

智慧景区建设评价规范

地方标准信息服务平台

2022-01-13 发布

2022-04-12 实施

目 次

前言	II
1 范围	1
2 规范性引用文件	1
3 术语和定义	1
4 缩略语	1
5 评价原则	2
6 评价组织与对象	2
7 评价流程	2
8 评价内容	2
9 授牌与复核	4
附录 A（规范性） 智慧景区建设评价申请表	5
附录 B（规范性） 智慧景区建设评价细则	6

地方标准信息服务平台

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。

本文件代替DB41/T 1859—2019《智慧景区建设评价规范》，与DB41/T 1859—2019相比，除结构调整和编辑性改动外，主要技术变化如下：

- a) 增加了“旅游景区”定义的表述形式（见 3.1, 2019 年版的 3.2）；
- b) 更改了“评价对象”的范围和条件的表述形式（见 6.2, 2019 年版的 7.2）；
- c) 更改“受理”为“审核”，并更改其表述形式（见 7.2, 2019 年版的 9.2）；
- d) 删除了“评价方法”的规定（见 2019 年版的第 8 章）；
- e) 增加了“运行机制”评价指标（见 8.1.1）；
- f) 更改了“一级评价指标分值”的等级对应分值（见 8.1.2, 2019 年版的 6.1.2）；
- g) 更改了“等级分值”的等级对应分值范围（见 8.2.3, 2019 年版的 6.2.3）；
- h) 增加了“运行机制得分”（见 8.3）；
- i) 更改了“基础设施”“智慧管理”“智慧服务”“智慧营销”“信息安全”一级和二级指标的分值、评价内容和评分标准（见附录 B 中表 B.1, 2019 版附录 A 中表 A.1）；
- j) 增加了“运行机制”“机制保障”“数据资源管理”“容灾备份”一级和二级指标要求（见附录 B 中表 B.1）
- k) 更改“信息发布服务”为“在园信息服务”（见附录 B 中表 B.1, 2019 版附录 A 中表 A.1）；
- l) 更改“咨询投诉及救援服务”为“咨询投诉服务”（见附录 B 中表 B.1, 2019 版附录 A 中表 A.1）；
- m) 更改“在线交易”为“数字交易”，并更改其评价内容和评分标准（见附录 B 中表 B.1, 2019 版附录 A 中表 A.1）；
- n) 更改“大数据应用”为“精准营销”，并更改其评价内容和评分标准（见附录 B 中表 B.1, 2019 版附录 A 中表 A.1）；
- o) 删除了“办公自动化”“结算服务”的规定（2019 版附录 A 中表 A.1）；
- p) 增加了“注 3”的内容（见附录 B 中表 B.1）。

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。

本文件由河南省文化和旅游厅提出并归口。

本文件起草单位：河南省文化和旅游厅信息中心、河南省标准化研究院、洛阳市文化广电和旅游局。

本文件主要起草人：李全民、魏荔莉、谢坚、李强、刘娟、刘放、于雪娇、张志民、邵杰、徐钰佳、陈白露、唐攀、高歌。

本文件2019年首次发布，本次为第一次修订。

智慧景区建设评价规范

1 范围

本文件规定了智慧景区建设评价的原则、组织、对象、流程、内容等。
本文件适用于景区智慧化建设评价。

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/T 22239 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

3 术语和定义

下列术语和定义适用于本文件。

3.1

旅游景区

以满足旅游者出游目的为主要功能（包括参观游览、审美体验、休闲度假、康乐健身等），并具备相应旅游服务设施，提供相应旅游服务的独立管理区。该管理区应有统一的经营管理机构明确的地域范围。

[GB/T 26355—2010, 3.1]

3.2

智慧景区

运用云计算、大数据、物联网、移动互联网和人工智能等信息与通讯技术，对景区环境、资源、游客、设施和服务进行全面、透彻感知，并及时作出响应，从而实现服务个性化、消费网络化、体验数字化、管理智能化的旅游景区。

3.3

景区核心区域

景区出入口、停车场、游客服务中心、游客集散地、交通枢纽地带、事故易发地、重点服务设施和主要观景点等。

4 缩略语

下列缩略语适用于本文件。

AI: 人工智能 (Artificial Intelligence)
APP: 应用程序 (Application)
AR: 增强现实 (Augmented Reality)
GIS: 地理信息系统 (Geographic Information System)
OTA: 在线旅行社 (Online Travel Agency)

VR: 虚拟现实 (Virtual Reality)

5 评价原则

5.1 公正性

坚持独立、客观、公正的评价原则，评价结果不受主、客观因素影响。

5.2 科学性

坚持定性定量、动态与静态相结合的评价指标分类原则。

5.3 可靠性

采集和使用真实、客观数据；评价结果客观、准确反映评价活动情况。

6 评价组织与对象

6.1 评价组织

智慧景区建设评价工作由省级文化和旅游行政主管部门组织，成立省级智慧景区建设评价委员会（以下简称评委会）负责具体评价工作。

6.2 评价对象

评价对象为全省范围内所有旅游景区，且具备下列条件：

- a) 全面实施智慧景区标准化管理，运营规范，服务良好，具有鲜明的品牌形象和广泛的市场知名度和美誉度；
- b) 具有发展智慧旅游的主动性和积极性，已制定全面、系统的智慧旅游建设规划或方案；
- c) 具有与其智慧景区建设相应的资金实力和人员条件，确保智慧景区正常运营；
- d) 景区信息系统与文化和旅游行政主管部门信息平台有效对接；
- e) 景区智慧化建设采用现代信息与通信技术，数字化建设符合 GB/T 30225 的要求。

7 评价流程

7.1 申请

符合6.2要求的景区可自愿申请，并向评委会提交符合附录A要求的智慧景区建设评价申请表。

7.2 审核

评委会接收申请，并对材料的真实性、完整性进行审核。

7.3 评价

7.3.1 对申请材料符合条件的申报单位，评委会采用资料查阅、现场调查、问卷调查和专家评议等相结合的方式评价。

7.3.2 评价分值达到相应等级的景区，可被评为相应钻级的智慧景区。

8 评价内容

8.1 评价指标

8.1.1 评价指标包括：基础设施、智慧管理、智慧服务、智慧营销、信息安全、运行机制、附加项等。

8.1.2 智慧景区建设一级评价指标及分值见表1，评价细则应符合附录B的要求。

表1 智慧景区建设一级评价指标及分值

序号	评价指标	分值（分）
1	基础设施	180
2	智慧管理	270
3	智慧服务	220
4	智慧营销	210
5	信息安全	60
6	运行机制	60
7	附加项	100

8.2 评价等级

8.2.1 等级划分

采用钻石的数量表示智慧景区的等级。钻石的数量越多，表示智慧景区的等级越高。智慧景区等级分为五个级别，即一钻级、二钻级、三钻级、四钻级、五钻级。

8.2.2 等级标志

等级标志由钻石图案及辅助图案构成，一颗钻石表示一钻级，二颗钻石表示二钻级，三颗钻石表示三钻级，四颗钻石表示四钻级，五颗钻石表示五钻级。

8.2.3 等级分值

智慧景区等级对应分值见表2。

表2 智慧景区等级对应分值

序号	等级	分值（分）
1	一钻级	500~599
2	二钻级	600~699
3	三钻级	700~799
4	四钻级	800~899
5	五钻级	≥900

8.3 计分方法

智慧景区评价得分按公式（1）计算。

$$T = F + M + S + P + I + O + A \dots \dots \dots (1)$$

式中：

T——评价得分；

- F* ——基础设施得分；
- M* ——智慧管理得分；
- S* ——智慧服务得分；
- P* ——智慧营销得分；
- I* ——信息安全得分；
- O* ——运行机制得分；
- A* ——附加项得分。

9 授牌与复核

9.1 授牌

- 9.1.1 标志牌由省级文化和旅游行政主管部门统一制作和颁发。
- 9.1.2 标志牌应置于景区明显位置。

9.2 复核与处理

- 9.2.1 复核工作由省级文化和旅游行政主管部门组织，原则上每两年进行一次，省级文化和旅游行政主管部门可根据复核结果调整其钻级。
- 9.2.2 评价对象申请更高等级的，不受复核期限制。

地方标准信息服务平台

附录 A

(规范性)

智慧景区建设评价申请表

智慧景区建设评价申请表见表A.1。

表A.1 智慧景区建设评价申请表

景区名称				景区级别	
景区地址	省 市 县(区)			邮 编	
景区负责人		联系电话		传 真	
景区联系人		联系电话		邮 箱	
自评得分		申请钻级		已有钻级	
情况介绍：(包括景区简介、基础设施、智慧管理、智慧服务、智慧营销、信息安全、运行机制、创新应用等方面的建设和应用情况，不超过 3000 字，可另附纸。)					
证明材料：(包括景区自评打分表，照片、图片、复印件、语音或视频等，注明名称和数量。)					
<p>申报景区承诺：</p> <p>根据《智慧景区建设评价规范》，申报景区 _____ 申请参加智慧景区建设评价，并遵守以下准则：</p> <p>(1) 认真填写申请表中的各项内容，并提供相关证明材料，对其提交的所有申请材料的真实性负责。</p> <p>(2) 接受审核和评价结果。</p> <p style="text-align: right;">负责人签字： (公章) 年 月 日</p>					
<p>推荐部门意见：</p> <p style="text-align: right;">(公章) 年 月 日</p>					

附录 B

(规范性)

智慧景区建设评价细则

智慧景区建设评价细则见表B.1。

表 B.1 智慧景区建设评价细则

一级指标	二级指标	评价内容	评分标准	得分
基础设施 (180分)	宽带网络 (30分)	接入高速宽带信息网络	带宽<100M不得分,≥100M得10分,≥500M得15分,≥1000M得20分;实现双线或三线接入得10分	
	无线宽带 (30分)	景区核心区域无线局域网免费全覆盖,游客在游览过程中可方便快捷地将手机、电脑等终端连接互联网,旅游高峰期实现游客扫码无障碍	景区核心区域无线局域网免费全覆盖得20分;节假日购票、扫码入园区域下载速率≥1Mbps得10分	
	移动通信信号覆盖 (30分)	景区核心区域4G以上信号全覆盖,移动通信方便,线路顺畅	景区核心区域4G信号全覆盖得20分,5G信号全覆盖得30分	
	视频监控 (40分)	实现景区核心区域的高清视频监控,能实现图像的实时远程观看。视频数据与文化和旅游行政主管部门的信息系统实时对接	景区核心区域的视频监控全覆盖得15分;选择200万以上像素的高清摄像头得15分;视频实现90天存储得10分	
	广播系统 (20分)	覆盖景区核心区域,实现分段控制,声音清晰	景区核心区域的广播系统全覆盖得10分;可分段控制得5分;声音清晰得5分	
	智能化设施 (30分)	部署无人商店、智能餐厅、智能厕所、智能水电桩、智能垃圾箱或智能路灯等设施,提高游客的便利化程度	每项设施得6分,满分30分。无人商店、智能餐厅、智能厕所等大型智能化设施直接得分,智能垃圾箱、智能路灯、智能水电桩等小型设施按照实际设施布设置与设施总量比例得分。如智能垃圾桶项得分=(智能垃圾桶使用量/所有垃圾桶布设置)×6	
智慧管理 (270分)	车辆管理 (40分)	停车场实现对游客车牌的自动识别、统计分析,车流状况、停车场空位等信息实时发布,实现反向寻车,不停车收费,有车辆管控机制或方案。车辆、车位等数据与文化和旅游行政主管部门的信息系统实时对接	实现车牌自动识别、统计分析得10分;实现车流状况、停车场空位等信息实时发布得10分;实现反向寻车得10分;实现不停车收费得5分;有车辆管控机制或方案得5分	
	客流管理 (50分)	景区通过预约预订、电子门禁、红外成像、手机信令等技术实现自动精准识别、游客总量实时统计,有流量管控机制或方案,客流量超限自动报警	实现客流自动精准识别、实时统计得10分;有流量管控机制或方案得5分;实现客流量超限自动报警得10分	
		实现入口、出口及热点地区客流计数管理,客流量超限自动报警,景区客流数据可实现追溯查询、分析预测。客流数据与文化和旅游行政主管部门的信息系统实时对接	实现分区域客流统计得10分;分区域客流量超限自动报警得5分;景区客流数据实现追溯查询得5分;分析预测得5分	
环境监测及安全管理 (20分)	景区建立非法闯入、火险、异常天气、地质灾害等自动探测报警系统,能及时提醒游客及工作人员	每实现1项自动探测报警功能得5分,满分20分		

表 B.1 智慧景区建设评价细则（续）

一级指标	二级指标	评价内容	评分标准	得分
智慧管理 (270分)	运行监测及 应急调度 (120分)	建设监测调度中心（含大屏显示系统、视频会商系统、综合管控平台等）	监测调度中心场地面积大于 30 m ² 得 3 分；有大屏显示系统得 3 分；有视频会商系统得 3 分；有综合管控平台得 6 分	
		实现景区游客、车辆、缆车、游船、旅游资源、商户、讲解员和工作人员等要素一张图监测管理，具体包括：综合监测（游客总量、当日入园人数、在园人数、分区域客流量、预约人数等；当日停车总量、实时车流量、车辆信息与类别统计等；商户数量、运行车船轨迹及状况、在岗人员、园区天气、温湿度、空气质量等；信息系统运行状况、各种设施统计、设施完好率分析等）游客服务（游客流量趋势、分区域客流趋势、历史数据比较、客流预警状况、游客分类统计、预约分类统计；游览使用统计、语音讲解数量、讲解员及时长统计；游客意见处理统计、投诉响应时间等）营销宣传（网站访问量；微信、微博、头条、抖音等自媒体关注度、阅读量、访问量、点赞量、转发量等；网络宣传活动数据、网络评价统计等；VR、AR 等线上体验平台访问量；OTA 平台流量、商品销售统计、产品分类统计等） 以上指标和能力实现移动端应用	部署 GIS 管理平台得 5 分；综合监测、游客服务、营销宣传每项 15 分，按照实现数量及实现程度得分，满分 45 分； 移动端应用按照实现程度得分，满分 20 分	
		实现视频监控融合、一键点调、统一上墙；有完善的应急事件处置方案；应急状态实现游客一键报警、应急点定位、预案调取、区域通知、广播分流、大屏提示、救援队伍安排、线上调度、现场视频会议、接警上报等业务协同	实现视频监控融合、一键点调、统一上墙得 10 分；有完善的应急事件处置方案得 5 分； 应急业务协同按照实现程度得分，满分 20 分	
	数据资源管理 (40分)	编制景区数据资源目录，制定数据资源共享机制，并有效执行	编制景区数据资源目录得 10 分；游客、车辆、景区资产等数据有统一的定义文档，每项得 3 分，满分 9 分；制定数据资源共享机制得 6 分；共享调度度（调用数据部门数/应调部门总数）达到 30%得 5 分，达到 60%得 10 分，达到 90%得 15 分	
智慧服务 (220分)	在线信息服务 (60分)	开通以游客为中心的在线服务平台（网站、APP、公众号、网络商店和小程序等），实现信息发布、行程规划、门票和服务的预约预订、电子讲解、导游导览、咨询建议和信息共享等功能，服务获取方便、平台运行稳定、信息响应及时	开通任意 3 种以游客为中心、功能完备的在线服务得 30 分；开通在线外语服务得 10 分；信息获取方便、系统运行稳定、服务响应及时得 20 分，出现过期或错误信息，每处减 1 分，减完为止，发布虚假信息得 0 分	
	在园信息服务 (30分)	景区入口处、游客集散地和主要活动区域设有大屏、电子发布栏或多媒体服务终端，动态发布景区承载量、在园人数、车辆车位、活动信息、排队等候时间、天气、交通、重要公告、诚信企业名录、服务人员等服务信息，布放合理、显示醒目	合理设立大屏、电子发布栏或多媒体服务终端得 10 分；动态发布服务信息的更新频率至少 15 分钟 1 次（实现信息的动态发布），得 10 分；所有终端发布信息准确、一致得 10 分，发布虚假信息得 0 分	
	售检票服务 (40分)	景区提供人工购票、自助机购票、网络购票及旅行团在线办理等多种无接触票务服务方式，提供分时段预约服务，可实现无接触快速入园。分时预约数据与文化和旅游行政主管部门的信息系统实时对接	设立 3 种及以上无接触票务服务方式得 15 分；提供分时段预约服务得 15 分；实现无接触快速入园得 10 分	

表 B.1 智慧景区建设评价细则（续）

一级指标	二级指标	评价内容	评分标准	得分
智慧服务 (220分)	导游导览服务 (30分)	游客可通过 APP、二维码、小程序或无线团队讲解器等，在景区核心区域随时随地获取导游、导览服务	在景区核心区域可随时随地获取导游、导览服务得 30 分	
	体验服务 (30分)	景区建设沉浸式游客体验中心，在线开展云游览、云体验等相关活动	建设游客体验中心得 20 分；在线开展云游览、云体验等相关活动 10 分	
	咨询投诉服务 (30分)	统一接收来自电话、网络、终端设备等方面的咨询和投诉，有完善的咨询投诉处置机制，开通 AI 客服	咨询和投诉渠道每个 5 分，满分 10 分；有完善的咨询投诉处置流程得 10 分；开通 AI 客服得 10 分	
智慧营销 (210分)	网络宣传 (90分)	在主流网络平台开通账号并经常性开展宣传推广活动，平台实现信息联动、共享分发；综合运用自媒体、短视频、电商平台等开展互动营销活动	在主流网络平台开通账号并经常性开展宣传推广活动，每个平台得 10 分，满分 30 分；平台实现信息联动、共享分发得 30 分；综合运用多种平台开展互动营销活动每次得 5 分，满分 30 分	
	数字交易 (30分)	数字交易在景区整体营收中的占比不低于 50%	数字交易额占营收比例 <20%、20%~50%、>50%，分别得 0、20、30 分	
	精准营销 (90分)	对游客的年龄、性别、学历、职业、来源地、出游动机、消费方式、交通工具等进行在线分析，并可对客源市场进行趋势预测	游客分析维度每项得 3 分，满分 20 分；能进行客源市场趋势预测得 10 分	
		利用大数据开展景区口碑、舆情、曝光度、关注度、搜索热度等在线监测、分析与诊断；建立舆情管控机制，并为景区品牌营销、活动策划、危机公关或新品研发等提供支持	利用大数据开展在线监测、分析、诊断服务得 10 分；建立舆情管控机制得 10 分；有效运用大数据进行品牌营销、活动策划、危机公关或新品研发每次得 5 分，满分 10 分	
	依托大数据和游客行为分析，对景区商户、热点场所、服务项目等进行智能匹配、精准导流	结合游客数据与产品数据进行数据模型算法匹配，为景区商户、热点场所和服务项目进行智能匹配与精准导流得 30 分		
信息安全 (60分)	运维保障 (40分)	按 GB/T 22239 开展信息系统等级保护测评，并完成相关整改工作，有常态化运维保障机制并有效执行，无重大信息安全事故发生	开展符合要求的信息系统等级保护测评得 10 分；完成整改工作得 10 分；有常态化运维保障机制并有效执行得 10 分；全年无重大信息安全事故得 10 分	
	容灾备份 (20分)	具备核心数据的安全保护能力以及核心业务的高可用性。在出现本地误操作、系统故障、机房故障、自然灾害等场景下导致数据丢失后，仍然能够通过本地或异地备份系统进行数据恢复	提供重要数据的本地备份与恢复功能得 10 分；提供重要数据处理系统的冗余，保证系统的高可用性得 10 分	
运行机制 (60分)	机制保障 (60分)	有景区智慧化顶层设计和工作推进机制，设立相应的领导组织机构，并持续正常开展工作。相关人员须参加相应的智慧化知识与技能培训	有景区智慧化顶层设计和工作推进机制的正式文件得 10 分；有相应的领导组织机构得 10 分；持续正常开展工作得 15 分；相关人员参加相应的智慧化知识与技能培训得 25 分	
附加项 (100分)	创新应用 (100分)	利用 5G、云计算、物联网、AR、VR、AI、区块链及北斗卫星导航等信息技术，在景区的管理、服务、营销或产品打造上开展创新应用，对景区自身经营管理提升有显著效果，对整个行业有示范引领作用	利用信息技术开展创新应用，对景区自身经营管理提升效果显著得 50 分；对整个行业有示范引领作用得 50 分	
<p>注 1：评价内容中黑体部分为参评的必要条件。</p> <p>注 2：评分标准所列分值均为最高分值，部分实现或满足的酌情给分。</p> <p>注 3：不提供售票服务的开放型景区此项可按照满分计算。</p>				