ICS 点击此处添加 ICS 号
CCS 点击此处添加 CCS 号

DB 6101

西 安 市 地 方 标 准

DB 6101/T XXXX—XXXX

智慧旅行社等级划分与评定规范

Smart Travel Agency Classification and Evaluation Standards

（征求意见稿）

在提交反馈意见时，请将您知道的相关专利连同支持性文件一并附上。

2021－XX－XX 发布　　2021－XX－XX 实施

西安市市场监督管理局　　发 布

目　　次

前言 II
引言 III
1　范围 4
2　规范性引用文件 4
3　术语和定义 4
4　建设规划 4
5　智慧服务 4
6　智慧管理 5
7　智慧营销 5
8　等级划分及标志 6
9　等级划分条件 6
10　等级评定与管理 7
附录 A（规范性）　智慧旅行社评定必备条件检查表 8
附录 B（规范性）　智慧旅行社评分细则 9
参考文献 20

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。

本文件由西安市文化和旅游局提出、归口并负责解释。

本文件起草单位：陕西云创网络科技股份有限公司

本文件参编单位：陕西省旅游信息化工程实验室

本文件主要起草人：金岩、白凯、王晨羲、郑超、郝楠、王明、张勃

引　言

本文件主要依据中、省关于智慧旅行社建设的相关政策，西安市委市政府及西安市文化和旅游局关于旅行社智慧化建设的相关文件要求，并充分结合旅行社智慧化建设中涉及的设施设备、服务、管理、营销等实际情况编制，对智慧旅行社等级划分及评定要求等问题进行了全面的说明，可为后续的智慧旅行社等级划分及评定提供技术参考。

智慧旅行社等级划分与评定规范

1 范围

本文件规定了智慧旅行社的相关术语和定义、等级划分及标志、等级评定与管理，对智慧旅行社规划、智慧建设、智慧服务、智慧管理、智慧营销提出了相关要求。适用于西安市行政区域内依法取得经营资格的旅行社的等级评定。

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 31380-2015 《旅行社等级的划分与评定》
LB/T 009-2011 《旅行社入境旅游服务规范》
LB/T 005-2011 《旅行社出境旅游服务规范》
LB/T 028-2013 《旅行社安全规范》
DB 61/T 1201.5-2018 《陕西省智慧旅游建设与服务规范 第5部分：智慧旅行社》

3 术语和定义

下列术语和定义适用于本文件。

3.1 智慧旅行社 Smart Travel Agency

智慧旅行社是指通过互联网、移动互联网，利用大数据、云计算、物联网、人工智能、5G应用等新兴科学技术，或借助便携的智能终端设备，将旅游资源的整合、游客的组织与服务、旅游产品的开发和销售等旅行社各项业务及流程，利用信息科学、大数据、人工智能等新技术与游客互动体验，主动感知旅游相关信息，开展旅游产品营销和游客咨询、组织、接待服务。

4 建设规划

4.1 能够配合各级行业管理部门的统一信息化、智慧化建设工作要求。
4.2 具有编制详细的智慧旅行社规划建设方案，方案中有明确的建设目标与规划框架、有具体的建设内容和步骤、有明确的实施措施，有明确的资金投入保障、有后期的长远规划等内容。
4.3 成立了企业内部专门负责智慧旅行社建设的团队。
4.4 具备完善的通讯设施设备、无线 WiFi 网络全覆盖等基础设施。

5 智慧服务

5.1 门户网站

旅行社具备对外展示的门户网站，包括但不限于PC端、微信公众号、手机APP、H5手机端等；门户网站具备中文、英文等其他多种语言的版本，可自由切换；门户网站中具有丰富的旅游产品、详细的行程描述、旅游资讯、旅游攻略等介绍；在门户网站上能及时更新最新的旅游产品信息、详细的产品内容、行程描述、旅游资讯、旅游攻略等。除传统电话投诉方式外，在门户网站为游客提供线上投诉功能，包括但不限于12301投诉、12345投诉、在线客户、公司投诉等线上渠道。

5.2 线上咨询及反馈

为游客提供在线服务，通过线上客服、短信咨询、邮件方式咨询、即时通讯工具等，实现线上实时信息咨询及意见反馈服务，并提供电话咨询投诉服务等。

5.3 老年人服务

针对老年客户，具有使用智能设备获取智慧服务问题的解决措施，辅助老年客户有效获取本旅行社提供的智慧化服务。

6 智慧管理

6.1 供应商管理

通过线上的信息化管理系统，实现对旅游产品供应商信息的在线管理、景区信息化系统的在线对接、饭店信息化系统的对接、旅游大巴车公司信息化系统的对接、旅游保险公司信息化系统实现技术对接或使用第三方提供的系统。

6.2 客户管理

通过线上的信息化系统进行客户信息的高效管理，通过系统对游客基本信息进行收集和管理；对游客信息进行智能分类、统计及大数据分析等功能；具备在线客户关系管理机制。

6.3 团队管理

通过线上的信息化系统，具备电子行程单的线上管理功能；具备导游、领队任务单的线上管理功能；具备团队地接任务单的线上管理功能。同时，具备导游、领队信息的查询、管理、指挥调度等功能。

6.4 内部管理

通过OA办公系统，实现流程审批、人员管理、公司资源管理、行政管理、系统设置等在线管理功能；通过协同办公系统，实现办公管理，包括但不限于线上视频会议、线上协同办公、远程办公等功能。

具备财务管理相关的功能，实现线上的收款、付款、记录等功能，业务数据在线实时监控管理，可自动生成电子财务报表及相关数据报告。

6.5 数据互通

与旅游主管部门的系统实现技术对接或数据互通，包括但不限于团队信息、电子合同信息（12301）、游客与旅行社保险信息等业务的及时上报。

7 智慧营销

7.1 营销活动及系统

具备自有营销信息发布渠道，包括但不限于官方网站、微博、微信公众号、抖音、OTA（携程、马蜂窝等）等，可以通过在线数据库的分析，针对目标客户群进行个性化的营销推送；具有B2B交易（供应商）系统，通过系统实现旅游供应商基本信息的在线管理、旅游供应商内部组织架构及权限的划分、旅游供应商提供旅游产品的基本信息、产品价格等。

7.2 B2C 营销系统

B2C营销系统具备可将产品分销到游客C端的功能、具备直播分销、社群分销等营销功能、具备会员管理功能等。

7.3 营销行为

通过网络，依托互联网平台开展旅行社的品牌推广、业务推广、产品推销等营销行为；可提供与旅游产品相关的VR/AR等虚拟旅游体验产品、进行线上营销活动（抽奖、秒杀、互动小游戏等）等产品营销的行为，并具备营销效果评价的能力等。

7.4 舆情监测

通过线上的信息化系统，实现对本旅行社旅游舆情的监测，发生舆情时可在30分钟内通过系统报告反馈；能主动获取游客对旅行社、产品、服务等评价信息的功能；具备对历史舆情告警的储存、分析、自动生成报告等功能。

8 等级划分及标志

8.1 等级划分

用星的数量表示智慧旅行社的等级。星的数量越多，则表示旅行社的智慧等级越高。智慧旅行社等级划分为三个级别，即一星级、二星级、三星级。

8.2 标志

智慧旅行社等级标志用一颗星表示一星级，二颗星表示二星级，三颗星表示三星级。

9 等级划分条件

9.1 必备条件

9.1.1 智慧旅行社等级划分的必备条件由规划建设、智慧服务、智慧管理、智慧营销、创新应用等项目组成，具体详见必备条件检查表（见附录 A）。

9.1.2 评分前需对必备条件逐一确认，满足要求后，方可进入评分程序。

9.2 评分标准

9.2.1 本标准的附录 B 为智慧旅行社等级划分评定评分表，评定指标各项总分值见表 1。

表1 智慧旅行社评定指标总分设值表

评 定 指 标	分 值（分）
规划建设	120
智慧服务	260
智慧管理	220
智慧营销	350
创新应用	50

总分	1000

9.2.2 智慧旅行社的等级评定实行必备条件和评分相结合的原则。在评定等级时，须满足相应等级的必备条件后，还需要满足相应等级的评分分值要求，本文件分值的计算方法按附录 B 执行，等级与分值的对应关系详见表 2。

表2 智慧旅行社等级与分值对应关系表

智 慧 旅 行 社 等 级	分 值（分）
一星级	550-699
二星级	700-849
三星级	850及以上

10 等级评定与管理

10.1 评定组织

届时将成立西安市专责智慧旅行社评定专家委员会（以下简称评委会），具体负责智慧旅行社的等级评定工作。其它各区县根据需求相对应的成立区县级专责智慧旅行社评定机构。

10.2 评定程序

10.2.1 自评

10.2.1.1 各类型旅行社对自身智慧旅游建设情况进行自评。

10.2.1.2 若不满足一星标准及以上的，则不用进行后续评审程序。

10.2.2 申请

10.2.2.1 西安市内的各类型旅行社根据自评情况，向上级旅游主管单位自愿申请相应等级的评定。

10.2.2.2 申报旅行社向上级旅游主管单位的评定机构提出申请，并提供包括等级评定自评表、智慧化建设情况佐证材料等在内的相关申报材料。

10.2.3 初评

10.2.3.1 各区县文化和旅游局、西咸新区、各开发区文化和旅游主管部门的评定机构，对申报单位采用资料审核和现场实地调研考察相结合的方式进行初评。

10.2.3.2 申报单位的必备条件与评分分数同时都达到相应等级的条件后，可被初评为相对应星级的智慧旅行社，并推荐给市级主管部门的评委会。

10.2.4 评定

10.2.4.1 西安市智慧旅行社评委会组织专家，对推荐的申报单位及旅行社采用资料审核和现场实地调研考察相结合的方式进行最终评定。

10.2.4.2 申报单位的必备条件与评分分数同时都达到相应等级的条件后，可被最终评定为相应星级的智慧旅行社。

10.2.5 复查与处理

10.2.5.1 由评委会组织，以定期或不定期相结合的方式，原则上每三年至少进行一次复查工作。

10.2.5.2 复查中，如发现有未达到相应等级标准的旅行社，给予限期整改完成或取消评定级别的处理。

10.3 标志管理

10.3.1 智慧旅行社星级证书和标志牌由评委会在最终评定结果公布结束后，统一制作和颁发。

附 录 A
（规范性）
智慧旅行社评定必备条件检查表

序 号	项 目	是否达标		
		自评	初评	评定
1	**规划和建设**			
1.1	应积极和主动配合各级文化和旅游行业管理部门的统一信息化、智慧化建设工作要求。			
1.2	旅行社应编制智慧化建设规划方案，明确建设的目标、建设的总体框架、具体的智慧化建设内容、明确资金投入明细、后期的长远规划等。			
1.3	应具备独立管理信息网络的技术部门或工作小组。			
2	**智慧服务**			
2.1	应具备旅行社对外展示的官方门户网站，包括但不限于 PC 端、移动端（H5、微信公众号、小程序、APP 等）。网站建成并上线后有效运营时间不少于 6 个月			
2.2	应具备为游客提供线上的旅游产品及旅游信息资讯展示及查询功能。			
2.3	应具备为游客提供线上/电话的咨询、投诉及受理的服务功能。			
2.4	应具备解决老年人及残疾人运用旅行社智能设备问题的有效措施。			
3	**智慧管理**			
3.1	应具备并使用完善的信息管理系统，包括供应商信息、客户信息、公司日常管理信息，旅行社预（退）订、结算、评价信息等的保存与收集。			
3.2	应具备并使用完善的团队管理系统，可管理电子单据、导游、团队、大巴车等的信息。系统有效运行时间不少于 6 个月，应有实际的历史运行数据记录。			
3.3	应具备内部协同办公系统，包括但不限于考勤打卡、线上会议、流程审批等在线协同办公功能。			
3.4	应按照旅游主管部门的要求，积极与上级管理部门进行系统的技术对接，保持与旅游主管部门信息互通。			
4	**智慧营销**			
4.1	应具备企业对外的营销渠道体系（如：官方网站、微博、微信公众号、抖音等）。			
4.2	应通过互联网，以线上线下等方式展开实际的营销工作。			
4.3	应具备可对同行交易的 B2B 系统。系统有效运行时间不少于 6 个月，有实际运行的历史数据记录。			
	达标结论			
注：达标请打“√”，不达标请打“×”。达标结论：达标/不达标。				

附　录　B
（规范性）
智慧旅行社评分细则

B.1　计分说明

评分表共计1000分。各等级智慧旅行社评定应得的最低分数为：一星级550分，二星级700分，三星级850分。

B.2　评分标准

评分标准见表B.3。

B.3智慧旅行社评分表

序号	评定项目	评定方法与说明	各大项最高分值	各分项最高分值	各次分项最高分值	各细分项最高分值	自评得分	初评得分	评定得分
1	**规划建设**		**120**						
1.1	能够配合各级行业管理部门的统一信息化、智慧化建设工作要求	积极落实完成（完成3个月以上）		30		30			
		能够配合且按要求完成				20			
		能够配合且基本完成				10			
1.2	具有编制详细的智慧旅行社规划建设方案，方案中有明确的建设目标与规划框架、有具体的建设内容和步骤、有明确的实施措施，有明确的资金投入保障、有后期的长远规划等内容	方案中5项均具备且完成内容建设		30		30			
		方案中5项均具备且内容建设完成3-4项				20			
		方案中5项均具备且内容建设完成1-2项				10			
1.3	成立了企业专门负责智慧旅行社建设的团队			40					
1.3.1	有负责智慧旅行社建设的中高层管理人员	有中高层管理人员负责，且有相应的技术背景或受过信息网络技术等专业培训			10	10			
		有中高层管理人员负责				5			
		无中高层管理人员负责				0			
1.3.2		有独立的负责信息网络技术的部门或工作小			15	15			

	公司具有独立的负责信息网络技术的部门或专门的工作小组 【提供相关技术人员资料，如简历、社保等】	组，且配备了2名及以上专业技术人员							
		有独立的信息网络技术部门，或工作小组，且配备了1名专业技术人员				10			
1.3.3	定期为员工提供智慧旅游服务等相关培训 【需要提供相关会议纪要或培训记录，随机调研员工对智慧建设成果的掌握情况。】	定期（每季度培训不少于1次)为员工提供智慧旅游服务相关培训，且员工可熟练掌握智慧建设成果			15	15			
		有为员工提供必要的培训，且员工基本掌握智慧服务内容				10			
		未开展相关培训				0			
1.4	基础设施			20					
1.4.1	具备完善的信息化联络设备及WIFI网络	总部、门店、办公及接待游客等场所，具备完善的信息化联系设备（包括但不限于座机、手机、平板电脑、电脑)和WIFI网络，且WIFI信号无覆盖死角			10	10			
		具备联络设备，但部分场地无WIFI信号				5			
1.4.2	具备旅游信息发布设备	接待游客场所具备旅游信息发布屏(全彩屏，支持视频/图片/文字滚动播放)，通过信息化手段更新旅游信息，提升游客体检及信息获取速度			10	10			
		接待游客场所具备旅游信息发布屏（双色/单色，支持文字信息滚动播放）				5			
		接待游客等场所，具备旅游信息发布广告板，通过手动更换旅游信息海报。				2			
		不具备旅游信息发布设备				0			

2	**智慧服务**		**260**						
2.1	门户网站【提供相应的网址、公众号、APP 等材料】			160					
2.1.1	具备旅行社对外展示的门户网站，包括但不限于 PC 端、微信公众号、手机 APP、H5 手机端等	具备 3 种及以上展示端			30	30			
		具备 2 种展示端				15			
		具备 1 种展示端				10			
2.1.2	门户网站具备中文、英文等其他多种语言的版本，可自由切换	具备 2 种及以上语言版本			20	20			
		具备 1 种语言版本				5			
2.1.3	门户网站中具有丰富的旅游产品、详细的行程描述、旅游资讯、旅游攻略、景区介绍等	具备 5 种及以上类别			15	15			
		具备 3 种类别				10			
		具备 2 种类别				5			
2.1.4	在门户网站上能及时更新最新的旅游产品信息、详细的产品内容、行程描述、旅游资讯、旅游攻略等	所有信息更新及时，且更新周期在 30 天以内			15	15			
		部分信息更新及时，且更新周期在 30 天以内				5			
		30 天以上无更新内容				0			
2.1.5	除传统电话投诉方式外，在门户网站为游客提供线上投诉功能，包括但不限于 12301 投诉、12345 投诉、在线客户、公司投诉等线上渠道	具备投诉功能，且包含 12301、12345 及公司诉等 2 种及以上线上投诉渠道			10	10			
		具备投诉功能，且至少包含 12301 投诉或旅行社自身投诉等其中 1-2 种线上投诉渠道				5			
		不具备在线投诉功能				0			
2.1.6	在门户网站可为游客提供线上留言、意见反馈功能（通过页面功能提交的留言，非电话咨询）				5				
2.1.7	在门户网站上为游客提供了线上个性化定制的旅游产品服务的入口				10				
2.1.8		支持查询且支持模糊搜索功能			10	10			

	在门户网站提供了完善的搜索查询功能，可支持模糊查询	支持查询，但不支持模糊搜索				5			
		不支持查询功能				0			
2.1.9	在门户网站可通过游客的历史浏览内容，形成相关的旅游产品内容推荐功能				10				
2.1.10	支持在线为游客提供预约预订、在线支付、签订电子合同、订单管理等功能	具备 4 项及以上功能			30	30			
		具备其中 3 项功能				20			
		具备其中 2 项功能				10			
2.1.11	网站安全可靠无病毒，且运行稳定、长期可用	网站运行稳定，可不间断正常访问			5	5			
		无法打开或运行异常				0			
2.2	线上的咨询及反馈			80					
2.2.1	为游客提供在线服务，通过线上客服、短信咨询、邮件方式咨询、即时通讯工具等，实现线上实时信息咨询及意见反馈服务	具备 3 项及以上反馈渠道			15	15			
		具备其中 2 项反馈渠道				10			
		具备其中 1 项功能				5			
2.2.2	电话咨询投诉服务				10				
	有独立的热线电话可为游客提供电话咨询投诉服务，接听解答期间应使用文明礼貌用语等相关电话礼仪。					5			
	可提供投诉后的管理、问题解决及对游客的反馈服务，接听期间应使用礼貌用语等相关电话礼仪。					5			
2.2.3	在游客接待区（不限于总部、门市、体验中心）提供移动终端，为游客进行智能化的旅游产品推荐及营销				20				
	游客接待区域可提供具备智能服务的设备，包括但不限于（护照扫描仪、翻译机、智	具备 2 种及以上智能设备				10			
		具备 1 种及以上智能设备				5			

	能客服机器人和 VR 体验等设备）	不具备智能设备				0			
	游客接待区提供的移动终端可为游客提供相关产品信息介绍、产品促销信息、活动推广信息等的浏览及查询服务					10			
2.2.4	游客接待区支持使用无现金支付，包括但不限于信用卡支付、微信支付、支付宝支付、银联支付、京东支付、翼支付等支付方式	支持 3 种及以上支付方式			25	25			
		支持 2 种支付方式				15			
		支持 1 种支付方式				10			
2.2.5	为游客提供线上互动及分享机制，提供包括但不限于微信群、分享朋友圈、微博互动等分享途径	具备其中任意 2 种及以上互动分享途径			10	10			
		具备其中任意 1 种互动分享途径				5			
2.3	辅助老年客户有效获取本旅行社提供的智慧化服务	针对老年客户，具有使用智能设备，获取智慧服务问题的解决措施		20	20				
		不具备针对老年客户使用智能设备及智慧服务问题的解决措施			0				
3	**智慧管理**		**220**						
3.1	供应商管理			25					
3.1.1	通过线上的信息化管理系统，实现对旅游产品供应商信息的在线管理，包括但不限于供应商介绍、交易记录等，可实时查询供应商产品资源信息等				5				
3.1.2	通过线上的信息化系统，实现了与景区信息化系统的在线对接，或使用第三方提供的系统，实现在线采购景区景点资源信息，包含但不限于门票、观光车、缆车等信息				5				

3.1.3	通过线上的信息化系统，实现与饭店信息化系统的对接，或使用第三方提供的系统，实现在线采购饭店资源，包括但不限于房间预订、用餐预订等				5				
3.1.4	通过线上的信息化系统，实现与旅游大巴车公司信息化系统的对接，或使用第三方提供的系统，实现对交通工具的在线预订与结算，包括但不限于旅游大巴车等				5				
3.1.5	通过线上的信息化系统，与旅游保险公司信息化系统实现技术对接或使用第三方提供的系统，可以线上生成电子保险单，与保险公司实现自动的业务统计结算				5				
3.2	客户管理			30					
3.2.1	通过线上的信息化系统进行客户信息的高效管理，通过系统对游客基本信息进行收集和管理				5				
3.2.2	通过线上的信息化系统，对游客信息进行智能分类、统计及大数据分析等功能	对游客信息进行分类、统计，及大数据分析为决策提供依据			15	15			
		对游客信息进行分类、统计功能				5			
3.2.3	具备在线客户关系管理机制	对所有游客基本信息通过系统进行收集和管理；对客户信息进行各类统计分析；提供客户关怀，统一发送产品相关信息			10	10			
		对部分游客基本信息通过系统进行收集和管理；提供客户关怀，统一发送产品相关信息				5			
3.3	团队管理			85					
3.3.1	电子单据				15				

	通过线上的信息化系统，具备电子行程单的线上管理功能					5			
	通过线上的信息化系统，具备导游、领队任务单的线上管理功能					5			
	通过线上的信息化系统，具备团队地接任务单的线上管理功能					5			
3.3.2	导游、领队管理				20				
	通过线上的信息化系统，具备导游、领队信息的查询、管理等功能					5			
	通过线上的信息化系统，具备导游、领队的指挥调度功能					5			
	通过线上的信息化系统及智能设备，实现对导游、领队实际工作情况实时的监督管理，包括但不限于实时位置、实时的工作任务等					10			
3.3.3	团队即时信息				35				
	通过线上的信息化系统，可实现对团队出团计划的管理、统计、查询					5			
	通过线上的信息化系统，可实现对团队当前行程、状态的管理、统计、查询					10			
	通过线上的信息化系统及智能设备，可实现导游对自己团队成员的管理，包括团员实时位置、群通知等					10			
	通过智能设备，可实现导游对团队全程的无干扰讲解					10			
3.3.4	大巴车监测				15				
	通过线上的信息化系统或使用第三方提供的系统，实现对出团旅游大巴车的实时监	具备 2 种及以上监测条件的				15			
		具备 1 种监测条件的				5			

	管监测，包括但不限于对汽车司机超速等违规驾驶行为、行车路线与预订行程不符、异常停车等情况采取询问、警告、报警等处理方式	不具备监测功能				0			
3.4	内部管理系统			50					
3.4.1	通过OA办公系统，实现流程审批、人员管理、公司资源管理、行政管理、系统设置等在线管理功能	具备 3 项及以上功能模块，且在实际使用			10	10			
		具备2项功能模块，且在实际使用				5			
		很少使用或不具备OA办公系统				0			
3.4.2	通过协同办公系统，实现办公管理，包括但不限于线上视频会议、线上协同办公、远程办公等功能	具备 2 项及以上功能模块，且在实际使用			10	10			
		具备 1 项及以上功能模块，且在实际使用				5			
		未使用此功能				0			
3.4.3	借助智能设备，可实现员工无接触打卡（人脸识别等）、外勤打卡、考勤智能化统计及数据分析等功能	具备 2 项及以上功能模块，且在实际使用			10	10			
		具备1项功能模块，且在实际使用				5			
		未使用此项功能				0			
3.4.4	财务管理				20				
	具备财务管理相关的功能，实现线上的收款、付款、记录等功能，业务数据在线实时监控管理，可自动生成电子财务报表及相关数据报告	具备2项及以上功能模块，且在实际使用				10			
		具备1项功能模块，且在实际使用				5			
		不具备此项功能				0			
	实现旅游业务数据与财务数据的实时互通共享	具备此项功能，且有实际的应用				10			
3.5	与旅游主管部门的系统实现技术对接或数据互通，包括但不限于团队信息、电子合同信息（12301）、游客与旅行社保险信息等业务的及时上报	按照当前主管部门要求，全部实现信息对接、上传、共享的		30	30	_			
		实现部分主管部门要求的信息上报			15	_			
		无共享、未上报信息数据			0	_			
4	**智慧营销**		**350**						

4.1	营销活动及系统			200					
4.1.1	具备自有营销信息发布渠道，包括但不限于官方网站、微博、微信公众号、抖音、OTA（携程、马蜂窝等）等，可以通过在线数据库的分析，针对目标客户群进行个性化的营销推送	具备4种及以上渠道，且1年内有内容更新			25	25			
		具备3种渠道，且1年内有内容更新				20			
		具备1-2种渠道，且1年内有内容更新				10			
4.1.2	B2B交易（供应商）系统				80				
	通过系统实现旅游供应商基本信息的在线管理					10			
	通过系统实现旅游供应商内部组织架构及权限的划分					10			
	通过系统实现旅游供应商提供旅游产品的基本信息、产品价格等					10			
	通过系统将旅游产品与组团社进行分销					10			
	供应商可通过系统将产品销售给除签约总社外的其他分销渠道					10			
	通过系统进行订单管理					10			
	通过系统进行财务对账					10			
	系统具备移动端管理功能					10			
4.1.3	B2B交易（总社组团社）系统				95				
	通过系统，总部可在线进行门店分公司的管理，包括创建、修改门店信息的维护					10			
	通过系统，总部可在线进行对供应商的管理维护，包括签约、对账、产品采购等					10			
	通过系统进行产品的采购					10			
	通过系统进行订单管理					10			
	通过系统进行财务对账					10			
	通过系统实现电子合同的签署与管理					15			

	通过系统实现电子保险的签署与管理					10			
	通过系统实现各种报表的统计及数据分析					10			
	系统具备有移动端管理功能					10			
4.2	B2C 营销系统			40					
4.2.1	具备可将产品分销到游客 C 端的功能				15				
4.2.2	具备直播分销、社群分销等营销功能	具备 2 种及以上分销营销功能			15	15			
		具备 1 种分销营销功能				10			
		不具备此功能				0			
4.2.3	具备会员管理功能				10				
4.3	营销行为			90					
4.3.1	通过网络，依托互联网平台开展旅行社的品牌推广、业务推广、产品推销等营销行为 【需要提供具体的营销案例】	提供 5 个及以上营销案例			30	30			
		提供 3-4 个营销案例				20			
		提供 1-2 个营销案例				10			
4.3.2	提供与旅游产品相关的 VR/AR 等虚拟旅游体验产品、进行线上营销活动（抽奖、秒杀、互动小游戏等）等产品营销的行为 【需要提供具体的产品营销案例】	提供 2 个及以上活动营销案例			20	20			
		提供 1 个活动营销案例				10			
4.3.3	具备营销效果评价的能力，根据各渠道的营销数据、访问量、咨询量、预订量等分析评价营销效果，为后续营销活动提供参考依据 【提供具体的分析案例数据】	具备多项营销效果分析案例，且分析案例数据充实详尽、对后续营销有实际指导意义			20	20			
		有对营销效果进行基本分析的案例				10			
		不具备营销效果分析案例				0			
4.3.4		提供 2 个及以上有效案例			20	20			

	具备基于对在线数据库的分析结果，针对目标客户群进行个性化营销的能力 【提供具体的分析及营销案例】	提供 1 个及以上有效案例				10			
		所提供案例的分析结果与营销活动不具有直接指导关系				0			
4.4	舆情监测			20					
4.4.1	通过线上的信息化系统，实现对本旅行社旅游舆情的监测，发生舆情时可在 30 分钟内通过系统报告反馈	具备旅游舆情监测信息化系统，且能在 30 分钟内获取本旅行社相关旅游舆情信息			10	10			
		具备基础的舆情监测途径				5			
		不具备舆情监测能力				0			
4.4.2	通过线上的信息化系统，主动获取游客对旅行社、产品、服务等评价信息的功能				5				
4.4.3	通过线上的信息化系统，具备对历史舆情告警的储存、分析、自动生成报告等功能				5				
5	**创新应用**		**50**						
5.1	本智慧旅行社评分细则中未提及，但旅行社为提升游客体验及旅行社管理水平而应用的创新（包括但不限于利用 5G、区块链、人工智能、大数据应用、智能机器人、旅行社个性化智慧服务、个性化智慧管理等、个性化智慧营销等各种新兴技术的应用） 【由旅行社提供创新案例及依据，检查员核实打分】	每一案例根据技术创新性、领先程度、应用效果等可得 2—10 分； 基于同一类型技术的多个创新应用案例最高得 20 分。 本项最高得分不超过 50 分。		50					
总计			1000						

参 考 文 献

GB/T 31380-2015 《旅行社等级的划分与评定》
LB/T 009-2011 《旅行社入境旅游服务规范》
LB/T 005-2011 《旅行社出境旅游服务规范》
LB/T 028-2013 《旅行社安全规范》
DB 61/T 1201.5-2018 《陕西省智慧旅游建设与服务规范 第5部分：智慧旅行社》