苏州市数字景区管理与服务技术导则（试行）

（征求意见稿）

第一条 为进一步推动旅游景区向数字化、智慧化转型，更好地满足人民美好生活需要，根据《苏州市“十四五”文化和旅游融合发展规划》《苏州市推进数字经济和数字化发展三年行动计划（2021-2023年）》制定本导则，适用于苏州市3A级及以上旅游景区。

第二条 本导则所称数字景区，是指具备数字化设施、物联感知设备，综合运用物联网、大数据、人工智能等现代信息技术，主动感知景区资源、景区动态、游客活动，实现数字管理、智慧服务、数字营销、数据共享的旅游景区。

第三条 应具备数字化管理与服务基础，包括：

景区网络满足景区内各种设施和应用的需求。

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，具备免费WIFI覆盖且上网方式简洁。

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，并可实时将感知数据传输。

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，实现数据在景区网站、移动客户端应用、常用导航地图的可查询。

制定信息安全管理制度，网络安全应符合GB/T 22239-2019的规定。

第四条 建有数字化指挥调度中心，满足如下要求：

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。

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。

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。

具备应急指挥调度和应急事件管理功能。

第五条 实现景区内部信息化管理，包括：

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。

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。

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；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。

第六条 对景区内所有商户进行信息化管理，内容包括商户基本信息、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。

第七条 对景区生态环境实行数字化管理，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；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。

第八条 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各时段限定人数，实现预约入口的数据归集。

第九条 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。

第十条 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。

第十一条 建立智能厕所系统，实时公布景区主要厕所的厕位使用、等待人数等信息；可向游客智能推送距离游客位置最近的厕所，并提供驾车、步行导航服务。

第十二条 实现景区信息服务智慧化，包括：

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、天气发布、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。

建立移动端应用，包含手机APP、小程序、公众号等，实现周边景点、旅游设施、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。

在售票处、游客中心、景区入口、游客聚集区域等设置信息发布屏、查询机等游客互动查询设备，实现当日天气、客流量、资讯、通知等信息发布，满足游客信息获取的需求。

第十三条 配备自动售票机，实现扫码购票；采用纸质门票、年卡年票、二维码、身份证、线上产品卡券、人脸等多种验票方式，实现非接触入园。

第十四条 具备停车场可视化服务功能，可实现空余车位查询、车辆来源地分析、反向寻车、车牌识别、计时计费等功能，为游客提供取车路线指引、智能取车等服务。

第十五条 提供自动识别地理位置的精准导览服务；提供电子导游讲解器或移动端自助语音导览系统；导览形式除语音、背景音乐，可通过故事、曲艺等形式实现情景再现。

第十六条 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；在重要点位提供沉浸式、情境化体验场景服务；应用区块链技术提供数字藏品的发行、购买、收藏和使用服务。

第十七条 通过门户网站、微信公众号、APP等多种途径征求游客意见、邀请游客进行满意度评价，游客可在线查询投诉的受理状态和处理结果。

第十八条 智能获取游客归属地信息，并对客源地数据进行统计分析；智能获取并分析游客性别结构、年龄分布、消费能力、消费偏好、行为习惯等信息，做好游客画像。

第十九条 建立旅游电子商务网站或开通在线旗舰店，实现景区内及周边产品的预订、在线支付与评价等；景区可通过平台实现产品管理、订单管理、产品销售和游客评价数据汇总分析。

第二十条 利用新媒体在线推介景区特色、精品线路、活动推荐、文创产品等，定期发布景区动态，开展线上活动，实现景区产品在线销售，自动记录游客浏览及购买服务信息，有针对性地推荐产品及活动。

第二十一条 综合运用政府公共服务信息平台、短视频、小红书、抖音等电商平台等开展营销宣传活动；与OTA、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。

第二十二条 对景区网络口碑实时监测，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。

第二十三条 有数字景区建设中长期规划，有专门的负责机构监督、协调、推进数字景区建设，定期开展数字旅游培训，提升相关人员数字旅游专业技能。

第二十四条 实现与旅游行政管理部门的数据互通，包括：

景区基本信息、关键部门联系人、行政及市场监管动态、相关舆情及游客评价、景区评级等信息与旅游行政主管部门数据平台（文旅数据中心）对接。

景区官方网站、微信公众号，景区门票、演艺、车船、各优惠票种等售检票管理系统，旅游交通、停车服务、导游服务、景区餐饮、主要特产等信息，与旅游行政主管部门公共服务平台（君到苏州）对接。

第二十五条 配合相关部门进行文物保护、生态保护的监管，配合数字城市建设、公安、消防等部门共享部分数据。