/16 印 张 0.75 字 数 11 千 字  
2009 年 10 月 第 一 版 2009 年 10 月 第 一 次 印 刷

\*

书 号：155066·1-38865 定 价 16.00 元

如 有 印 装 差 错 由 本 社 发 行 中 心 调 换

版 权 专 有 侵 权 必 究

举 报 电 话：(010)68533533



GB/T 24421.4—2009