

智慧旅游建设与服务规范 第3部分：智慧旅游景区

Standard of construction and service for intelligent tourism—
Part 3: Intelligent attraction

地方标准信息服务平台

2018-12-13 发布

2019-01-13 实施

目 次

前 言	II
1 范围	1
2 术语和定义	1
3 规划和建设	2
4 智慧服务	2
5 智慧管理	3
6 智慧营销	5

地方标准信息服务平台

前 言

DB61/T 1201《智慧旅游建设与服务规范》分为七个部分：

- 第1部分：导则；
- 第2部分：旅游产业运行监测与应急指挥中心；
- 第3部分：智慧旅游景区；
- 第4部分：智慧乡村旅游目的地；
- 第5部分：智慧旅行社；
- 第6部分：智慧旅游饭店；
- 第7部分：智慧自驾车旅居车营地。

本部分为DB61/T 1201的第3部分。

本部分按照GB/T 1.1-2009给出的规则起草。

本部分由陕西省文化和旅游厅提出并归口。

本部分起草单位：长安大学、西安航天恒星科技实业（集团）有限公司。

本部分主要起草人：丁华、陈云霞、李梦阳、宋阳、王杜。

本部分由陕西省文化和旅游厅负责解释。

本部分首次发布。

联系信息如下：

单位：陕西省文化和旅游厅

电话：029-85261083

地址：西安市长安北路15号

邮编：710061

地方标准信息服务平台

智慧旅游建设与服务规范 第3部分：智慧旅游景区

1 范围

本部分规定了智慧旅游景区的术语和定义，对其规划和建设、智慧服务、智慧管理、智慧营销提出了基本要求。

本部分适用于陕西省行政区域内取得合法经营资格的智慧旅游景区。

2 术语和定义

下列术语和定义适用于本文件。

2.1

旅游景区 tourist attraction

是以旅游及其相关活动为主要功能的区域场所，能够满足游客参观游览、休闲度假、康乐健身等旅游需求，具备相应的旅游设施并提供相应的旅游服务的独立管理区。

2.2

电子门票 electronic ticket

指计算机系统可以自动识别的门票，其使用需要相应的识别系统，存在形式可以是印刷品上的条码、卡片中的芯片，或在手机等电子设备中以数字化形式进行保存的虚拟物品。

2.3

GIS技术 geographic information systems

即地理信息系统技术，它以地理空间为基础，采用地理模型分析方法，实时提供多种空间和动态的地理信息，是一种为地理研究和地理决策服务的计算机技术系统。

2.4

数字虚拟景区 digital virtual attraction

运用三维全景实景混杂现实技术、三维建模仿真技术、360度实景照片或视频等技术建成数字虚拟景区，并通过网络、终端等呈现实现虚拟旅游。

2.5

数据中心 data center

数据中心是景区信息资源数据库的存储中心、管理服务中心和数据交换中心。

2.6

电子商务 electronic commerce

是以信息技术为手段，以旅游商品交换为中心的商务活动；也可理解为在互联网、企业内部网和增值网上以电子交易方式进行旅游产品交易活动和相关服务的活动。

3 规划和建设

3.1 规划方案

3.1.1 应编制智慧旅游景区建设规划方案，明确景区智慧化建设目标、总体框架、建设内容、运营和管理、资金来源与实施计划。

3.1.2 应成立旅游信息化技术服务团队，建设、维护景区信息化基础设施。

3.2 基础设施

3.2.1 应实现景区移动通讯信号全覆盖。

3.2.2 应建有供游客使用的公用电话，并安排专人对公用电话进行设备的维护。

3.2.3 应建有较为完善的宽带信息网络，实现景区办公区域、景区企业用户、景区居民的有效接入。

3.2.4 应在景区主要游览场所覆盖无线宽带网络。

3.2.5 应采用电子门票形式，实现售票计算机化，且售检票信息能够联网、实现远程查询。

3.2.6 应在景区出入口设置支持验证身份证、二维码和 RFID 电子门票的智能闸机或智能手持验票终端。

3.2.7 应在人流密集处设置信息触摸屏。

3.2.8 应在景区配置高清 LED 大屏。

3.2.9 应具备覆盖全景区的广播通知系统。

3.2.10 应建设智慧停车场，部署景区智能停车管理系统。

4 智慧服务

4.1 门户网站

4.1.1 应建设有独立域名、以服务游客为核心内容的景区门户网站。

4.1.2 应配置中文、英文及其他 2 种以上的网站语言供游客选择。

4.1.3 应提供包含景区基本信息浏览、活动预告、景区信息查询、旅游线路推荐和行程规划、交通导航、景区推介服务、景区服务电话及虚拟体验等网站服务。

4.1.4 应开通景区官方微博。

4.1.5 宜利用基于 GIS 技术的电子地图展示景区全景图、景区景点位置、商铺位置、公共服务设施位置等。

4.2 虚拟旅游

4.2.1 应建设数字虚拟景区，运用三维全景混合现实技术、三维建模仿真技术、360 度实景照片或视频等技术，实现虚拟旅游服务。

4.2.2 可在 PC 端或移动端体验虚拟旅游服务。

4.3 微信

4.3.1 应建立景区微信公众号，梳理景区旅游信息资源，做好内容推送。

4.3.2 应在景区微信公众号中建立丰富易查的关键词查询与回复系统。

4.3.3 可开发景区电子商务微信小程序，实现微信端的景区门票、旅游纪念品、景区住宿、餐饮的在线预定与支付等功能。

4.4 信息发布

4.4.1 应配置实体信息发布设备。

4.4.2 应建立虚拟信息发布系统。

4.4.3 应实现多个渠道的信息发布集成，使信息达到一次发布、多方显示效果。

4.4.4 宜在景区特色游览点及主要出入口设立电子公告栏或触摸屏多媒体终端机发布信息。

4.5 呼叫中心

4.5.1 应建立具备拥有交互式语音应答系统、自动呼叫分配系统，并支持呼入和呼出的景区旅游呼叫中心。

4.5.2 应对接“12301”旅游服务热线。

4.5.3 应提供旅游产品查询、景点介绍、票务预订服务、旅游资讯查询等服务。

4.6 自助导游

4.6.1 应提供基于GPS、北斗或LBS定位进行导游导览功能的智慧导讲仪，同时能够为游客提供除中英外不少于2种语言的语音讲解服务。

4.6.2 应具备精准定位智慧语音讲解的景区导游导览、导航、路径规划功能。

4.7 多媒体体验中心

4.7.1 应在景区设置多媒体展示区域，实现旅游景区信息、交通信息、服务设施信息等信息智能查询。

4.7.2 应运用高科技手段，利用声光电技术为不同年龄段的游客提供景区虚拟旅游体验、智慧媒体互动体验。

4.8 智慧医疗

可根据景区实际情况，放置自助售药机。

4.9 游客评价

应建立游客评价系统。

5 智慧管理

5.1 综合管控中心

5.1.1 应设有综合管控中心，实现各系统的汇集、管理与应急指挥调度功能。

5.1.2 应具备对景区内人员、车辆的指挥调度及应急资源的组织、协调、管理和控制功能。

5.1.3 应实现对监控终端的远程控制，并对接上级旅游指挥中心。

5.1.4 宜设置电子道路指示系统，实现景区运营车辆的卫星定位、车辆运营状态与道路交通状况的可视化管理。

5.2 视频监控

5.2.1 应设有景区视频监控系统，实现对景区的全域监控。

5.2.2 应在景区出入口、重要景点、客流集中地段、事故多发地段安装高清网络数字监控设备，清晰度不低于 720P。

5.2.3 应支持视频监控录像的检索和拷贝，可自定义录像条件，录像数据存储保留时间应超过 15 天。

5.2.4 宜通过视频监控系统实现景区重点区域的烟雾火灾识别功能，可第一时间发出火灾安全警告。

5.2.5 宜通过视频监控系统实现景区客流分析、异常事件及异常拥挤报警功能。

5.2.6 宜采用文字、声音的方式及时提醒景区管理人员查看系统探测到的报警事件。

5.2.7 宜实现视频监控系统的步态识别、人脸识别功能，提高景区安防。

5.2.8 可通过视频监控系统对重要道路、卡口实时人流、车流统计分析。

5.2.9 可实现视频监控图像在大屏、计算机显示与调看，支持切换、记录、回放操作。

5.3 人流监控

5.3.1 应实现游客总量的实时统计、上报、数据发布功能。

5.3.2 应对游客滞留热点地区进行重点监控，流量超限自动报警。

5.3.3 宜具有景区最大承载力核算功能和景区拥挤程度预测功能。

5.4 应急救援系统

5.4.1 应建有旅游应急预案及救援系统，能根据应急处理预案，对旅游突发事件进行综合指挥调度和协调救援服务。

5.4.2 应设有应急救援指挥中心，实现与上级指挥中心的对接。

5.4.3 应设有应急报警点，提供报警终端、摄像头、号角喇叭等设备，集成音视频报警、视频监控和广播喊话等功能。

5.5 数据中心

5.5.1 应建有标准统一、资源共享、接口开放的数据中心管理系统，实现旅游公共服务信息的采集、处理、发布、利用的规范化和自动化。

5.5.2 应建有景区旅游信息数据库，进行旅游信息数据的统一采集、存储、处理、共享、查询与分析，并向上级部门共享旅游相关信息数据。

5.5.3 应设有景区数据库管理人员，包括但不限于管理、运行操作、维护检修及日常操作监督人员。

5.5.4 应定期对景区数据平台主机、存储设备进行日常监控、维护和管理。

5.5.5 应设专人对景区数据库进行管理，实行 7*24h 数据库性能监管。

5.6 智慧办公

5.6.1 应建设协同办公平台，实现办公自动化。

5.6.2 应实现与管控中心、数据中心及景区的各类应用系统的对接。

5.6.3 应拥有明确的权限等级。

5.6.4 宜设有视频会议系统，保证画质清晰、语音清楚、界面流畅。

5.6.5 宜在办公环境组建内部局域网。

5.6.6 宜实现平台的考勤管理、公文管理、行政管理、人力资源管理、项目管理、财务管理、经营管理、即时通信、投诉管理功能。

5.6.7 可实现办公系统与微信端的同步使用。

5.7 环境管理

5.7.1 应针对景区文物保护和地质灾害监测设置相关传感器获取实时数据，并通过物联网技术对监测数据进行回传。

5.7.2 应对景区的自然资源环境数据进行监测或监控，主要包括但不限于气象监测、空气质量监测、水文监测、生物监测等。

5.8 投诉管理

5.8.1 应建设游客投诉管理应用系统，通过旅游热线、在线投诉方式为游客提供投诉受理服务。

5.8.2 应实现对游客咨询及投诉的快速响应、状态跟踪、归类整理功能。

5.8.3 宜在景区官网、微信平台开设游客投诉端口，为游客提供投诉服务。

5.9 舆情监管

5.9.1 应设置景区舆情监管平台，做好景区网络舆情的实时监督管理。

5.9.2 应定期自动生成舆情监测报告，有预定策略可对潜在的危机事件进行及时预警和处置。

5.9.3 可对重点媒体、论坛、博客、微博等的舆情信息进行动态监控，将海量信息按照信息内容的正负面、影响力、信息属性及时间进行分类。

5.9.4 可通过对定向旅游网站网页内容的自动采集处理、敏感词过滤、智能主题聚集、事件网络传播影响力评估、负面信息自动识别和统计分析，进行舆情动态掌握与预警。

6 智慧营销

6.1 电子商务

6.1.1 应实现景区门票在景区官方网站、官方微信公众号的在线预定与支付功能。

6.1.2 应建立景区票务分销平台，实现第三方分销与景区营销服务平台、售检票系统的一体化。

6.1.3 应实现景区门票 24h 网上受理咨询、预定与支付服务。

6.1.4 宜实现景区旅游产品、游乐设施票务、旅游纪念品、景区住宿、提前订餐在景区官方网站的在线预定与支付功能。

6.1.5 可形成景区电子商务诚信评价体系，提高景区电子商务信用评级。

6.2 游客分析

6.2.1 应建设游客旅游行为分析系统，对客流来源地、到达方式、驻留时长进行统计分析。

6.2.2 宜建设游客消费行为分析系统，对游客对旅游产品的网络预定与支付率、景区偏好、消费额度进行统计分析。

6.2.3 宜建立游客分享行为分析系统，对游客分享渠道、分享方式、影响效应进行统计分析。

6.2.4 可对游客分析数据进行整合，完成游客自画像属性分析，为景区精准营销提供数据导向。

6.3 新媒体营销

6.3.1 可利用网络媒体频道、短信平台、互联网门户与论坛、博客、微博、微信等各类成熟网络互动渠道作为景区旅游营销载体，开展旅游营销信息发布和营销互动活动。

6.3.2 可建立与国际知名旅游网站、本省（市）及周边省市的旅游网站、会议会展采购方、国内外旅行社等的内容链接与信息互动机制，提升景区影响力。

6.4 游戏软件

可开发与旅游景区相关的游戏软件/APP。

地方标准信息服务平台