

《旅游企业信息化服务指南》 (TB/T 021-2013) 行业标准修订说明

一、任务来源

根据文化和旅游部科技教育司关于下达 2021 年第一批文化和旅游行业标准计划项目立项的通知，开展《旅游企业信息化服务指南》(TB/T 021-2013) 行业标准的修订工作。本标准修订工作由中华人民共和国文化和旅游部提出，全国旅游标准化技术委员会归口。修订完成时间为 2022 年。

二、标准修订的背景

信息化代表了新的生产力和发展方向，加快旅游信息化发展，是应对新一轮科技革命的必然选择，更是满足广大游客需求的内在要求。“十四五”期间，国务院、国家文化和旅游部和各级主管部门发布了一系列促进智慧旅游、“互联网+旅游”的政策文件，推动数字旅游和旅游信息化建设。现今，旅游企业（旅游景区、旅游度假区等）等级评定、全域旅游示范区认定均把信息化建设、智慧旅游建设作为一项重要的评价指标，信息化已经成为引领旅游行业转型升级和服务现代化建设的重要抓手。《旅游企业信息化服务指南》(TB/T021-2013) 行业标准（以下简称《标准》）的修订、优化工作势在必行。

1、2013 版标准已实施近 10 年，难以适应时代需求

2013 年开始颁布实施《旅游企业信息化服务指南》(TB/T 021-2013) 行业标准，该标准的编制是结合国内外相关经验进行的探索性思考，规定了旅游企业信息化服务的通用要求，详细说明

了旅行社、星级饭店、旅游景区的信息化服务要求。标准实施至今，影响力大、传播范围广，被多项国家标准、行业标准、地方标准所引用，多次应用于智慧旅游企业的评定工作，有效支撑了我国旅游行业的服务信息化建设。历经 9 年的发展，现代信息技术发展迅速，位置感知、智能机器人、可穿戴设备、虚拟现实、5G 等新兴技术已经较为广泛地应用在旅游服务中，受限于制定时间早，这些内容需要进行及时修订。

2、旅游企业信息化的快速发展中显露出新的指导需求

随着大众旅游、自助旅游的快速发展，全域旅游、乡村旅游的发展拓展了旅游业态，乡村旅游区、旅游度假区、旅游休闲街区、民宿、文博场馆的旅游信息化服务呈现出显著需求。加上旅游服务对象更加多元，亲子游、研学游、乡村游、康养游等需求日益高涨，旅游信息化服务内容也更加多元，现有标准规定的内容已无法涵盖当前多元化的信息化服务需求。

此外，与 2013 年相比，当前旅游信息服务模式已经发生了较大变革，一方面旅游企业内部的管理类系统建设进展加快，另一方面国家-省-设区市-县市区各层级的智慧化平台建设迅速发展，尤其是常态化疫情发展下，要求旅游信息服务与行业管理结合起来，更加强调协同性、联动性，实现区域旅游服务的一体化和集成化。

本次标准修订基于上述背景，为适应新的信息化发展，规范与指导旅游企业以“对客服务”为中心，以“信息化服务”为重点，围绕游客游前、游中、游后不同阶段的信息化服务需要，充分利用信息技术提升旅游服务质量，提高游客

满意度和企业竞争力，以更高质量、更加丰富、更加智能的信息化服务来满足游客对美好生活的需求和向往，特制定本文件。

三、修订原则

1、科学性和规范性原则

本标准修订工作依据《中华人民共和国标准化法》和《标准化工作导则》开展，结合新时代发展的新要求，同时紧扣企业信息化的现实发展需求，对旅游企业信息化服务标准进行优化，保证标准修订的科学性和规范性。

2、前瞻性和实用性原则

本标准修订在充分调研当前我国旅游餐饮、旅游住宿、旅游交通、旅游游览、旅游购物、旅游娱乐六大类旅游企业，此外还包括提供旅游代理服务和旅游公共服务类企业发展状况和发展趋势的基础上，根据国家对大众旅游、智慧旅游、生态文明建设、文化与旅游双轮驱动、推动全域旅游、加快旅游业供给侧改革与转型、等战略方向的需要，结合企业类型特征和游客信息化服务需求，探索增加利于提升旅游企业信息化服务品质和内涵的引导性指标。对部分技术内容和技术指标加以修改完善，注重指标要求的前瞻性引导和可操作性指导，使标准的内容与大众旅游时代游客的信息化服务需求相适应。

四、标准的修订过程

1. 2021年9月，文化和旅游部提出标准修订工作，标准修订工作组正式成立。

2. 2021年10月至2022年3月，修订工作组就当前我国旅游企业信息化服务现状和国内外旅游企业信息化发展趋势开展充分调研，掌握最新政策要求，并就标准的框架、主要修订内容、技术指标等内容开展多次研讨，明确修订具体细节，形成了标准修订框架初稿。

3. 2022年4月-6月，修订工作组在对历次研讨意见进行分析整理的基础上，对标准进行了修改和调整，形成了工作组讨论稿并征求意见，收到修改意见26条。

4. 2022年7月中旬，修订工作组研讨会议在常州召开，会议就对标准修订的主要技术内容及关键问题进行逐一讨论，对标准修订的主要内容达成一致，形成了工作组讨论稿（第二稿）并征求意见，收到修改意见18条。

5. 2022年8月，修订工作组根据成员单位及专家意见，对标准进行了修改和调整，形成了标准征求意见稿。

五、修订内容说明

1、主要修订内容（如下表）。

序号	章、条编号	修改前	修改后	修改说明
1	引言	<p>为了推进旅游业与信息产业的融合发展，推动旅游企业充分利用信息技术的新成果来全面提升旅游服务质量和水平，提高游客满意度和企业竞争力，特制定本标准。</p> <p>本标准以科学发展观为指导，以“游客”为中心，以“服务”为线索，重点围绕游客及其活动提出旅游企业对客信息化服务的内容、手段及其标准。本标准突出先进性和引领性，是旅游企业加快信息化建设，提升信息化服务水平的指导性文件。</p>	<p>旅游企业信息化服务是互联网时代保障游客高质量服务体验的前提基础，《中华人民共和国旅游法》第六条明确规定，旅游经营者应当诚信经营，公平竞争，承担社会责任，为旅游者提供安全、健康、卫生、方便的旅游服务。</p> <p>为适应新的信息化发展，规范与指导旅游企业以“对客服务”为中心，以“信息化服务”为重点，围绕游客游前、游中、游后不同阶段的信息化服务需要，充分利用信息技术提升旅游服务质量，提高游客满意度和企业竞争力，特制定本文件。</p>	结合政策和行业需求修改。
2	范围	无	<p>本文件确立了旅游企业信息化服务总则和体系，并为旅游餐饮、旅游住宿、旅游交通、旅游游览、旅游购物、旅游娱乐、旅游代理服务、旅游公共服务类企业的信息化服务内容、服务载体、服务方式和服务管理提出相关建议。</p> <p>本文件适用于指导接待旅游者的各类旅游企业，以及相关旅游经营单位的信息化服务建设。</p>	结合新的修订内容进行了范围描述。

序号	章、条 编号	修改前	修改后	修改说明
3	规范性 引用 文件	GB/T 16766、GB/T 20271、GB/T 26357中界定的以及下列术语和定义适用于本文件。	<p>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。</p> <p>GB/T 16766 旅游业基础术语 GB/T 26358 旅游度假区等级划分 GB/T 22239 信息安全技术 网络安全等级保护基本要求 GB/T 39477 信息安全技术 政务信息共享数据安全技术要求 GB/T 40645 信息安全技术 互联网信息服务安全通用要求 GB/Z 41297 基于M2M技术的旅游信息服务总体技术要求 LB/T 079 旅游基础信息资源规范</p>	增加必要引用条目。

序号	章、条编号	修改前	修改后	修改说明
4	3 术语和定义	<p>3.1 旅游企业信息化服务 information services of tourism enterprise</p> <p>旅游企业利用物联网、互联网、移动通讯、信息处理等现代技术手段，借助计算机、手机、多媒体终端机等媒介设施设备，为客户提供安全、便捷、高效的旅游信息及相关服务的过程。</p>	<p>3.1 旅游企业信息化服务 information services of tourism enterprise</p> <p>旅游企业利用物联网、互联网、移动通讯、云计算、数字孪生、区块链、信息处理等技术手段，借助计算机、移动终端、多媒体终端机、发布屏、广播等媒介设施设备，为游客提供安全、便捷、高效的旅游信息及相关服务的内容与过程。。</p>	<p>根据需求对术语和定义进行了调整。</p>
5	4 总则	无	<p>4.1 培育和践行社会主义核心价值观。</p> <p>4.2 宣传和引导文明旅游、生态保护、低碳消费、绿色发展和高质量发展。</p> <p>4.3 以游客为中心，在游前、游中和游后各个阶段，为游客的食、住、行、游、购、娱各个环节提供旅游信息化服务，提升游客便利度和满意度。</p> <p>4.4 以旅游信息化服务系统或平台为支撑，提升旅游信息化服务的综合性、及时性和精准性。</p> <p>4.5 完善旅游信息化服务体系，兼顾旅游信息化服务的静态与动态统一、共性与个性统一、线上与线下统一，提升服务的适配性、多元化和人性化。</p> <p>4.6 注重旅游信息化服务质量，常态化、高品质地做好旅游信息化服务的运行和维护。</p> <p>4.7 确保旅游信息化服务安全可信，从信息生成、信息处理到信息发布和信息传播等信息化服务的全生命周期均应符合 GB/T 40645中安全技术要求。</p>	<p>结合新的修订内容进行总体原则描述。</p>

序号	章、条 编号	修改前	修改后	修改说明
5	5 通用 要求	<p>4通用要求</p> <p>4.1网络服务</p> <p>4.1.1配备计算机等终端设备，使用正版软件，开通互联网有线接入，网络设备的数量和网络使用或出口流量适应对客户服务的需要。</p> <p>4.1.2经营区域或重点区域实施无线网络信号覆盖，信号强度确保客户正常使用。</p> <p>4.2信息服务</p> <p>4.2.1使用企业网站、短信、电子邮件、微博、博客等多种载体和电子显示屏、多媒体自助终端机等多种设备准确、有效地发布信息，内容真实可靠，符合国家有关规定。</p> <p>4.2.2建立企业信息化平台，并通过信息化集成和相关链接，构建企业信息化共享平台。信息化平台实现信息发布、咨询、投诉受理和预订、支付等功能。</p> <p>4.2.3 企业信息化平台包含以下内容或功能：</p> <p>a) 企业概况、企业新闻（含活动和促销信息等）、当地气象信息等；</p> <p>b) 经营的产品信息，图文并茂，有视频文件；</p> <p>c) 到达本企业的交通信息；</p> <p>d) 企业联系方式、投诉方式等信息，客户常见问题解答；</p> <p>e) 有当地旅游信息，或者设置与当地旅游官方网站，景区、饭店、旅行社网站，餐饮、购物、娱乐场所网站，</p>	<p>5 旅游企业信息化服务体系</p> <p>旅游企业信息化服务是一个由旅游信息化服务主体、服务阶段、服务内容、服务载体、服务方式与服务管理构成的综合体系。</p> <p>5.1 旅游企业主要分为旅游餐饮、旅游住宿、旅游交通、旅游游览、旅游购物、旅游娱乐，此外还包括提供旅游代理服务和旅游公共服务类企业和单位。</p> <p>——旅游餐饮类企业为旅游者在旅行游览过程中提供餐饮产品和服务，包括但不限于旅游饭店的餐饮部、设在旅游景区、乡村旅游区和旅游休闲街区等旅游吸引物场所内的餐厅等；</p> <p>——旅游住宿类企业为旅游者在旅行游览过程中提供住宿产品和服务的企业，包括但不限于旅游饭店、主题酒店、汽车旅馆、青年旅馆、民宿等；</p> <p>——旅游交通类企业为旅游者在旅行游览过程中提供特色交通产品和服务，包括但不限于旅游客车、城市观光巴士、旅游专线、旅游专列、旅游包车、旅游房车、游船、邮轮、观光火车、索道缆车等；</p> <p>——旅游游览类企业和单位为旅游者提供观光旅游、度假旅游、探亲旅游、商务旅游、研学旅游、红色旅游、农业旅游、工业旅游、科技旅游、节事旅游、乡村旅游、温泉旅游、海洋旅游、探险旅游等游览空间、游览产品和服务，包括但不限于旅游度假区、旅游景区、主题乐园、乡村旅游区、工业旅游区、文博场馆、旅游休闲街区、夜间文化和旅游消费集聚区、公益性的城市公园、博物馆、纪念馆、图书馆等；</p> <p>——旅游购物类企业为旅游者在旅行游览过程中提供旅游购品和服务，包括但不限于旅游商品店、土特产品店、特色文创商铺等；</p> <p>——旅游娱乐类企业为旅游者在旅行游览过程中提供娱乐产品和服务，包括但不限于游艺娱乐场所、健身场馆、歌舞场所等；</p> <p>——旅游代理服务类企业是将旅游餐饮、旅游住宿、旅游交通、旅游游览、旅游购物等相关旅游企业的产品和服务组合成为不同的旅游线路或其他旅游产品，提供给旅游者的中间商组织，包括但不限于旅行社、旅游批发商、旅游零售商、在线旅行社（OTA）、互联网旅游电商等；</p>	<p>总体框架性描述本文件需要考虑的因素。</p>

序号	章、条 编号	修改前	修改后	修改说明
		<p>以及飞机、车船票等咨询预订服务网站、地图查询网站的链接；</p> <p>f) 设有站内信息搜索功能；</p> <p>g) 与当地旅游主管部门信息化平台进行数据对接，实现旅游信息资源共享。</p> <p>4.2.4 企业信息化平台具备下列二项以上特色内容或功能：</p> <p>a) 企业周边的交通、住宿、餐饮、购物、娱乐等信息；</p> <p>b) 所经营的产品设置访客点评通道，点评内容包括对产品的总体满意度、对价格和服务的满意度等，访客点评内容能够显示或者查看；</p> <p>c) 设置访客共享区域，供访客发表言论，分享旅游微博、博客等；</p> <p>d) 对游客访问网站的状态和行为进行数据挖掘，为优化企业产品开发和旅行服务提供决策依据；</p> <p>e) 设置本企业信息服务通道，有明确的信息服务指南，服务指南应有受理条件、承诺办理期限和受理情况查询方式等内容，企业应在承诺的时间内向申请人提供所需信息。</p> <p>f) 提供中文和一种以上外语版本。</p> <p>4.2.5 提供每天至少8h的电话咨询并即时答复；提供每天24h网上咨询或手机短信咨询、留言服务，并在提交后12h内答复。</p> <p>4.2.6 通过短信、电子邮件等方式定期或不定期发送信息应尊重并征求接收人的意愿，如接收人表示不再接受，应停止发送并向接收人表示歉</p>	<p>——旅游公共服务类企业和单位是为旅游者在旅行游览过程中提供旅游资讯、旅游公共交通、旅游志愿服务、旅游投诉处理、医疗急救等服务，包括但不限于旅游主管部门和地方人民政府建立旅游公共信息和咨询平台、各类旅游集散中心、游客服务中心、游客咨询中心等。</p> <p>5.2 旅游企业信息化服务阶段主要分为游前、游中、游后三个服务阶段。</p> <p>——游前主要满足游客在旅游资讯检索、查询、问询，旅游产品选择、预约预订等环节上的服务需求；</p> <p>——游中主要满足游客在途导航、导览、导游、导购、全流程电子支付与安全救援等服务需求；</p> <p>——游后主要满足游客在旅游体验分享、评价与评论、投诉与建议等领域的个性化、多样化的服务需求。</p> <p>5.3 旅游企业信息化服务内容主要分为基础常态性信息、重要动态性信息、必要实时性信息、关键及时性信息、建议拓展性信息、建议引领性信息。</p> <p>——基础常态性信息主要包括企业名称、产品与服务、位置、营业时间、咨询预订电话、风俗习惯、宗教禁忌、文明旅游、厉行节约、光盘行动、生态环保、卫生安全、疫情防控、周边配套等；</p> <p>——重要动态性信息主要包括停车场空余车位、今日气象、穿衣指数、当前优惠、当日推荐、场景视频等；</p> <p>——必要实时性信息主要包括位置导航、导游、导览，产品和服务的预约、预订、支付、退换、开票、售后全流程电子支付等；</p> <p>——关键及时性信息主要包括周边突发自然灾害、公共卫生事件、社会安全事件等应急救援、应急疏散等安全管控类信息服务，以及评价、建议与投诉类维权信息等；</p> <p>——建议拓展性信息主要包括拓展与产品和服务相关的文化主题信息服务，以及周边的配套服务信息等；</p> <p>——建议引领性信息主要包括依据游客的行为偏好和信息服务需求，提供智能推荐、预订和支付信息等。</p>	

序号	章、条 编号	修改前	修改后	修改说明
		<p>意。</p> <p>4.3 预订服务</p> <p>4.3.1 提供每天至少8 h的电话预订并即时确认或回复;提供每天24 h的网上预订或手机预订服务,并在提交后及时确认或回复。</p> <p>4.3.2 在企业网站等信息化平台设置预订通道,并标示电话预定和其他预订的方式方法。4.3.3通过与国内、国际网上预订系统的合作,为客户网上预订提供多种途径。</p> <p>4.3.4 网上预订系统能提供订单查询、修改和取消服务,历史记录保留12个月。</p> <p>4.4 支付服务</p> <p>4.4.1 提供安全、合法、规范、有效的网上支付服务,并制定完备的相关应急预案。</p> <p>4.4.2 网上支付系统尽可能满足不同支付途径客户的需求。</p> <p>4.4.3 支付完成后生成电子订单,电子订单可提供下载和打印。</p> <p>4.4.4 支付完成后,通过手机短信、电子邮件等形式通知客户。</p> <p>4.4.5 客户改订、退订后如产生余款,应在企业承诺的期限内退还给客户。</p> <p>4.5 投诉受理</p> <p>4.5.1 采用电话、网络(含电子邮件)等多种投诉受理方式,涉外旅游企业应能用多种语言受理,接到投诉后应在承诺的期限内处理。</p> <p>4.5.2 对外公布投诉电话,并提供全天12 h以上人工受理、24 h语音受理服</p>	<p>5.4 旅游企业信息化服务载体主要分为旅游企业的自媒体平台、旅游节点的信息发布屏类、电子标识标牌类、第三方网络平台、智慧城市与数字政府构建的信息化服务载体、体验类服务载体等。</p> <p>5.5 旅游企业信息化服务方式主要分为信息发布、检索查询、评价评论、智能推荐、网络直播等。</p> <p>5.6 旅游企业信息化服务管理主要包括安全可信、人员配备、建立发布机制、构建系统、数据采集与共享、动态检测与效能评价等。</p>	

序号	章、条 编号	修改前	修改后	修改说明
		<p>务。</p> <p>4.5.3在企业网站等信息化平台醒目位置设置网上投诉通道，客户网上投诉后自动发送短信告知受理人，投诉人能通过短信获知或者在平台上查询到投诉受理状态。</p> <p>4.6服务管理</p> <p>4.6.1有完备的信息化咨询、预订、支付服务和投诉受理等工作流程及相关突发事件应急预案。</p> <p>4.6.2有信息化管理部门和专(兼)职管理人员，并建立相应的培训、考核、激励机制。专(兼)职管理人员具有大专以上学历、熟悉旅游业务以及信息系统管理业务，有良好的职业操守。</p>		

序号	章、条 编号	修改前	修改后	修改说明
6		<p>4.6.3建立企业对客户服务信息管理系统，即时收集客户信息，建立客户电子档案，并进行数据挖掘，用以完善和提升服务。但应遵守国家有关法律、法规，不得泄露、买卖客户信息。</p> <p>4.6.4通过企业网站、电子邮件、电话等多种途径征集客户对企业产品和服务的意见和建议，并有完备的反馈和持续改进机制。</p> <p>4.6.5企业网络物理安全、运行安全、数据安全等应符合GB/T 20271的规定。</p>		

序号	章、条 编号	修改前	修改后	修改说明
7	5 旅行社 6 星级饭店 7 旅游景区	<p>5.1 网上服务 旅行社信息化平台有以下特色内容或功能： a) 旅游产品分类介绍、目的地推荐、旅游攻略等； b) 在线签订旅游合同，其内容和格式符合国家有关规定，能电子签章并打印、下载。能在线提供电子预订单、电子订单、电子行程单、电子订单的结算单，或者将电子合同和有关订单以二维码等形式发送至游客手机； c) 单项委托服务实现在线购买或提供购买通道。游客购买单项委托服务后，能采用二维码等形式将产品信息发送至游客手机，游客使用手机即能获得单项委托服务； d) 提供旅游线路产品的组合查询。</p> <p>5.2 门市服务 旅行社门市部实现以下功能或服务： a) 使用电子显示屏、液晶电视等发布旅游线路、价格等产品信息； b) 提供计算机上网服务，并一键查询本企业经营的产品信息； c) 设置多媒体自助终端机，可实现查询旅游相关信息、下载软件、留言投诉等功能。多媒体自助终端机发布的本旅行社信息应与旅行社网站信息同步； d) 与总部实现联网销售和信息共享，实现统一管理、统一财务、统一招徕、统一接待。</p> <p>5.3 旅行服务 5.3.1 建立旅游热线电话，全天24h受</p>	<p>6 旅游企业信息化服务内容</p> <p>6.1 旅游餐饮类企业信息化服务内容</p> <p>6.1.1 基础常态性的信息化服务内容包括但不限于餐厅名称、品牌、品质（高分餐厅、连锁餐厅等）、菜系类别、菜单与菜品、自助点餐取餐服务、人均消费、是否收取服务费、自带酒水规定、配套设施与服务（无线网络服务、包间、空调、无烟区、免费停车、在线排队、在线选座、外卖送餐、打包服务、代驾服务等）、餐厅位置、营业时间、咨询预订电话、风俗习惯、宗教禁忌、文明用餐、厉行节约、光盘行动、生态环保、分餐建议、公筷倡议、卫生安全、疫情防控、周边配套等信息。</p> <p>6.1.2 重要动态性的信息化服务内容包括但不限于停车场空余车位、今日气象、穿衣指数、优惠套餐与菜品、厨师长推荐菜单与菜品、时令菜品、人气菜品、必点菜品、空余餐位、排队状态、用餐评价（味道、分量、口感、服务、装修、环境、人均消费、性价比等）、后厨菜肴加工制作场景视频等信息。</p> <p>6.1.3 必要实时性的信息化服务内容包括但不限于餐厅与配套停车场位置的精准导航、导游、导览信息，用餐预约、预订、支付、退换、开票、售后等全流程电子支付，便捷的离店引导与停车缴费或免费停车等信息。</p> <p>6.1.4 关键及时性的信息化服务内容包括但不限于餐厅及周边突发自然灾害、公共卫生事件、社会安全事件等应急救援、应急疏散等安全管控类信息，以及餐后用餐点评、满意度评价、建议与投诉等维权信息。</p> <p>6.1.5 建议拓展性的信息化服务内容包括但不限于菜品原料的溯源信息、菜品的营养标识、消费者点餐的膳食营养均衡性信息、餐后剩余食物打包、打包食物安全食用的提示信息，以及餐厅相关的菜单、美食、服务、民俗等文化主题信息服务，以及餐厅周边的景区、住宿、交通、娱乐、购物等信息。</p> <p>6.1.6 建议引领性的信息化服务内容包括但不限于根据客户餐饮消费习惯和信息服务需求，提供精准的餐饮产品智能推荐信息，提供餐饮外卖的预订、支付、快递等信息。</p> <p>6.2 旅游住宿类企业信息化服务内容</p> <p>6.2.1 基础常态性的信息化服务内容包括但不限于住宿场所名称、品牌、星级/</p>	<p>将旅游企业按照旅游餐饮、旅游住宿、旅游交通、旅游游览、旅游购物、旅游娱乐，此外还包括提供旅游代理服务类和旅游公共服务类企业8个类型进行信息化服务内容的差异化描述。</p>

序号	章、条 编号	修改前	修改后	修改说明
		<p>理旅游产品咨询、预订和游客救援、投诉服务流程规范，答复、确认即时。</p> <p>5.3.2建立VIP游客信息化服务系统。当接到其电话或者通过智能人脸捕捉等技术获知其进入经营场所后，系统即自动识别其身份，提供相关信息给服务人员，以即时提供对应的个性化服务。</p> <p>5.3.3建立旅游产品线路设计系统。能通过企业网站和手机短信、手机应用程序客户端等途径受理游客的要求，受理后即时通过上述途径将设计的行程安排和报价反馈给游客。</p> <p>5.3.4开发智能手机应用程序客户端，方便游客利用手机进行旅游咨询、预订和支付；根据需要向游客手机发送天气预报、注意事项、下载推荐等信息。</p> <p>5.3.4开发智能手机应用程序客户端，方便游客利用手机进行旅游咨询、预订和支付；根据需要向游客手机发送天气预报、注意事项、下载推荐等信息。</p> <p>5.3.5旅行出发前24 h，旅行社通过电话、短信、电子邮件等手段联系游客，告知和确认有关事项。</p> <p>5.3.6建立旅行服务综合管理系统。能根据组团社或散客的需求生成计调，实时处理和监管旅行业务，对游客信息进行数据挖掘，实现在线结算等；发生异常情况能向有关人员自动提醒。</p> <p>5.3.7 旅行服务综合管理系统与企业</p>	<p>级别(五星、四星、甲级、乙级、丙级等)、类型/主题(酒店、民宿、酒店公寓、度假别墅、客栈、青年旅舍、钟点房、农家乐等)、房型(家庭房、江河湖山景房、套房、亲子主题房、私汤房、影音房、无烟房等)、床型(双床房、大床房、单人床房、多床房等)、配套设施与服务(无线网络服务、中餐厅、西餐厅、自助餐厅、多功能厅、商务服务、室内泳池、户外泳池、健身房、洗衣房、洗衣服务、接送服务、棋牌室、亲子游乐设施、免费停车、早餐服务、自助办理入住和退房、客房智能点餐送餐服务、退房时间要求、延期退房服务、客房升级服务、预定免费取消、行李寄送等)、客房内配套(洗浴用品、卫浴用品、智能马桶、洗衣机、冰箱、空调、电脑、厨房、棋牌室、国内长途电话、网络电视、房内用餐等)、位置、营业时间、宜游时间、咨询预订电话、风俗习惯、宗教禁忌、文明旅游、厉行节约、生态环保、卫生安全、疫情防控、周边配套等信息。</p> <p>6.2.2 重要动态性的信息化服务内容包括但不限于今日房型房价、停车场空余车位、今日气象、穿衣指数、当季套餐推荐、预售套餐、节事活动(演艺、展览)、会员福利、优惠促销、网络评分、住客点评(环境、设施、早餐、服务等)、达人晒图、疑问解答等信息。</p> <p>6.2.3 必要实时性的信息化服务内容包括但不限于住宿场所、停车场等位置的精准导航、导游、导览信息，房型/床型预约、预订、支付、退换、开票、售后等全流程电子支付，便捷的离店引导与停车缴费或免费停车等信息。</p> <p>6.2.4 关键及时性的信息化服务内容包括但不限于住宿场所及周边突发自然灾害、公共卫生事件、社会安全事件等应急救援、应急疏散等安全管控类信息，以及住宿后的点评、满意度评价、建议与投诉等维权信息。</p> <p>6.2.5 建议拓展性的信息化服务内容包括但不限于酒店主体建筑、客房、主要设施、出入口的三维全景信息，以及住宿建筑设计、空间布局、装修装饰、景观营造、服务内容与方式体现的地域、历史、民族、乡土等特色主题文化信息。</p> <p>6.2.6 建议引领性的信息化服务内容包括但不限于根据客户住宿行为偏好和信息服务需求，提供精准的住宿产品智能推荐、预订、支付、开票等信息。</p> <p>6.3 旅游交通类企业信息化服务内容</p>	

序号	章、条 编号	修改前	修改后	修改说明
		<p>内部管理系统有机整合，与合作的宾馆饭店、旅游景区、旅行社、保险公司、航空公司等业务单位的网络平台有效对接，实时、高效地处理旅行业务。</p> <p>5.3.8 选用射频识别、卫星定位等技术对导游领队、旅游团队、旅游车辆进行实时监管，遇有突发事件能够及时处置。</p> <p>5.3.9 旅行结束后，旅行社在规定时间内通过电话、手机短信、电子邮件等途径对游客进行回访。</p> <p>6星级饭店</p> <p>6.1店内服务</p> <p>6.1.1旅游饭店管理信息系统建设符合GB/T26357的规定。</p> <p>6.1.2饭店大堂设置电子显示屏，用多种文字发布饭店房价信息、气象信息、外汇牌价和活动信息等。</p> <p>6.1.3饭店大堂设置多媒体自助终端机，可查询饭店信息、当地旅游信息等，有中、英文或三种以上版本。多媒体自助终端机发布的本饭店信息应与饭店网站信息同步。</p> <p>6.1.4建立宾客一卡通系统。能持卡开启入住的客房门锁，进行饭店予以授权的消费、结算等。</p> <p>6.1.5建立VIP客户信息化服务系统。当接到其电话或者通过智能人脸捕捉等技术获知其进入饭店后，系统即自动识别其身份，提供相关信息给服务人员，以即时提供对应的个性化服务。</p>	<p>6.3.1 基础常态性的信息化服务内容包括但不限于根据游客目的地选择，提供旅游客车、城市观光巴士、旅游房车、游船、邮轮、观光火车、旅游专列、旅游包机、索道缆车等不同特色交通简介，根据游客出行方式需求推荐最佳组合方式、出行路径、租赁服务、沿途交通时长、始发和停靠点位置、价格、道路运行条件、沿途机场、客运火车站、汽车站、公交车站、地铁与其他轨道交通站、停车场、高速公路服务区、自驾车旅居车营地、游船码头、邮轮班次、服务区、加油站、加气站、充电桩、汽修、ETC充值、沿途餐饮、住宿、特色商铺、驿站、观景台等，提供交通服务的咨询预订电话、救援电话、沿途风俗习惯与宗教禁忌、文明旅游等信息。</p> <p>6.3.2 重要动态性的信息化服务内容包括但不限于道路畅通与拥堵状态、实时交通事故、事故的预计持续时间、交通管制、潮汐车道、道路施工、绕道建议、常见交通违章、基于位置的易发事故提醒、停车场空余车位、选座服务、今日气象、穿衣指数、会员福利、优惠促销、网络评分、客户点评（路况、沿途风景、环境等）、达人晒图、疑问解答等信息。</p> <p>6.3.3 必要实时性的信息化服务内容包括但不限于沿途主要停留点位置的精准导航、导游、导览信息，交通产品和服务预约、预订、支付、退换、开票、售后等全流程电子支付。</p> <p>6.3.4 关键及时性的信息化服务内容包括但不限于交通沿线周边突发自然灾害、公共卫生事件、社会安全事件等应急救援、应急疏散等安全管控类信息，以及交通体验后的点评、满意度评价、建议与投诉等维权信息。</p> <p>6.3.5 建议拓展性的信息化服务内容包括但不限于旅游交通沿途主要游览节点的三维全景信息服务，自驾伴游等服务信息，以及交通沿线周边餐饮、住宿、景区、娱乐等配套旅游产品信息。</p> <p>6.3.6 建议引领性的信息化服务内容包括但不限于根据客户旅游交通体验行为偏好和信息服务需求，提供精准的特色交通方式和游线建议信息。</p> <p>6.4 旅游游览类企业信息化服务内容</p> <p>6.4.1 基础常态性的信息化服务内容包括但不限于提供旅游度假区、旅游景区、主题乐园、乡村旅游区、工业旅游区、文博场馆、旅游休闲街区、夜间文化</p>	

序号	章、条 编号	修改前	修改后	修改说明
		<p>6.1.6建立智能化控制管理系统。其中，客房智能终端能通过感知宾客喜好等信息，自动调节室内温度、灯光、电视，开闭窗帘、排风扇等，并具有模式（睡眠、舒适等）设定功能。</p> <p>6.1.7自建或协议引进互动数字电视系统。内设多国语言，宾客可进行视频点播，浏览饭店服务菜单、城市旅游资讯、航班即时信息、个人消费账单以及预订相关服务等。</p> <p>6.1.8套房或豪华套房建有智能化电视门禁系统。访客或工作人员按动门铃后，能自动通过室内监视器和数字电视显示门口状况，遥控打开客房门锁。</p> <p>6.1.9 客房有智能手机产品播放器等设备或多功能集成设备。</p> <p>6.1.10商务中心提供传真、打印、复印、国际长途电话、电脑上网和电脑、手机、多种电子连接线租用等服务，或提供全自动式商务服务。</p> <p>6.1.11会议中心提供电视电话会议、同声传译、多媒体演讲、多媒体会议桌等二种以上功能的服务。</p> <p>6.1.12饭店餐厅建有手持交互式智能化点餐服务系统，点餐信息在线发送，系统自动分拣信息并合理安排制作和送餐，有附注、催菜等功能。</p> <p>6.1.13高星级饭店、品牌连锁饭店开发智能手机等移动终端应用程序客户端，为宾客提供饭店服务预订、支付和饭店信息查询、饭店内智能化引导</p>	<p>和旅游消费集聚区、公益性的城市公园、博物馆、纪念馆、图书馆等游览场所的名称、品牌、等级（5A、4A、国家级度假区、省级度假区、国家乡村旅游重点村、省级乡村旅游重点村等）、产品类型（自然风光型、名胜古迹型、主题乐园型、动植物园型、休闲娱乐型、展馆展览型、演出剧场型、城市观光型等）、名优称号（也称荣誉称号）、配套设施与服务（无线网络服务、停车服务、园内交通服务、配套住宿和餐饮、露营服务、充电桩、团建服务、旅拍服务、特色项目体验、讲解服务等）、最大承载量、瞬时承载量、自助导览下载与链接、入园门票价格、门票包含服务项目、另行收费项目价格、位置、营业时间、游客须知、游览指南、咨询电话、预约预订电话、风俗习惯、宗教禁忌、文明旅游、生态环保、卫生安全、疫情防控、周边配套等信息。</p> <p>6.4.2 重要动态性的信息化服务内容包括但不限于提供游览空间内新闻资讯、当前在园人数、当前园内舒适度、当季游览推荐（夏季玩水避暑类产品、冬季滑雪类产品等）、票型与票价、文体旅活动（演艺、赛事、展览、戏剧）、节庆活动（春节、元宵节、中秋节等）、预售套餐、节事活动（演艺、展览）、夜演、夜秀、停车场空余车位、核心区域视频远程查看、今日气象、穿衣指数、会员福利、优惠促销、网络评分、游客点评（门票价格、商业配套、服务配套、周边配套等）、达人晒图、疑问解答等信息。</p> <p>6.4.3 必要实时性的信息化服务内容包括但不限于主要景点、游客中心、游客服务点、旅游厕所、配套餐厅和商铺等游览点和服务设施位置的精准导航、导游、导览信息，提供游览场所内及周边的餐饮、住宿、特色商品等配套商业服务的预约、预订、支付、退换、开票、售后等全流程电子支付信息。</p> <p>6.4.4 关键及时性的信息化服务内容包括但不限于游览场所内限量、预约和错峰等客流管控信息，周边突发自然灾害、公共卫生事件、社会安全事件等应急救援、应急疏散等安全管控类信息，以及游览体验后的点评、满意度评价、建议与投诉等维权信息。</p> <p>6.4.5 建议拓展性的信息化服务内容包括但不限于提供丰富的景点和服务项目的导览信息，注重强化景点景观的历史文化、民族民俗文化、红色文化、生态文化、科技文化等特色主题文化信息。</p>	

序号	章、条 编号	修改前	修改后	修改说明
		<p>等服务。</p> <p>6.2应急救援</p> <p>6.2.1各关键入口、特定区域和重要部位进行24 h电子监控和录像，录像保存一个月。</p> <p>6.2.2大堂、电梯和各楼层(场)所设置应急通信设备，并保持24h信号畅通;发生意外情况需要紧急疏散的，通过电子显示屏、短信、广播等途径，并使用多种语言即时通知宾客。</p> <p>6.2.3所有公共区域确保无线通信信号覆盖，无特殊需要时不发生移动电话屏蔽现象。</p> <p>7旅游景区</p> <p>7.1网上服务</p> <p>景区信息化平台有以下特色内容或功能：</p> <p>a)本景区及周边停车场信息，景区内外部交通信息；</p> <p>b)本景区导游全景图、导游词等；</p> <p>c)提供景区虚拟游览；</p> <p>d)游客在线购买、领取景区门票后，将电子门票或购票、取票信息发送至游客手机；</p> <p>e)提供特定时间段旅游区（点）游客接待量查询服务。</p> <p>7.2游览服务</p> <p>7.2.1高等级景区建有旅游呼叫中心，热线电话全天24h提供旅游产品查询、景点介绍、经营产品预订、投诉受理等多语种服务;服务流程规范，答复、确认即时;应能与当地12301旅游热线平台对接。</p>	<p>6.4.6 建议引领性的信息化服务内容包括但不限于提供线上演播项目、沉浸式体验项目、数字艺术体验场景、元宇宙产品体验、虚拟社交社群等新型文旅消费产品信息，依据游客的游览行为偏好和信息服务需要，提供游览项目、活动资讯、商业服务项目等智能推荐、预订、支付等信息。</p> <p>6.5 旅游购物类企业信息化服务内容</p> <p>备类、食品保健类、美妆个护类、土特产品类、旅游纪念品类、文创商品类、网红商品类、DIY手工坊类等）、红榜商铺、诚信商铺、中华老字号、地理标志产品、新店特惠、配套设施与服务（无线网络服务、停车服务、货品寄送服务、发票开具等）、位置、营业时间、购物须知、咨询预订电话、周边配套、风俗习惯、宗教禁忌、文明旅游等信息。</p> <p>6.5.2 重要动态性的信息化服务内容包括但不限于提供最新商品资讯、当季购物推荐、预售商品、停车场空余车位、品牌商品宣传视频、今日气象、穿衣指数、会员福利、优惠促销、网络评分、游客点评（价格、质量、服务配套等）、达人晒图、疑问解答等信息。</p> <p>6.5.3 必要实时性的信息化服务内容包括但不限于商铺与周边停车场位置的精准导航、导游、导览信息，旅游购品的预购、预订、支付、退换、开票、售后等全流程电子支付信息。</p> <p>6.5.4 关键及时性的信息化服务内容包括但不限于旅游购物场所内限量、错峰等客流管控信息，周边突发自然灾害、公共卫生事件、社会安全事件等应急救援、应急疏散等安全管控类信息服务，以及购物体验后的点评、满意度评价、建议与投诉类等维权信息。</p> <p>6.5.5 建议拓展性的信息化服务内容包括但不限于提供旅游购物品承载的地域、历史、民族、乡土、非遗等特色主题文化信息。</p> <p>6.5.6 建议引领性的信息化服务内容包括但不限于提供数字藏品、数字购物品等新型文旅购物品信息，依据游客的购物行为偏好和信息服务需要，提供旅游购物品的智能推荐、预订和支付等信息。</p> <p>6.6 旅游娱乐类企业信息化服务内容</p> <p>6.6.1 基础常态性的信息化服务内容包括但不限于提供旅游娱乐场所名称、品</p>	

序号	章、条 编号	修改前	修改后	修改说明
		<p>7.2.2高等级景区开发智能手机等移动终端应用程序客户端，为游客提供景区内多语种智能化导游、导航、导览、导购和咨询、预订、支付等电子商务服务以及景区周边的旅游信息服务等。</p> <p>7.2.3需要控制环境容量的景区提供游览预约服务，游客通过景区网站、手机客户端、电话等途径，进行日期、项目或线路的游览预约。</p> <p>7.2.4高等级景区建有停车信息化管理系统，在入口处动态显示停车位余量，并可提供停车位网络查询、预订服务。</p> <p>7.2.5高等级景区建有集咨询、预订、导游等多功能于一体的游客中心，并具备下列信息化服务功能： a)提供计算机上网和无线WiFi上网服务，方便游客查询有关旅游信息； b)设置多媒体自助终端机，实现查询旅游相关信息、下载软件、留言投诉以及虚拟旅游等功能，有至少中文、英文二种以上版本。多媒体自助终端机发布的本景区信息应与景区网站信息同步； c)提供不同语言版本的自助导览设备租用服务； d)提供数码音像资料的刻录、网上传输等服务。</p> <p>7.2.6主要入口处、游客中心和主要游览点设置电子显示屏，用中文或多种语言及时准确发布景区气象信息、运营信息、日期时间、注意事项以及游</p>	<p>牌、类别（影视、KTV、酒吧、健身中心、剧本杀、密室逃脱、沉浸体验、游艺体验、茶馆、咖啡馆、网红打卡地、美容SPA、VR体验等）、红榜店铺、诚信店铺、配套设施与服务（无线网络服务、停车服务、代驾服务、衣物寄存、雨伞租借、货品寄送服务、发票开具等）、位置、营业时间、体验须知、咨询预订电话、周边配套、风俗习惯、宗教禁忌、文明旅游等信息。</p> <p>6.6.2 重要动态性的信息化服务内容包括但不限于提供最新资讯、当季娱乐推荐、娱乐项目票型与票价、预售套餐、停车场空余车位、重点娱乐项目宣传视频、新店特惠、今日气象、穿衣指数、会员福利、优惠促销、网络评分、游客点评（音效、服务配套、环境、人气、人均消费、性价比等）、达人晒图、疑问解答等信息。</p> <p>6.6.3 必要实时性的信息化服务内容包括但不限于娱乐场所与周边停车场位置的精准导航、导游、导览信息，娱乐项目的预购、预订、支付、退换、开票、售后等全流程电子支付信息。</p> <p>6.6.4 关键及时性的信息化服务内容包括但不限于旅游娱乐场所内限量、错峰等客流管控信息，周边突发自然灾害、公共卫生事件、社会安全事件等应急救援、应急疏散等安全管控类信息服务，以及休闲娱乐体验后的点评、满意度评价、建议与投诉维权信息。</p> <p>6.6.5 建议拓展性的信息化服务内容包括但不限于提供旅游娱乐项目承载的地域、历史、民族、乡土、非遗等特色主题文化信息。</p> <p>6.6.6 建议引领性的信息化服务内容包括但不限于提供沉浸体验等新型娱乐项目信息，依据游客的休闲娱乐行为偏好和信息服务需要，提供旅游娱乐的智能推荐、预订、支付等信息。</p> <p>6.7 旅游代理服务类企业信息化服务内容</p> <p>6.7.1 基础常态性的信息化服务内容包括但不限于提供当地游、周边游、国内游、出境游、主题游等各种旅游线路介绍、私人定制、护照、签证/签注办理、门票、酒店、机票、火车票、邮轮、线下门店等旅游代理服务产品名称、品牌、产品类别（亲子类、研学类、观光类、探险类、海滨度假类等）、代理住宿、会议、餐饮、娱乐项目的规格与标准、行程游览时间、自费项目、配套设施与服务</p>	

序号	章、条 编号	修改前	修改后	修改说明
		<p>览点人流、等候时间等信息。</p> <p>7.2.7高等级景区和其他需要控制环境容量的景区建有电子门禁系统，网上购票或取票的游客刷二代身份证或载有电子门票的手机即能进入景区。</p> <p>7.2.8游客进入和离开景区后，向游客发送迎送“小区短信”或电子邮件，内容可包括迎送语、气象信息、对客服务电话、景区网址或手机应用程序客户端地址、游览提示等。</p> <p>7.2.9景区内主要游览点设置介绍游览点的多媒体导览系统或流媒体导览系统。二维码标识位置适当，符合配置要求的设备能流畅播放。</p> <p>7.2.10游客中心和其他适当位置提供多制式手机充电器，功能完好，使用方便。</p> <p>7.3应急救援</p> <p>7.3.1建有应急救援机制，信息化管理平台应与110、119、122、120等系统联动。</p> <p>7.3.2在各入口、重要公共区域、重要部位进行电子监控和录像，录像保存一个月。</p> <p>7.3.3高等级自然景区建有卫星定位系统，对发生意外的游客、车辆准确定位，及时救援。</p> <p>7.3.4主要游览点或者景区管理人员配备应急通信设备，并保持24h信号畅通；发现异常情况或突发事件时应通过电子显示屏、短信、广播等途径，使用中文或多种语言及时向游客发布提示或引导信息。</p> <p>7.3.5 在通过智能化</p>	<p>(无线网络服务、导游服务、项目升级服务、货品寄送服务、发票开具等)、位置、营业时间、体验须知、咨询预订电话、周边配套、沿途风俗习惯与宗教禁忌、文明旅游等信息。</p> <p>6.7.2 重要动态性的信息化服务内容包括但不限于提供代理产品相关目的地最新资讯与注意事项、当季推荐、不同行程与代理服务的线路安排、行程变更情况，配套交通工具的规格与标准，代理产品价格与报价的有效时段，预售套餐、沿途停车场空余车位、重点项目宣传视频、新人特惠、今日气象、穿衣指数、会员福利、优惠促销、网络评分、游客点评（行程安排、配套服务、导游服务、性价比等）、达人晒图、疑问解答等信息。</p> <p>6.7.3 必要实时性的信息化服务内容包括但不限于代理项目包含的体验场所与周边停车场位置的精准导航、导游、导览信息，营运旅游车辆位置与行驶状态，代理项目的预购、预订、支付、退换、开票、售后等全流程电子支付信息。</p> <p>6.7.4 关键及时性的信息化服务内容包括但不限于代理项目包含的游览体验场所内限量、预约、错峰等客流管控信息，周边突发自然灾害、公共卫生事件、社会安全事件等应急救援、应急疏散等安全管控类信息，以及全程体验后的点评、满意度评价、建议与投诉等维权信息。</p> <p>6.7.5 建议拓展性的信息化服务内容包括但不限于提供游线中核心景区、主要住宿场所的虚拟三维全景等信息，代理项目相关的地域、历史、民族、乡土、非遗等特色主题文化信息。</p> <p>6.7.6 建议引领性的信息化服务内容包括但不限于依据游客选购代理产品与服务的行为偏好和信息服务需要，提供单项或者多项代理服务的智能推荐、预订、支付等信息。</p> <p>6.8 旅游公共服务类企业信息化服务内容</p> <p>6.8.1 基础常态性的信息化服务内容包括但不限于提供旅游目的地旅游餐饮、旅游住宿、旅游交通、旅游游览、旅游购物、旅游娱乐、旅游代理服务等相关的服务单位名称、品牌、等级、服务产品与服务内容、政府门户网站推荐、旅游攻略、配套设施与服务（无线网络服务、公共交通、城市旅游集散中心、旅游资讯服务中心、游客服务中心等）、位置、营业时间、游览须知、咨询预订电</p>	

序号	章、条 编号	修改前	修改后	修改说明
		<p>监控判定或预测游客量超过景区最大接待容量时，进行客流控制，并通过景区网站、广播等信息化平台及时对外发布提示和引导信息。</p>	<p>话、目的地风俗习惯、宗教禁忌、文明旅游等信息。</p> <p>6.8.2 重要动态性的信息化服务内容包括但不限于提供代理产品相关目的地最新资讯与注意事项、停车场空余车位、当季推荐、今日气象、穿衣指数、达人晒图、疑问解答等信息。</p> <p>6.8.3 必要实时性的信息化服务内容包括但不限于旅游体验场所与周边停车场位置的精准导航、导游、导览信息，各类产品和服务的预购、预订、支付、退换、开票、售后等全流程电子支付信息。</p> <p>6.8.4 关键及时性的信息化服务内容包括但不限于目的地游览体验场所内限量、预约、错峰等客流管控信息，突发自然灾害、公共卫生事件、社会安全事件等应急救援、应急疏散等安全管控类信息，以及全程体验后的点评、满意度评价、建议与投诉等维权信息。</p> <p>6.8.5 建议拓展性的信息化服务内容包括但不限于提供目的地核心吸引物的虚拟三维全景、宣传视频等信息，目的地地域、历史、民族、乡土、非遗等特色主题文化信息。</p> <p>6.8.6 建议引领性的信息化服务内容包括但不限于依据集成共享多源异构的游客游览消费行为偏好数据和游客的信息服务需要，提供目的地旅游产品和服务的智能推荐、预订、支付等信息。</p>	

序号	章、条 编号	修改前	修改后	修改说明
8	7 旅游企业信息化服务载体 8 旅游企业信息化服务方式 9 旅游企业信息化服务管理	在4、5、6、7板块中都有部分部分内容涉及	<p>7 旅游企业信息化服务载体</p> <p>7.1 旅游企业充分借助官方网站、官方微信、小程序、微博、APP等自媒体类平台载体提供信息化服务至关重要。</p> <p>7.2 旅游企业宜充分借助重要旅游交通节点、旅游度假区、旅游景区、主题乐园、乡村旅游区、工业旅游区、文博场馆、旅游休闲街区、夜间文化和旅游消费集聚区、公益性的城市公园、博物馆、纪念馆、图书馆等游览场所入口处、服务中心附近的户内外大屏、触摸屏、公共广播、电子站牌等信息发布终端设备提供信息化服务十分必要。</p> <p>7.3 旅游企业充分依托游客游览体验区域设置公告类（如规章制度牌）、名称类（如主题餐厅名称标识牌）、警示类（如禁烟标识牌）、指引类（如行路指引牌）等电子标识标牌载体提供信息化服务十分重要。</p> <p>7.4 旅游企业宜充分借助传统媒体的网络载体（人民网、光明网、新华网等）、网络传播媒体（新浪网等）、综合性商业网络媒体（OTA、社交平台、购物平台等）等第三方网络平台类服务载体提供信息化服务十分关键。</p> <p>7.5 旅游企业充分借助智慧城市、数字政府建设过程中布设的各类发布终端和载体，包括但不限于部署在城市主要交通节点的大屏、触摸屏、各类行政服务中心的自助终端等显示终端设备提供信息化服务值得重视。</p> <p>7.6 旅游企业充分依托游客中心、咨询中心或其他专题空间，部署智能机器人、交互式体验设备、同步翻译设备等体验类信息化服务载体，提供虚拟体验、沉浸体验与多语种翻译等拓展性和引领性信息化服务值得关注。</p> <p>8 旅游企业信息化服务方式</p> <p>8.1 常态信息发布是旅游企业基础性的信息化服务方式。旅游企业通过采集、编辑和及时更新基础常态性信息、重要动态性信息、必要实时性信息等，依托旅游企业的官方网站、官方微信、小程序、微博、APP等自媒体平台载体、发布屏、电子标识标牌、第三方网络平台、智慧城市和数字政府建设的各类发布载体、旅游体验类服务载体常态化地发布信息，发布内容真实可靠，对满足游客游前和游中的信息化服务需要至关重要。</p> <p>8.2 查询和检索服务是游客主动获取的信息化服务方式。游客基于旅游企业的</p>	按照旅游企业信息化服务体系进行展开，充分考虑内容的专题性和逻辑性。

序号	章、条 编号	修改前	修改后	修改说明
			<p>官方网站、官方微信、小程序、微博、APP等自媒体或第三方网络平台载体按照信息服务需求进行信息查询和检索，对满足游客游前和游中的信息化个性服务十分重要。</p> <p>8.3 评价和评论服务是游客在游后主动分享的信息化服务方式。游客基于旅游企业的官方网站、官方微信、小程序、微博、APP等自媒体或第三方网络平台载体设置的评论、评价和信息分享通道，在分享区域发表言论，分享旅游日志等，评价内容包括但不限于整体满意度、产品与服务、价格、环境、性价比等，对提升游客的整体满意度十分关键。</p> <p>8.4 智能推荐服务是旅游企业在游后主动推荐的信息化服务方式。旅游企业宜基于游客访问官方网站、官方微信、小程序、APP、第三方网络平台的为数据，或其他相关位置和轨迹数据分析游客偏好，建立客户电子档案，挖掘游客信息化服务需求和偏好，根据游客需要，向游客提供智能推荐服务，对提升游客满意度和重游率非常关键。</p> <p>8.5 直播式服务是旅游企业在游前、游中或游后主动拓展的信息化服务方式。旅游企业宜发挥社会化创新媒介的传播、影响和交互作用，生动形象地进行产品和服务直播，基于官方网站、官方微信、小程序、APP、第三方网络平台，根据产品和服务的内容特征有选择性地提供安全可信的网络直播式信息服务，对提升游客关注度十分有效。</p> <p>9 旅游企业信息化服务管理</p> <p>9.1 确保信息化服务的安全可信是重要前提。旅游企业按照GB/T 22239的相关要求，建立与信息服务相适应的网络环境、通信、建设和运维等安全机制，并定期进行安全评估，及时做好安全防护；制定并公布隐私保护协议，条款内容应符合《中华人民共和国个人信息保护法》及GB/T 31524的相关要求，收集使用个人信息，应遵循合法、正当、必要的原则，不收集与所提供服务无关的个人信息，对信息化服务过程中获取的旅游者信息（个人资料、旅游消费信息、旅游评论信息等）进行脱敏处理和保护，未经许可不可编辑和泄露。</p> <p>9.2 配备与服务需求相适应的工作人员是重要条件。注重加强信息服务人员管理，做好人员培训和考核，建立信息发布的审核制度，对发布的文本、图片、音</p>	

序号	章、条 编号	修改前	修改后	修改说明
			<p>视频等信息内容制定审核程序，确保内容和发布流程合法合规。</p> <p>9.3 建立信息化服务平台或系统是必备要素。系统一方面提供服务数据管理、系统账号管理、角色管理、操作日志管理、系统安全管理和网络管理等功能，另一方面建立信息发布屏、多媒体屏等多种信息发布终端的监测管理功能，实现终端故障的及时上报，远程完成终端的复位、强制下线、恢复出厂设置等操作，高效地做好终端的维护和管理，确保信息化服务的高效和便利。</p> <p>9.4 做好信息化服务的数据采集和共享是关键要素。不同类型旅游企业一方面充分对接和整合企业内部管理类系统的对客服务信息，依据不同服务阶段、不同信息化服务内容、可依托的信息化服务载体进行数据采集、加工、处理、更新和发布，集成化推进信息化服务内容生产；另一方面充分依托智慧城市和数字政府的建设成果，共享各级（国家级、省级、市级、区县级）文化和旅游信息资源，以及充分借力第三方主流网络媒体的数据成果，高效、协同和集约化推进信息化服务。</p> <p>9.5 构建信息化服务的动态监测和效能评价是重要保障。旅游企业借助信息化服务效果的动态测评，配套奖惩机制，不断提升和持续优化信息化服务实效。</p>	

六、与国际、国内有关法律法规和强制性标准的关系衔接

本标准修订以《旅游法》等相关法律法规规范及标准中关于旅游企业信息化服务相关的服务内容、服务要求等为前提，并严格遵守国家对网络安全、信息安全等方面的标准要求。尽量与《旅游法》等旅游行业法律法规政策在术语的定义和标准表述上协调一致。在与其他标准关系方面，本标准注意与已有的和旅游景区、旅游度假区、乡村旅游区、旅游交通、旅游休闲街区、网络安全、信息共享数据安全技术要求、互联网信息服务安全等国家标准协调对接，避免出现矛盾不一致或过多交叉重复的内容。同时还将对标国际与旅游信息化相关的目的地、设施、产品和服务等相关标准，以利于在服务内容、服务要求和管理等方面都与国际水准相衔接。

《旅游企业信息化服务指南》行业标准修订工作组

二〇二二年七月