

全域旅游示范区导览体系建设规范

Specification for guide system construction in all-for-one tourism demonstration area

2022 – 05 – 26 发布

2022 – 06 – 26 实施

目 次

前言 II

1 范围 3

2 规范性引用文件 3

3 术语和定义 3

4 总体要求 4

 4.1 多部门协同参与 4

 4.2 线上线下相结合 4

 4.3 全空间无缝衔接 4

 4.4 风格统一且鲜明 4

 4.5 注重个性化服务 4

5 线上导览体系 4

 5.1 通则 4

 5.2 导览设备 5

 5.3 导览内容 5

6 线下导览体系 6

 6.1 通则 6

 6.2 导览设施 6

 6.3 导览内容 7

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。

本文件由江苏省文化和旅游厅提出并归口。

本文件起草单位：南京师范大学、金湖县旅游管理发展中心、江苏省文化和旅游厅、南京汉图信息技术有限公司。

本文件主要起草人：张翎、徐迅、葛军莲、张书浩、张恒玉、阮陵、王剑、龙毅。

全域旅游示范区导览体系建设规范

1 范围

本文件规定了全域旅游示范区导览体系建设的总体要求和具体内容。
 本文件适用于全域旅游示范区及其创建单位的导览体系建设。

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 10001.1 公共信息图形符号 第1部分：通用符号
- GB/T 10001.2 公共信息图形符号 第2部分：旅游休闲符号
- GB/T 15566.9 公共信息导向系统 设置原则与要求 第9部分：旅游景区
- GB/T 31382 城市旅游公共信息导向系统设置原则与要求
- GB/T 31384 旅游景区公共信息导向系统设置规范
- LB/T 022 城市旅游公共服务基本要求
- DB32/T 3220 道路旅游标志设置规范

3 术语和定义

下列术语和定义适用于本文件。

3.1

全域旅游示范区 all-for-one tourism destination area

将特定行政区作为完整旅游目的地，以旅游业为优势产业，统一规划布局，创新体制机制，优化公共服务，推进融合发展，提升服务品质，实施整体营销，具有较强示范作用，发展经验具备复制推广价值，且经文化和旅游行政部门认定的区域。

[来源：DB32/T 3733-2020，定义3.1]

3.2

导览体系 guide system

为全域旅游游览提供引导服务的设施设备和软件的总和。

3.3

线上导览 online guidance

通过智能设备和信息系统，为游客提供的人性化、智能化指引和游览服务。

3.4

线下导览 offline guidance

通过导向标识和形象标识，为游客提供的旅游交通导向、内容指引和形象宣传服务。

3.5

导向标识 directional sign

采用图形、符号、文字等多种方式，为游客提供空间指引的标志和设施。

3.6

形象标识 image sign

采用造型突出的人工景观、构筑物，向游客传递区域旅游形象的标志和设施。

3.7

旅游吸引物 tourist attraction

对游客能够产生吸引力的事物。

3.8

城市家具 street furniture

城市街道的各种公共设施、景观设施，包含信息设施、卫生设施、道路照明、安全设施、交通设施以及艺术景观设施。

4 总体要求

4.1 多部门协同参与

应明确导览体系的牵头建设单位，构建文旅、交通、公安、城建、宣传等部门协同参与的工作机制，整合和统筹利用多部门资源。

4.2 线上线下相结合

在统筹线下导向标识、形象标识等规划设计和建设的基础上，应充分利用大数据、位置服务、虚拟现实、增强现实等信息技术，开展主动、及时服务，提升线上导览体验。

4.3 全空间无缝衔接

导览体系的建设应涵盖游览的全过程，其服务范围应覆盖区域城市地标、主要旅游吸引物、旅游服务设施和其它相关场所，服务内容能相互衔接。

4.4 风格统一且鲜明

应根据区域自然资源和人文资源的特点，统一设计线上导览软件页面、线下导览设施的元素符号和内容，确保风格一致、特色鲜明、辨识度高，能宣传区域旅游品牌形象。

4.5 注重个性化服务

应注重导览体系的人性化和个性化，在推进线上和线下导览体系建设的过程中，应考虑到老年人等特殊群体的需求。

5 线上导览体系

5.1 通则

5.1.1 应基于智能手机、个人电脑、触摸屏、户外大屏、智能机器人等载体和主流社交媒体平台，构建线上导览体系，打造区域线上导览服务总入口。

5.1.2 应与省、市级旅游信息服务平台和城市公共服务平台互联互通，能无缝衔接区域内主要旅游吸

引物的线上导览系统，可接入租车、电商等第三方旅游信息服务平台的链接。

5.1.3 应提供智能化的导览服务，操作简单高效，可便捷地查找相关功能，可根据区域客流、舒适度、活动等动态资讯和游客行为偏好，主动推送和提供相关服务。

5.1.4 应及时更新和维护线上导览资讯、文旅活动、导览地图、讲解内容等信息，可及时收集与回复游客的意见、建议和投诉。

5.1.5 宜充分利用游客集中场所的各类宣传媒介和主流社交媒体平台，宣传推介线上导览服务体系。

5.2 导览设备

5.2.1 宜在重要交通节点、核心旅游吸引物、大型商场、乡村旅游重点镇、乡村旅游重点村、旅游休闲街区和品牌酒店的入口处，布设户外大屏、触摸屏、公共广播等终端设备，用于提供信息资讯、地图导览、预约与电子商务、虚拟旅游、互动服务等线上导览服务。

5.2.2 应基于智能手机或其它移动终端，构建微信公众号、移动 APP、手机短信等线上导览服务体系，提供各类信息查询、核心旅游吸引物导航、重点旅游点电子讲解和预约等线上导览服务。

5.2.3 宜在全域旅游集散中心、主要旅游吸引物的入口处，部署智能机器人、交互式电子导向标识等设备，提供语音交互式的交通导向和信息咨询等线上导览服务。

5.2.4 宜借助交通等相关政府部门、部分企业和商家部署的大屏、触摸屏等显示终端设备，发布线上旅游导览信息。

5.3 导览内容

5.3.1 信息资讯

5.3.1.1 应提供区域内食、住、行、游、购、娱和咨询、投诉、救援电话等常态基础信息资讯服务。

5.3.1.2 宜提供区域内当季推荐、旅游线路、游记攻略、时令美食、文体旅活动（演艺、赛事、展览、戏剧）、诚信评价等动态专题信息资讯服务。

5.3.1.3 宜提供区域内重点游览集聚区的旅游舒适度、实时客流、实时交通、空余停车位、预警信息等实时专题信息资讯服务。

5.3.1.4 宜根据区域的主要客源市场特征，提供英语等多语种的信息资讯服务。

5.3.2 地图导览

5.3.2.1 应提供基于大众导航地图、手绘地图等方式的全域旅游电子地图导览服务。

5.3.2.2 全域旅游电子地图应标注旅游集散中心、重点旅游景区、旅游度假区、旅游风景道、乡村旅游点、重要城市游憩区（点）、停车场、旅游休闲街区、文博场馆、体育场馆、品牌酒店、知名餐厅、大型商场、网红打卡点、旅游厕所、高速公路出入口等点位。

5.3.2.3 宜提供全域旅游电子地图标注点位的定位、讲解和导航服务。

5.3.2.4 宜在古街、古建筑、名人故居、古树名木、古桥、古地名等知名景点和游览点，布设二维码、蓝牙信标等讲解标志，可提供基于全域旅游电子地图标注点的自动讲解或扫码讲解服务。

5.3.2.5 宜基于全域旅游电子地图提供全域旅游客流热力图，动态显示游客集聚区域的客流分布与旅游舒适度，对超载区域进行预警提示和预警信息发布。

5.3.3 预约与电子商务

5.3.3.1 应提供区域内国家 4A 级及以上等级旅游景区的线上预约、预订和支付服务。

5.3.3.2 宜提供区域内农副产品、文创商品、特色纪念品、旅游年卡线上销售服务。

- 5.3.3.3 宜提供区域内主题酒店、民宿、各类文旅活动的线上预订和支付等服务。
- 5.3.3.4 可提供区域内主要旅游吸引物及其周边主要停车场的车位预约和线上缴费服务。

5.3.4 虚拟旅游

- 5.3.4.1 宜提供区域内主要旅游吸引物的虚拟旅游服务，可线上浏览重要景点、名胜古迹、历史文物的全景图像或三维场景。
- 5.3.4.2 宜在全域旅游集散中心、重点旅游景区提供沉浸式的虚拟旅游装备及其体验服务。
- 5.3.4.3 宜借助增强现实技术，基于重要景点、门票、导览手册、形象标识等载体，叠加虚拟场景，丰富线上虚拟旅游导览服务。
- 5.3.4.4 宜借助知名景点的实时监控视频提供直播式虚拟旅游导览服务。

5.3.5 互动服务

- 5.3.5.1 应提供基于手机 APP、微信公众号、热线电话等线上投诉举报渠道服务。
- 5.3.5.2 宜提供区域内景点、餐饮点、购物点、住宿点、旅游厕所等点位的游客满意度或诚信在线评价服务。
- 5.3.5.3 宜提供游记攻略的撰写和发表服务。
- 5.3.5.4 宜借助第三方社交媒体平台开通线上导览直播服务，支持游客在线互动。
- 5.3.5.5 宜提供基于人工智能的旅游语音交互服务。

6 线下导览体系

6.1 通则

- 6.1.1 应根据城市道路、旅游吸引物和旅游服务设施的分布情况、功能特点、游客流向、客源结构，结合用地保障，统筹规划线下导览体系，科学、合理的布局导览设施。
- 6.1.2 应实现线下导览体系的常态化维护管理，根据交通道路和旅游项目的建设，及时更新导览内容，定期检查和修葺导览设施。
- 6.1.3 宜在交通、城建、水利、生态、文明创建等相关部门建设的导向标识、形象标识、城市家具、服务设施中，融入全域旅游的元素符号，宣传城市旅游品牌形象。
- 6.1.4 宜根据线下导览设施所处的环境，协同部署线上导览设备和服务系统的二维码等线上服务获取图形码，实现线上、线下联动，丰富导览服务体验。
- 6.1.5 线下导览设施的造型设计宜富有地方特色，并与周边环境相协调，使用到的图形符号应符合 GB/T 10001.1、GB/T 10001.2 等相关规定。

6.2 导览设施

- 6.2.1 应在道路沿线、重要交通枢纽、公共交通站点等处，布设位置标志、方向标志、距离标志等交通指引标志，提供旅游吸引物、服务设施的方向指引服务。
- 6.2.2 应在城市出入口、重要通景公路出入口和主要旅游吸引物、旅游集散中心等游览、服务点位的出入口，布设旅游信息板，描述区域旅游资源和服务信息。
- 6.2.3 应在有安全隐患的位置，布设禁止标志、警告标志、指令标志、安全状况、安全提醒标志等设施，向游客告诫危险信息。
- 6.2.4 宜在城市出入口、旅游连接线、重要通景公路、旅游吸引物入口、公路服务区等处的醒目位置，

布设形象标识，宣传区域旅游资源和活动信息。

6.3 导览内容

6.3.1 旅游交通导向

6.3.1.1 应在通往全域旅游示范区的高速公路和国道沿线、机场、火车站、汽车站、公路服务区等外部交通节点处，按照 GB/T 31382 的规定，设置相应的导向要素，提供主要旅游吸引物的方向指引服务。

6.3.1.2 应在通景公路、乡村旅游公路、旅游连接线沿线和公共交通站点等区域内主要交通节点处，按照 GB/T 31382 和 DB32/T 3220 的要求，设置相应的导向要素，提供旅游吸引物、旅游服务设施的方向指引服务。

6.3.1.3 应在主要旅游吸引物内部，按照 GB/T 31384 的规定，为周边导入系统、游览导向系统、导出系统，设置相应的导向要素，提供旅游点、服务设施的方向指引服务。

6.3.1.4 应在主要交通枢纽、重要通景公路入口、核心旅游吸引物入口、旅游休闲街区等游客主要集散场所，设置全域旅游全景图，描述区域旅游资源、推荐线路、主要游览点等信息。

6.3.2 旅游形象标识

6.3.2.1 应在机场、火车站、汽车站、高速公路出入口、公路服务区等交通枢纽的醒目位置，设置城市入口形象标识，包含景观小品、城市荣誉、全域旅游宣传口号、旅游 LOGO、全域旅游全景图等内容。

6.3.2.2 应在乡村旅游重点镇和重点村的入口处，根据区域旅游资源、主要农业生产活动、特色农产品的特点，建设村镇入口形象标识，包含村镇景观小品、乡村荣誉、宣传口号、全域旅游全景图、村镇导览图等内容。

6.3.2.3 应在主要旅游吸引物入口处，根据吸引物的资源特点，设置入口形象标识，融入宣传口号、发展成就、美好愿景、旅游吸引物全景导览图等内容。

6.3.2.4 宜在主要旅游连接线、通景公路两侧，根据区域资源和沿线景观的特点，以创意雕塑、彩绘壁画、景观小品等形式，建设形象标识，描述区域旅游资源，宣传城市旅游形象。

6.3.3 旅游点位导览

6.3.3.1 应在旅游吸引物内部的游览点位、服务点位，按照 GB/T 31384 和 GB/T 15566 的规定，设置相应的景物介绍牌、标识牌，为游客提供游览信息、服务设施信息、安全和劝阻信息服务。

6.3.3.2 应在旅游休闲街区、特色餐饮街区、老字号餐饮、知名餐饮、主题民宿、品牌酒店、旅游购物等点位，按照 GB/T 31382 的规定，设置相应的点位介绍牌、信息板，描述全域旅游供给产品与服务内容，尤其注重特色内容的导览服务。

6.3.3.3 宜在各类旅游吸引物的出入口，部署周边吸引物和服务设施的导向要素、形象标识，介绍周边酒店、民宿、餐厅、购物等服务点位的信息，实现旅游吸引物和周边配套服务的关联。

6.3.4 公共服务导览

6.3.4.1 应在旅游集散中心、游客咨询点、旅游厕所、停车场、观景台、旅游驿站等旅游公共服务设施处，部署相应的导向要素，其设置应符合 GB/T 31382 和 LB/T 022 的规定。

6.3.4.2 宜对区域停车场标识牌、旅游厕所指示牌、道路隔离护栏、交通岗亭、公交站台、路名牌、告示牌、垃圾箱标识牌等城市家具进行统一设计和提升，融入全域旅游元素和经典文化和旅游符号。

6.3.4.3 宜借助各类城市家具，增设旅游宣传口号、核心旅游吸引物图片、主要旅游活动资讯，宣传、推介区域旅游资源和产品。
