ICS 03.080.30
CCS A 16

# DB3205

# 苏 州 市 地 方 标 准

DB3205/T XXX—2023

# 数字景区智慧管理与服务导则

Guidelines for Smart management and Service of Digital scenic area

（报批稿）

2023-XX-XX 发布　　2023-XX-XX 实施

苏州市市场监督管理局　发布

# 目　　次

前言.....错误！未定义书签。
1　范围.....1
2　规范性引用文件.....1
3　术语和定义.....1
4　数字化基础.....2
4.1　景区网络.....2
4.2　数字化指挥调度中心.....2
4.3　数字化管理机构.....2
5　智慧管理.....2
5.1　景区内部管理数字化.....2
5.2　景区商户管理数字化.....2
5.3　景区生态环境管理数字化.....3
5.4　实名预约制度.....3
5.5　实时流量管理.....3
5.6　车辆管理.....3
5.7　旅游厕所管理.....3
6　智慧服务.....3
6.1　信息服务智慧化.....3
6.2　智慧购票.....3
6.3　智慧停车.....3
6.4　智慧导览.....4
6.5　数字化体验.....4
6.6　智慧投诉.....4
7　智慧营销.....4
8　数字资源共享.....4
8.1　与市文化和旅游主管部门的数据互通.....4
8.2　与其他行政部门的数据共享.....4
参考文献.....5

# 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。

本文件由苏州市文化广电和旅游局提出并归口。

本文件起草单位：苏州科技大学、苏州市文化广电和旅游局。

本文件主要起草人：邢夫敏、孙元平、施峰、范铭宏、陶嘉佳、张晓芳。

# 数字景区智慧管理与服务导则

## 1 范围

本文件提供了数字景区智慧管理与服务的基础、智慧管理、智慧服务、智慧营销、数字资源共享等内容的指导。

本文件适用于指导、规范及评估旅游景区的智慧管理及服务。

## 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 22239-2019 信息安全技术 网络安全等级保护基本要求

GB/T 30225 旅游景区数字化应用规范

GB/T 34678 智慧城市 技术参考模型

GB 50348 安全防范工程技术标准

GB/T 51212 建筑信息模型应用统一标准

GD/J 089 应急广播大喇叭系统技术规范

## 3 术语和定义

下列术语和定义适用于本文件。

3.1

**数字景区 digital scenic area**

综合运用物联网、大数据、人工智能等数字技术，配备相应数字基础设施，实现景区生态环境、文化遗产等资源数字化基础搭建，并通过数字技术主动感知景区资源动态及游客活动，从而实现数字管理、智慧服务、智能营销、数据共享的旅游景区。

3.2

**智慧管理 smart management**

利用物联网、传感网等技术，动态感知景区资源、环境、人员、设施设备等各方面状态信息，及时掌握景区运营状况，以业务系统为支撑，实现景区人员管理、业务管理、设施管理、部门管理的高效化与智能化。

[来源：DB32/T 3585-2019，3.3]

3.3

**智慧服务 smart service**

采用位置服务、虚拟现实、人工智能等信息技术，综合分析游客需求与服务资源信息，为游客提供全过程、全方位、主动式、人性化的服务。

[来源：DB32/T 3585-2019，3.4]

3.4

**最大承载量 carry capacity of scenic area**

在一定时间条件下，在保障景区内每个景点旅游者人身安全和旅游资源环境安全的前提下，景区能够容纳的最大旅游者数量。

[来源：LB/T 034-2016，2.1]

## 4 数字化基础

### 4.1 景区网络

4.1.1 景区入口、游客中心、游客聚集区域实现 4G/5G 全覆盖且信号稳定，免费 Wifi 覆盖且使用便捷。

4.1.2 景区安装环境感知、安全感知、图像感知、身份感知、位置感知、设施感知等物联感知设备，并可实时传输感知数据。

4.1.3 建有景区基础数据库，统一数据分类、结构、编码和描述，基础数据采集齐全，满足官网、官微、小程序、大众导航、第三方主流媒体平台等 PC 端和移动端的数据服务需要。

4.1.4 按照相关规范制定信息安全管理制度，建设安全防护系统，加强数据和个人信息保护工作，信息化基础设施满足 GB/T 22239-2019 不同级别安全保护要求。

### 4.2 数字化指挥调度中心

4.2.1 配备大屏、调度台、电脑、视频对讲等设备，具备会议系统和覆盖全景区的应急广播系统等设施。

4.2.2 配置 GIS 电子地图，实现对景区的自然环境、内部交通、游客分布等的实时监测，实现动态管理。

4.2.3 具备景区集中管控平台，接入景区客流、车船、环境、气象、文物、停车场、厕所、防火、防盗、危险区域侵入、紧急求助等信息数据。

4.2.4 具备应急指挥调度和应急事件管理功能。

### 4.3 数字化管理机构

4.3.1 有数字景区建设中长期规划。

4.3.2 有专门机构负责监督、协调、推进数字景区建设。

4.3.3 定期开展数字化培训，提升相关人员数字化意识和技能。

## 5 智慧管理

### 5.1 景区内部管理数字化

5.1.1 使用办公自动化系统，包含文档管理、审批管理、会议管理、公文流转等功能。

5.1.2 使用财务管理系统，实现资产管理、资金管理、成本管理、财务预算、财务分析、财务审计等功能。

5.1.3 实现从业人员的信息化管理，建立从业人员基本信息台账、进行信息化考核。

5.1.4 实施景区内部主要岗位、关键岗位人员当前地理位置及运动路径管理，实现及时联络与指挥调度。

### 5.2 景区商户管理数字化

5.2.1　商户基本信息、负责人、联系人、主营产品、行政及市场监管动态、信用评级信息等。
5.2.2　对景区内商业资源、招商引资等内容管理和数据分析。

### 5.3　景区生态环境管理数字化

5.3.1　运用信息技术实现景区空气质量、地表水质量、噪声指标等监测。
5.3.2　对景区自然景观资源、生物资源、人文资源进行数字化监测和保护。

### 5.4　实名预约制度

严格落实“限量、预约、错峰”要求，实现景区实名制分时预约，根据日期和时段设置限定人数，实现预约入口的数据归集；同时为老年人、残疾人等保留一定数量的线下免预约名额。

### 5.5　实时流量管理

公布景区最大承载量，使用门禁票务、视频监控、红外探测、手机信令等信息化手段，实现对景区出入口最大承载量、瞬时客流量的实时统计，实现重点区域游客滞留密度监测、客流量超载报警等。

### 5.6　车辆管理

通过视频监控、智能停车场等信息化手段，实现对景区出入口、停车场等车流量的统计，实时发布车位使用信息；实施内部运营车辆轨迹分析及视频报警管理，发生车辆拥堵时通过多渠道及时发布并及时疏导。

### 5.7　旅游厕所管理

5.7.1　宜在游客集中区域的旅游厕所实施智能化管控，实时公布景区主要厕所的厕位使用、等待人数等信息。
5.7.2　向游客智能推送距离游客位置最近的厕所，并提供导航服务。

## 6　智慧服务

### 6.1　信息服务智慧化

6.1.1　建立景区门户网站，实现景区介绍、游览攻略、交通说明、信息通知、客流量发布、社交媒体平台链接、游客咨询及投诉等功能，可提供多语种服务。
6.1.2　建立移动端应用，包含小程序、公众号等，实现周边景点、旅游设施、服务场所查询、语音讲解、一键救援等功能，实现基于游客个性化需求的信息精准推送。
6.1.3　在售票处、游客中心、景区入口等游客聚集区域设置信息发布屏、信息查询终端等设备，满足游客对当日天气、客流量、展演信息等获取的需求。

### 6.2　智慧购票

6.2.1　配备自动售票机，实现扫码购票。
6.2.2　采用设备自动查验年卡年票、社保卡、身份证、线上产品卡券和人脸等方式，实现非接触入园。

### 6.3　智慧停车

建立并运用停车场可视化服务功能，实现空余车位查询、车辆来源地分析、反向寻车、车牌识别、计时计费等，为游客提供取车路线指引、智能取车等服务。

### 6.4 智慧导览

6.4.1 丰富完善景区知识图谱建设，提供自动识别地理位置的精准导览服务。
6.4.2 提供电子导游讲解器租赁服务、移动端自助语音导览系统或基于景点的扫码讲解服务。
6.4.3 导览形式除语音、背景音乐，宜通过故事、曲艺等形式实现情景再现。

### 6.5 数字化体验

6.5.1 宜应用数字孪生技术，在景区管理、服务、产品等领域进行探索应用。
6.5.2 宜充分应用人工智能、虚拟现实 VR、增强现实 AR、混合现实 MR 等技术，开发虚拟现实场景、视频、游戏等，为游客提供虚拟化以及虚拟与真实融合的互动体验服务。
6.5.3 在重要点位提供沉浸式、情境化体验场景服务。
6.5.4 宜开发数字 IP，利用区块链推动数字 IP 的发行、交易及互动服务。

### 6.6 智慧投诉

6.6.1 通过门户网站、微信公众号等多种途径征求游客意见、邀请游客进行满意度评价。
6.6.2 游客可在线查询投诉的受理状态和处理结果。

## 7 智慧营销

7.1 升级和完善景区电子商务网站和在线旗舰店，实现景区内及周边产品的在线预订、支付与评价等，实现产品管理、订单管理、产品销售和游客评价数据汇总分析。
7.2 利用新媒体推介景区特色、精品线路、旅游活动、文创产品等，发布景区动态，开展线上活动，实现景区产品在线销售和推广。
7.3 借助政府公共服务平台和标杆电商平台开展营销宣传活动；与在线服务商、网络意见领袖和各类新媒体等合作，开展旅游营销信息发布和营销互动活动。
7.4 对景区网络舆情实时监测，实现及时预警、精准分析，并按照预定策略进行及时处置、优化提升。

## 8 数字资源共享

### 8.1 与市文化和旅游主管部门的数据互通

8.1.1 景区基本信息、服务信息、安全信息、流量视频监测、停车导航、游客信息、舆情投诉及反馈等管理类信息与市文化和旅游主管部门数据平台实时对接。
8.1.2 景区门票、演艺、车船、线路、体验等检票预约服务，景区导游、餐饮、特产、文创等支付销售服务，与苏州文旅总入口对接。
8.1.3 景区官方网站、微信公众号等对客公众平台与苏州文旅总入口互为关注，共享资源。

### 8.2 与其他行政部门的数据共享

8.2.1 遵照“数字苏州”建设相关要求，在景区数字化过程中，配合属地住建 BIM 系统、资规 CIM 系统等业务部门的数字建设工作。
8.2.2 积极与公安、交通、水务、气象等部门共享相关数据，助力城市数据的“共建共享”。

# 参 考 文 献

[1] GB/T 17775 旅游景区质量等级的划分与评定
[2] GB/T 18973 旅游厕所质量要求与评定
[3] LB/T 034 景区最大承载量核定导则
[4] DB32/T 3585-2019 智慧景区建设指南