

团 体 标 准

T/AQB 8—2021



2021 - 06 - 22 发布

2021 - 06 - 22 实施

安徽省质量品牌促进会
安徽省消费者权益保护委员会

发布

目 次

| | | |
|------------|-------------------|----|
| 1 | 范围..... | 3 |
| 2 | 规范性引用文件..... | 3 |
| 3 | 术语和定义..... | 3 |
| 4 | 分类..... | 3 |
| 5 | 基本要求..... | 3 |
| 5.1 | 资质..... | 3 |
| 5.2 | 环境..... | 4 |
| 5.3 | 面积..... | 4 |
| 5.4 | 设施设备..... | 4 |
| 5.5 | 功能区..... | 4 |
| 5.6 | 安全..... | 5 |
| 6 | 管理要求..... | 5 |
| 6.1 | 一般要求..... | 5 |
| 6.2 | 运营能力..... | 6 |
| 6.3 | 服务人员..... | 6 |
| 6.4 | 服务内容..... | 6 |
| 7 | 评价..... | 6 |
| 7.1 | 评价分类..... | 6 |
| 7.2 | 评价组织..... | 6 |
| 7.3 | 评价原则..... | 7 |
| 7.4 | 外部评价程序..... | 7 |
| 7.5 | 评价等级..... | 7 |
| 7.6 | 结果应用..... | 7 |
| 8 | 监督和动态管理..... | 8 |
| 附录 A (规范性) | 消费体验馆评分指标体系表..... | 9 |
| 附录 B (资料性) | 消费体验馆评价申报表..... | 12 |

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。本文件的发布机制不承担识别专利的责任。

本文件由安徽省消费者权益保护委员会提出。

本文件由安徽省消费者权益保护委员会归口。

本文件起草单位：安徽省万联标准化研究中心、安徽省消费者权益保护委员会、安徽省质量认证咨询中心、谢裕大茶叶股份有限公司、安徽青松食品有限公司、黄山市胡兴堂文化发展有限公司。

本文件主要起草人：丁涛、刘心德、胡茵、龚孝燕、张鸿、俞靖雯、刘文娟、谢明之、林清、胡国训。



消费体验馆评价规范

1 范围

本文件规定了消费体验馆评价的术语和定义、分类、基本要求、管理要求、评价、监督和动态管理。本文件适用于消费者权益保护组织、第三方机构、企业内部对消费体验馆的评价。

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 2894 安全标志及其使用导则
- GB 13495.1 消防安全标志第1部分：标志
- GB/T 17242 投诉处理指南
- GB/T 18883 室内空气质量标准
- GB/T 19001 质量管理体系要求
- GB/T 24001 环境管理体系 要求及使用指南
- GB/T 45001 职业健康安全管理体系规范
- GB 50034 建筑照明设计标准
- GB/T 50140 建筑灭火器配置设计规范
- GB/T 50222 建筑内部装修设计防火规范
- GA 654-2006 人员密集场所消防安全管理
- LB/T 034 景区最大承载量核定导则
- DBJ50 052-2016 公共建筑节能（绿色建筑）设计标准

3 术语和定义

下列术语和定义适用于本文件。

3.1

消费体验馆 consumer experience museum

具有一定的空间和条件，能够充分展示企业文化、产品特色、服务模式，普及消费知识，体验产品制作技能，培养消费习惯，增强消费者体验感，提升满意度的沉浸式场所。

4 分类

按照功能可分为：

- a) 汇聚不同厂家消费产品信息服务和体现厂家品牌形象的综合型消费体验馆；
- b) 展示销售自主研发产品为主的产品型消费体验馆；
- c) 基于信息化手段改造并展示传统商品为主的自由展示空间的展示型消费体验馆；
- d) 传统景区、展馆、商场内改造或新建的展示创新应用场景的场景型消费体验馆。

5 基本要求

5.1 资质

5.1.1 安全设施设备配置齐全、运行良好，符合国家相关规定。

- 5.1.2 应满足公益性、均等性、便利性原则。
- 5.1.3 经营者经营证件齐全，经营商品和服务符合国家的相关规定，无违法经营行为。
- 5.1.4 明码标价，公平、诚信经营，规范出具正规发票。
- 5.1.5 具有独立法人资格或授权资格。
- 5.1.6 近三年内未发生重、特大安全责任事故。

5.2 环境

- 5.2.1 应满足城市总体规划要求。
- 5.2.2 应具备良好的地理位置、便利的交通条件和良好的自然环境条件，包括地形、地貌、工程地质和水文地质条件。选址应考虑自然灾害可能，与高噪声、污染源的防护距离应符合有关的安全环保规定。
- 5.2.3 具备可靠的电源、水源、通信等城市基础设施条件。

5.3 面积

5.3.1 建筑面积

消费体验馆建筑面积（S）可分成表1四类。

表1 消费体验馆建筑面积

| 建筑面积 | 类型 |
|----------|--|
| 特大型消费体验馆 | $S \geq 5000\text{m}^2$ |
| 大型消费体验馆 | $2000\text{m}^2 \leq S < 5000\text{m}^2$ |
| 中型消费体验馆 | $500\text{m}^2 \leq S < 2000\text{m}^2$ |
| 小型消费体验馆 | $400\text{m}^2 \leq S < 500\text{m}^2$ |

5.3.2 展厅面积

消费体验馆展厅面积（S）可分成表2四类。

表2 消费体验馆展厅面积

| 展厅面积 | 类型 |
|---------|-------------------------|
| 产品类型体验馆 | $S \geq 400\text{m}^2$ |
| 场景类型体验馆 | $S \geq 1000\text{m}^2$ |
| 展示类型体验馆 | $S \geq 1500\text{m}^2$ |
| 综合类型体验馆 | $S \geq 2000\text{m}^2$ |

注：各类消费体验馆的展厅用于消费知识教育或体验的固定面积不少于展厅面积的50%

5.4 设施设备

- 5.4.1 建筑节能环保要求应符合 DBJ50 052-2016 的规定。
- 5.4.2 消费体验馆服务区安全设施设备、卫生间、开水间、特色产品专柜等配备齐全，设计、布局合理，功能有效，符合相关标准要求。
- 5.4.3 消费体验馆规划设施设备应包含公共活动设施、休闲设施等。
- 5.4.4 配套设备包含停车场、卫生间、开水供应和消费等基本服务设施。
- 5.4.5 各类标识牌规范，服务质量监督公示清晰、醒目，维权通道顺畅。
- 5.4.6 消费体验馆内应全面覆盖免费 WIFI、通讯网络。
- 5.4.7 具有广播告知等设施，在消费者流量较大或遇突发事件时，应能够通过广播进行疏通和引导。
- 5.4.8 具有防疫设施设备，能够采取相应措施，以应对疫情等因素引起的卫生、健康等安全影响。
- 5.4.9 宜提供智能泊车引导，应现金和移动支付等功能。
- 5.4.10 配备急救保险箱和必要的急救药品。

5.5 功能区

- 5.5.1 消费体验馆空间设施设备能够满足产品体验、消费、服务等需求。

- 5.5.2 能够提供培训、沙龙、新闻发布等辅助功能。
- 5.5.3 消费体验馆应至少包含核心展示区、开放体验区与功能服务区三类区域：
- 核心展示区：可包含企业介绍区、技术介绍区、产品介绍区等；
 - 开放体验区：可包含视觉体验区、味觉体验区、感官体验区、服务体验区等；
 - 功能服务区：可包含接待区、休息区、售卖区、卫生区、库房区等。

5.6 安全

- 5.6.1 空气质量应符合 GB/T 18883 的规定。
- 5.6.2 应做好消防工作，装修及安全管理应符合 GA 654-2006、GB/T 50140 和 GB/T 50222 的规定。
- 5.6.3 安全标识应齐全、规范、醒目，应符合 GB 2894 和 GB 13495.1 的规定。
- 5.6.4 设计应适应公共活动场所人流量大的特点，应做到分区明确、布展灵活。
- 5.6.5 公共区域应张贴醒目的禁烟标志。
- 5.6.6 应具备舒适、清晰、节能、安全的光环境，符合 GB 50034 的规定，灯光布置应满足防眩光和控制干扰光的需要，配备应急照明设施。

6 管理要求

6.1 一般要求

6.1.1 管理制度

- 6.1.1.1 应建立完善的组织架构和管理体系，岗位设置和人力资源配置能够保证消费体验馆有效运行。
- 6.1.1.2 宜通过相关管理体系认证。
- 6.1.1.3 宜每年年初制订运营方案，并对外公开。
- 6.1.1.4 对外售票的消费体验馆，每月应安排相应时间（段），免费对消费者开放。
- 6.1.1.5 建立疫情防控制度，严格做好重点场所和公共场所疫情防控。

6.1.2 服务流程

- 6.1.2.1 接待服务应符合以下条件：
- 在出入口、主要参观点等区域，公示开放时间、展厅导览图等相关信息；
 - 如因故闭馆，需及时向消费者公告闭馆信息；
 - 讲解人员的照片、编号、语种等信息以适宜的方式予以公示；
 - 通过有效手段，合理控制客流量。
- 6.1.2.2 咨询服务应符合以下条件：
- 建立电话、互联网等形式的预约机制和多种形式的咨询服务，便于消费者及时了解相关信息；
 - 在开放体验区设置定点咨询服务，在客流量较大时增设咨询点。

6.1.3 服务质量评价

- 6.1.3.1 坚持品质安全、服务至上、信守承诺、共建共享的经营理念，营造安全放心、质量放心、价格放心、服务放心、维权放心的消费环境。建立并有效实施服务质量评价制度。
- 6.1.3.2 定期收集、分析消费者意见，可采取发放意见征询表、回访消费者、满意度调查等方法，了解需求及变化，采取有效措施及时改进。必要时，委托第三方开展满意度测评。

6.1.4 服务监督制度

- 6.1.4.1 建立服务监督制度，对消费体验馆服务工作予以监督。
- 6.1.4.2 对监督检查中发现的问题，应及时调查核实、公正处理和整改。调查处理结果应在规定时间内向当事人反馈，处理、整改过程记录应完整、准确，并按规定保存。

6.1.5 消费维权

- 6.1.5.1 畅通服务投诉渠道，及时、妥善地处理投诉，投诉档案记录完整，投诉处理应符合 GB/T 17242 的有关要求。
- 6.1.5.2 建立赔偿先付、企业首问责任制等保护消费者权益的机制。

6.1.6 应急预案和处理

- 6.1.6.1 应针对可能出现的服务风险、系统和设备故障、公共安全、火灾等制定应急预案。
- 6.1.6.2 宜采用定量与定性、理论与实际相结合的方法核定最大承载量、瞬时承载量和日承载量，核定原则和方法符合 LB/T 034 的规定。
- 6.1.6.3 成立安全事件应急处理工作小组，负责应急事件处理与报告工作。
- 6.1.6.4 善后处理工作，形成总结报告，追究相关责任。
- 6.1.6.5 处置突发事件演练一年至少一次以上。

6.2 运营能力

6.2.1 运营经验

消费体验馆全面正常运行时间应在1年以上。

6.2.2 全年客流量

- 6.2.2.1 综合型消费体验馆全年客流总量应不少于 100000 人次。
- 6.2.2.2 场景型消费体验馆全年客流总量应不少于 60000 人次。
- 6.2.2.3 产品型消费体验馆全年客流总量应不少于 50000 人次。
- 6.2.2.4 展示型消费体验馆全年客流总量应不少于 20000 人次。

6.3 服务人员

- 6.3.1 应接受专业知识、行为规范、应对突发事件等方面的岗位培训；国家规定需持证上岗工作人员应取得相应的资格证书。
- 6.3.2 应熟悉体验馆展览的主要信息和可提供的服务项目。
- 6.3.3 应服务规范、热情、周到。
- 6.3.4 应佩戴统一的工作标识，着装统一规范，整洁合体。
- 6.3.5 应及时解决消费者的相关问题。

6.4 服务内容

6.4.1 消费体验模式

消费体验馆应能提供方便快捷的交互体验，所提供的产品和服务应有服务人员进行讲解、现场演示、虚拟体验和交流互动等。

6.4.2 增值服务

- 6.4.2.1 消费体验馆应能够面向公众、学校、企业、社会团体等提供以参观、体验为主要形式的培训服务，并配备有培训方案与专职讲解人员。
- 6.4.2.2 可将社会教育内容融入消费体验馆。
- 6.4.2.3 可提供研学培训、创客培训、文化旅游、沙龙活动等体验馆增值服务功能。

7 评价

7.1 评价分类

评价分为内部评价和外部评价。内部评价由消费体验馆进行，外部评价由第三方机构进行，如消费者权益保护组织。开展外部评价前应首先开展内部评价。

7.2 评价组织

- 7.2.1 应具有开展评价工作的评价能力和资源配置。
- 7.2.2 评价组的组成人员应包含来自专业结构合理，并具有相应的技术职称，分工明确。
- 7.2.3 外部评价机构应具有法人资格。

7.3 评价原则

公平、公开、公正、专业。

7.4 外部评价程序

7.4.1 消费体验馆开展内部评价，按照附录 A 进行评分，提交评分表和申报表。

7.4.2 第三方机构对消费体验馆提交的评分表、申报表及相关证据材料进行审核，符合要求后在申报表上签署意见，提交颁证机构。

7.4.3 颁证机构接到申请后，对申报材料的完整性、符合性进行书面审查，经初步审查符合要求后，组建专家组或委托第三方机构实施现场评审。

7.4.4 颁证机构对符合要求的体验馆通过媒体向社会公示（7 个工作日），包括但不限于在：颁证机构、被评单位及其主管单位的官网。

7.4.5 公示结束后，对符合要求的体验馆颁发相应的等级证书。

7.4.6 评定流程图见图 1。

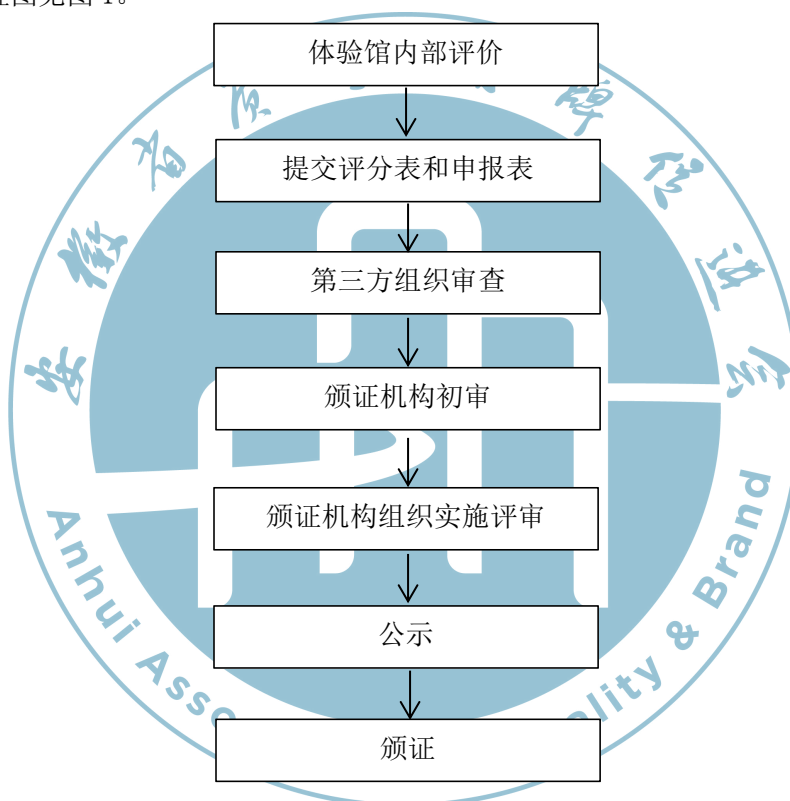


图 1 消费体验馆申报与评价流程

7.5 评价等级

按照评分总分值，将消费体验馆划分为三个等级，见表3，如参评的消费体验馆近三年内存在违法违规事项、发生重大安全事故或在评价期间存在重大安全隐患等，直接给出“不合格”结论。

表 3 消费体验馆评价总分值和评价等级对照表

| 评价总分值 | 评价等级 |
|-----------|------|
| 90分（含）及以上 | 5星级 |
| 85分（含）及以上 | 4星级 |
| 75分（含）及以上 | 3星级 |

7.6 结果应用

7.6.1 消费者权益保护组织可依据有关程序将评价结果向社会公示。

7.6.2 获得消费体验馆等级证书的，可作为消费体验馆免费公开服务典型进行宣传和推广。

8 监督和动态管理

8.1 消费体验馆等级证书有效期两年，如继续保持证书，需于有效期前2个月递交复核申请。

8.2 消费者权益保护组织通过舆论监测、投诉举报分析、开展消费体验、消费教育、组织评价等方式，对获得等级证书的消费体验馆进行跟踪监督。发现存在下列情形之一的，应撤销“消费体验馆”等级。

- 在评价过程中弄虚作假、隐瞒真实情况的；
- 因未尽到经营者法定责任导致商品质量抽检严重不合格，或发生安全责任事故（事件）造成较大社会不良影响的；
- 因严重侵害消费者权益行为被行政处罚或追究刑事责任的；
- 消费纠纷投诉频发且处理不及时；
- 发生重大或群体消费投诉事件影响社会稳定，造成较大社会负面影响的；
- 停业或自动放弃资格的；
- 其他不宜参加的情形。



附 录 A
(规范性)
消费体验馆评分指标体系表

消费体验馆评分指标体系表见表A.1。

表 A.1 消费体验馆评分指标体系表

| 一级指标 | 二级指标 | 三级指标 | 评价细则 | 分值 |
|------|---|------|--|----|
| 基本要求 | 资质 | | 按5.1款要求，有任何一条不符合，均不得受理申报 | |
| | 环境 | | 符合城市总体规划要求的，得1分；否则不得分 | 1 |
| | | | 具有良好的地理位置和便利的交通条件的，得1分；否则酌情扣分 | 1 |
| | | | 具有良好的自然环境条件，得1分；与高噪声、污染源的防护距离应符合有关安全卫生规定的，得1分；否则不得分 | 2 |
| | | | 可靠的电源、水源、通信等城市基础设施条件，满足要求的，得2分；否则酌情扣分 | 2 |
| | 面积 | 建筑面积 | 按5.3.1要求，建筑面积<400m ² 的，不受理申报 | |
| | | 展厅面积 | 按5.3.2要求，展厅面积用于消费知识教育或体验的固定面积满足规定要求的，不受理申报 体验馆类型与体验馆面积规定相一致的，得2分；不一致的，酌情扣分，扣完为止 | 2 |
| | 设施设备 | | 建筑节能环保要求符合DBJ50 052-2016规定的，得2分；有不符合的，酌情扣分，扣完为止 | 2 |
| | | | 消费体验馆相应的安全设施设备、公共活动设施、休闲等设施。如各类标识牌、服务质量监督公示、卫生间、开水间、停车场、特色产品专柜等配备齐全，设计、布局合理，功能有效，符合相关标准、规范要求，得6分；有不符合的，酌情扣分，扣完为止 | 6 |
| | | | 消费体验馆内全面覆盖了免费WIFI、通讯网络的，得1分；有不符合要求的，每项扣0.5分，扣完为止 | 1 |
| | | | 具有广播告知等设施，在消费者流量较大或遇突发事件时，应能够及时有效发挥疏通和引导作用的，得1分；无设施的不得分；有设施但有缺陷的，酌情扣分 | 1 |
| | | | 具有防疫设施设备，能够采取相应措施，有效应对疫情等因素引起的卫生、健康等安全影响的，得2分；无设施的不得分；有设施但有缺陷的，酌情扣分 | 2 |
| | | | 有智能泊车引导，现金和移动支付等功能的，得2分；缺一项扣1分，扣完为止 | 2 |
| | | | 配备急救保险箱和必要的急救药品，能够发挥应急作用的，得1分；未配备的，不得分；配备不全的，酌情扣分 | 1 |
| | | | 功能区 | |
| | 具有核心展示区、开放体验区与功能服务区三类区域，且各区内部分区齐全的，得2分；三类功能区缺少一个的，扣1分，依次类推，扣完为止；各功能区内部区位不完善的，酌情扣分 | 2 | | |
| | 安全 | 环境 | 空气质量符合GB/T 18883相关规定的，得1分；否则不得分 | 1 |
| | | | 消防、装修及安全管理符合GA 654-2006、GB/T 50140和GB/T 50222中相关规定的，得2分；否则不得分 | 2 |
| | | | 安全标识齐全、规范、醒目，并应符合GB 2894和GB 13495.1的相关规定，得1分；不符合要求的，酌情扣分，扣完为止 | 1 |

| | | | | |
|--|--|--|--|---|
| 管理要求 | | 分区明确、布展灵活，适应公共活动场所人流量大的特点的，得2分；不符合要求的，酌情扣分，扣完为止 | 2 | |
| | | 公共区域张贴了醒目的禁烟标志的，得1分；否则不得分 | 1 | |
| | | 光环境应舒适、清晰，符合GB 50034中的相关要求，同时配备了应急照明设施的，得2分；有不符合要求的，酌情扣分，扣完为止 | 2 | |
| | 一般要求 | 管理制度 | 建立了完善的组织架构和管理体系，岗位设置和人力资源配置能够保障消费体验馆有效运行的，得3分；未建立组织架构的，不得分；建立了组织架构，但管理体系、职责不健全的，扣1.5分，其他不符合项，酌情扣分，扣完为止 | 3 |
| | | | 取得管理体系认证证书的，得3分；否则不得分 | 3 |
| | | | 按年度制订运营方案，且于年初对外公开的，得1分；未制定方案的不得分；有缺陷酌情扣分，扣完为止 | 1 |
| | | | 全年免费对消费者开放的得6分；每月安排免费开放时间（段），10天以上的得4分，3天以下得2分；未安排的不得分；安排不适宜的，酌情扣分 | 6 |
| | | | 建立了疫情防控制度，并对重点场所和公共场所防控有效的，得2分；未建立制度的，不得分；建立了制度，但实施有效性不足的，酌情扣分 | 2 |
| | | 服务流程 | 接待服务符合相应要求的，得2分；有缺项的，每一项扣0.5分，扣完为止；有缺陷的酌情扣分 | 2 |
| | | | 咨询服务应符合相应要求的，得2分；有缺项的，每一项扣1分，扣完为止；有缺陷的酌情扣分 | 2 |
| | | 服务质量评价 | 经营理念符合相应要求，且有完整的证据，表明能够营造放心的消费环境的，得1分；建立并有效实施服务质量评价制度的，得2分；有缺项的，每一项扣1分，扣完为止；有缺陷的酌情扣分 | 3 |
| | | | 采取有效措施，定期收集、分析消费者意见并及时改进，取得成效的，得2分，实施过程有缺陷的，酌情扣分；委托第三方开展满意度测评的，得4分，按第三方测评指出的不足制定改进措施并实施的，得2分；实施过程有缺陷的，酌情扣分 | 8 |
| | | 服务监督制度 | 建立了服务监督制度，并开展服务工作监督的，得2分；未建立制度的，不得分；实施过程有缺陷的，酌情扣分 | 2 |
| | | | 对监督检查中发现的问题，及时调查核实、公正处理和整改，并按要求形成完整记录的，得2分；未处理改进的，不得分；实施过程有缺陷的，酌情扣分 | 2 |
| | | 消费维权 | 建立了投诉受理、处理制度的，得1分，畅通投诉渠道，及时、妥善地处理投诉，投诉档案记录完整，投诉处理应符合GB/T 17242的有关要求，得3分；实施过程有缺陷的，酌情扣分 | 3 |
| | 建立了赔偿先付、企业首问责任制等保护消费者权益的机制并有效落实的，得3分；未建立机制的，不得分；建立了机制，但实施过程有缺陷的，酌情扣分 | | 3 | |
| | 应急预案和处理 | 制定了应急预案，且满足相应要求的，得1.5分；制定了应急预案，但有缺陷的，酌情扣分；未制定应急预案的，不得分 | 1.5 | |
| | | 采取有效方法核定相应游客承载量，且符合LB/T 034规定的，得1分；未核定的，不得分；核定了，但有缺陷的，酌情扣分 | 1 | |
| | | 成立了安全事件应急处理工作小组，并能够有效履行职责的，得1.5分；未成立工作小组的，不得分；成立了工作小组，但履行职责有效性不足的，酌情扣分 | 1.5 | |
| | | 应急事件善后处理工作，形成了总结报告，并进行责任追究的，得1分；未有效实施的，酌情扣分，扣完为止 | 1 | |
| 突发事件处置演练按年实施的，得1分；未按年实施的，不得分；按年实施，但实施过程有缺陷的，酌情扣分 | | 1 | | |
| 运营能力 | 运营经验 | 消费体验馆全面正常运行时间有1年以上的经验，否则，不得受理申报 | | |
| | 全年客流量 | 满足6.2.2款对应体验馆类型全年客流量的，得2分；否则，不得分 | 2 | |

| | | | | | |
|--|------|--------|---|--|---|
| | 服务人员 | | 应按要求, 接受专业知识、行为规范、应对突发事件等方面的岗位培训的, 得1分; 国家规定需持证上岗工作人员应取得相应的资格证书的, 得1分(国家无要求的, 此项自动得1分); 有缺项的, 每缺一项扣0.5分, 扣完为止; 实施过程不完善的, 酌情扣分 | 2 | |
| | | | 熟悉体验馆展览的主要信息和可提供的服务项目, 得1分; 有不足的, 酌情扣分, 扣完为止 | 1 | |
| | | | 服务行为符合相应要求的, 得2分; 有缺陷的, 酌情扣分, 扣完为止 | 2 | |
| | | | 佩戴统一的工作标识, 着装统一规范, 整洁合体的, 得1分; 有缺陷的, 酌情扣分, 扣完为止 | 1 | |
| | | | 能及时解决消费者的相关问题的, 得1分; 有缺陷的, 酌情扣分, 扣完为止 | 1 | |
| | 服务要求 | 消费体验模式 | | 体验模式能够按照相应要求, 便捷完整、充分展示、有效提供的, 得1分; 有缺陷的, 酌情扣分, 扣完为止 | 1 |
| | | 增值服务 | | 配备了专职讲解人员, 有完整的培训方案, 能够面向各类群体, 提供服务的, 得2分; 有缺陷的, 酌情扣分, 扣完为止 | 2 |
| | | | | 社会教育内容融入了消费体验馆并效果较好的得4分, 否则不得分。有缺陷的, 酌情扣分, 扣完为止 | 4 |
| | | | | 能够提供研学培训、创客培训、文化旅游、沙龙活动等体验馆增值服务功能的, 每项得0.5分, 满2分止 | 2 |
| | 加分项 | 获得表彰情况 | | 获得国家政府部门荣誉的得5分; 获得省级政府部门荣誉的得4分; 获得地市级政府部门荣誉的得3分; 获得区县级政府荣誉的得2分。同时获得2项以上荣誉的, 按最高得分计, 不累加分 | 5 |



附 录 B
(资料性)
消费体验馆评价申报表

消费体验馆评价申报表见B.1。

表 A.2 消费体验馆评价申报表

| | | | | | |
|-----------------------------|---------------------|----------------|------|-----------------------------|-----------------------------|
| 申报单位（公章） | | | 负责人 | | |
| 场馆地址 | | | 电 话 | | |
| 联系人 | | 电话 | | 邮箱 | |
| 总占地面积 | | m ² | 建馆时间 | | |
| 展示面积 | | m ² | 开放方式 | <input type="checkbox"/> 收费 | <input type="checkbox"/> 免费 |
| 年开放时长（天） | | | 参观人数 | 人（次）/上年度 | |
| 场馆简介 | （包括文字、照片300字左右，可另附） | | | | |
| 企业所获得荣誉 （市级以上） | （可另附） | | | | |
| 场馆已获得命名情况 （称号、命名单位、命名时间） | （可另附） | | | | |
| 企业承诺： | | | | | |
| 该商品和服务近三年内未发生重、特大安全责任事故等情况。 | | | | | |
| （单位公章） | | | | | |
| 年 月 日 | | | | | |