

“十三五”全国旅游信息化规划

为认真贯彻《“十三五”旅游业发展规划》，加快全国旅游信息化发展，制定本规划。

第一章 形势与要求

一、面临形势

“十三五”时期是实现全面建成小康社会的决胜阶段，也是我国从粗放型旅游大国向比较集约型旅游大国发展的关键时期，旅游信息化面临重大发展机遇。

（一）信息化已成为经济社会发展的显著特征。信息化代表了新的生产力和发展方向，“没有信息化就没有现代化”。当今世界，信息技术日新月异，信息化浪潮风起云涌。全球信息化已进入全面渗透、跨界融合、加速创新、引领发展的新阶段，正在深刻改变着人们的生产生活方式。近年来，我国信息化产业体系已逐步完善，信息技术应用不断深化，“互联网+”异军突起，经济社会数字化、网络化转型步伐不断加快，信息化在现代化建设全局中的引领作用日益凸显。

（二）我国旅游业将迎来新一轮黄金发展期。改革开放以来，我国旅游业全面融入国家战略体系，走向国民经济建

设的前沿，成为国民经济战略性支柱产业。“十三五”期间，我国旅游业面临重大发展机遇，将呈现消费大众化、需求品质化、发展全域化、产业现代化、竞争国际化的发展趋势。旅游业发展对信息化有了新的需求，需要用信息技术推进旅游生产方式、管理模式、营销模式和消费形态的转变，全面提升产业质量效益和核心竞争力，实现旅游经济稳步增长、综合效益显著提升、人民群众更加满意、国际影响力大幅提升的目标。

(三) 旅游信息化加快发展的基础已经形成。近年来，特别是旅游“515”战略实施以来，我国旅游信息化取得长足进展，旅游信息化管理初见成效，旅游公共信息服务设施建设取得阶段性成果，旅游在线市场初具规模，全覆盖式旅游宣传营销格局基本形成，旅游电子政务稳步推进，旅游信息化对旅游业支撑保障作用明显增强，为“十三五”时期旅游信息化加快发展奠定了良好的基础。

二、发展要求

加快旅游信息化发展，既是适应信息化时代的必然选择，也是全域旅游发展的客观要求，更是满足游客需求的内在要求。

(一) 推进全域旅游发展的客观要求。目前我国正从景点旅游模式向全域旅游模式转变。需要发挥旅游信息化覆盖面广、渗透性强、带动作用明显的优势，从综合机制建设、

公共服务供给、产业融合发展、区域整体营销等方面发力施力，创新旅游发展理念、变革旅游发展模式、转变旅游发展路径、扩大旅游发展格局、升华旅游发展品质。

（二）满足游客需求的内在要求。我国已进入大众旅游新时代，到2020年，预计旅游市场总规模将达到67亿人次。旅游消费呈现大众化与家庭化、个性化与多样化、散客化与自助化、休闲化与体验化、品质化与中高端化等特征。只有依靠现代信息技术创新旅游产品，转变旅游服务模式，提升旅游服务质量，才能不断满足游客日益增长的个性化需求。

（三）推动旅游业转型升级的关键动力。根据旅游“三步走战略”，当前，我国旅游业正从粗放型旅游大国向比较集约型旅游大国发展，正处于速度换挡、结构优化、动力转换的关键节点。从供给侧看，推动信息化与旅游的深度融合，有利于提高全要素生产率，优化供给质量和效率，更好地满足广大游客需求。从需求侧看，推动信息化与旅游的融合发展，将创新生产和消费模式，促进游客深度参与，激发游客新的需求。

（四）应对新一轮科技革命的必然选择。当前，移动互联网、云计算、大数据、物联网等信息技术与生物技术、新能源技术、新材料技术等交叉融合，正在引发以绿色、智能、泛在为特征的群体性技术突破，深刻改变着人们的生产生活方式。科技革命带来的先进理念和先进技术，有助于驱动旅

游业全面创新，有助于改善旅游产品和服务，也为旅游业的发展提供了新的机遇和空间。

三、问题与挑战

目前，我国旅游信息化还存在着一些问题与挑战，主要有：一是对旅游信息化的认识还存在一定偏差。部分地区对推进旅游信息化的重要性、紧迫性的认识还需要进一步提高。二是旅游信息化的有效供给普遍不足，地区发展不平衡问题较为突出，中西部地区、农村地区和贫困地区信息基础设施建设滞后。三是信息技术在部分旅游要素中的应用水平不高。整体上看，实际应用落后于客观需求，信息技术的潜在在旅游业中尚未得到充分挖掘。四是旅游信息化体制机制掣肘。旅游信息化供给过多依赖政府单一主体，部门之间信息交换尚不顺畅，投融资机制还不健全，长效管理体制没有形成。各地不同程度地出现重复建设、数据信息“孤岛”等现象。五是旅游信息化标准体系有待完善。部门之间、地区之间标准未完全统一，影响了旅游信息数据采集、编码、存储、共享和交换。

为此，必须认清形势，抓住机遇，开拓创新，着力增强旅游信息化发展能力，着力提高旅游信息化应用水平，着力优化旅游信息化发展环境，在新的历史起点上开创我国旅游信息化发展的新局面。

第二章 主攻方向

一、发展目标

到 2020 年，旅游“云、网、端”基础设施建设逐步完善，信息新技术的行业创新应用不断深化，旅游数字化、网络化、智能化取得明显进展，旅游公共信息服务水平显著提高，旅游在线营销能力全面发展，行业监管能力进一步增强，旅游电子政务支撑行业治理现代化坚实有力，信息化引领旅游业转型升级取得明显成效。将力争实现四大目标：

（一）信息服务集成化。建立旅游公共信息服务平台，面向游客提供旅游公共信息查询、导游导览、旅游产品预订、旅游投诉与处理等功能为一体的在线服务，实现旅游公共信息服务的在线化、一体化、集成化。

（二）市场营销精准化。鼓励旅游目的地、旅游企业利用互联网、社交媒体、第三方平台等多渠道采集客源市场数据，开展有针对性的市场营销，实现市场营销精准化和产品与服务个性化推荐，提高市场营销的效能。

（三）产业运行数据化。全面推进旅游企业的信息化建设，重点引导企业加强对业务流程的全数据化管理，强化政府与企业、企业与企业之间的数据对接，加强数据资源的分析与利用，提升旅游信息化应用水平。

（四）行业管理智能化。充分利用绿色、智能、泛在为特征的信息技术加强旅游行业管理，提高旅游管理的科学化和智能化水平。加强旅游电子政务体系建设，积极推动政府相关部门数据资源开放和共享，建立旅游政务信息资源共享目录，实现政务资源的共享和协同，全面提高行业管理效能。

到 2020 年，努力实现以下具体化和量化指标：

——4A 级以上旅游景区实现免费 WiFi、智能导游、电子讲解、在线预订、信息推送等全覆盖；

——旅游大巴、旅游船和 4A 级以上旅游景区的人流集中区、环境敏感区、旅游危险区，实现视频监控、人流监控、位置监控、环境监测等设施的合理设置；

——在线旅游投资占全国旅游直接投资的 15%以上；在线旅游消费支出占旅游消费支出的 20%以上。

二、主攻方向

“十三五”时期，加快推进新一代信息技术在旅游业中的应用，不断创新旅游新模式，扩大旅游新供给、拓展旅游新领域、打造旅游新引擎，着力在满足游客需求、提升旅游品质、引领全面创新上取得突破，为旅游业转型升级、提质增效提供动力支撑。

（一）推进移动互联网应用，打造新引擎。一是推进移动信息服务应用。开发旅游咨询网站、手机报、APP、微信公众账号、微视频、社区等，为游客提供旅游信息查询、交流

互动等服务。二是推进移动位置服务应用。开发基于位置服务（LBS）的软件、程序，为游客提供查询位置、路线、交通、酒店、餐饮等服务。三是推进虚拟导游服务应用。开发景点景区文字介绍、图像资料和语音解说等方面的程序和软件，为游客提供虚拟导游服务。四是推进移动电子商务应用。利用智能手机、平板电脑等，进行机票、酒店和景区门票等预订和线上支付。

（二）推进物联网技术应用，扩大新供给。一是利用GPS（全球定位系统）、RFID（射频识别）等技术进行监测，实现从景区停车场、门禁系统到观景点、旅游餐饮、旅游购物场所的人员和物料的全过程管理。二是通过红外感应器进行数量和特征识别，用于应急状态下对景区游客聚集区域的人流、车流进行疏散。三是推进近距离无线通信（NFC）应用。将手机等设备进行方便快捷的无线连接，实现旅游信息数据交换和服务。

（三）推进旅游电子支付运用，增加新手段。一是推进银行、支付平台等与旅游的融合，实现银行信用卡、交通一卡通、各种支付卡等在智能手机、平板电脑上多卡合一，绑定支付。二是推进智能手机在机场登机验证、酒店入住登记、景区门禁系统和酒店客房钥匙等方面的应用。三是完善中国旅游卡及地方旅游卡的服务功能，通过给予各种优惠刷卡费

率、提供多种优质金融服务等手段吸引旅游服务机构、消费场所为游客刷卡消费提供便利服务。

（四）推进可穿戴技术应用，提升新体验。一是推进智能眼镜、智能手表、智能手环等可穿戴设备在信息查询、定位导航、随行翻译、电子导游等方面的应用。二是推进可穿戴设备在跟踪游客旅游过程的应用，记录旅游时间、旅游距离、步行速度等，提升游客旅行体验。三是推进可穿戴技术在监测游客身体健康状态方面的应用，跟踪监测游客脉搏、血压等健康指标，帮助游客健康出行。

（五）推动北斗系统应用，拓展新领域。一是推动北斗系统位置服务（LBS）应用。对旅游车、旅游船进行实时监测和定位，也可为游客自驾或徒步提供定位导航服务。二是推动北斗系统在景区电子导览与解说、电子地图方面的应用。三是推动北斗系统在山岳型、高原型、滨海型等旅游景区的紧急救援中的应用，包括导航定位、通讯通话、足迹跟踪、危险预警、事故报警及事故救援服务等。

（六）推动人工智能应用，培育新业态。一是利用智能机器人对语言和图像的理解，推动在导游导览、景点解说、信息咨询等方面的应用。二是利用智能搜索和控制技术，推动人工智能在旅游危险领域、事故现场作业等方面应用。三是利用自动程序设计，推进景区无人驾驶汽车、游艇等方面的应用。四是利用人脸识别、指纹识别、虹膜识别等技术改

进用户体验，如通过辨别游客浏览网页时的情绪变化，帮助改进行程预订体验等。

（七）推动计算机仿真技术应用，增强新功能。一是推动 VR（虚拟现实）、AR（增强现实）等仿真技术在导游导览上的应用，增强游客的沉浸式感官体验。二是推动 VR、AR 技术在景点景区无法复原遗址上的情景再现应用，丰富景点景区旅游产品内涵。三是推动 VR、AR 技术在主题公园、博物馆等场所的应用，在旅游科普教育、游戏娱乐等方面提升表现力。

（八）推动社交网络应用，构建新空间。一是推动开发旅游社交软件和社交网站，为游客之间交流、制订旅游计划、评价旅游产品和服务、增进相互感情提供平台。二是推动社交网络为游客满意度调查和游客投诉等行业管理提供数据支持。三是推动社交网络通过动态广告创意的方式开展网络营销，提升营销效果。

（九）推进旅游大数据运用，引领新驱动。一是运用大数据对游客数量、结构特征、兴趣爱好、消费习惯等信息进行收集分析，为旅游市场细分、精准营销、旅游战略制定提供依据。二是运用大数据对旅游消费信用等信息进行收集分析，加强对旅游市场主体的服务和监管。三是运用大数据对游客信息进行关联分析，进一步优化旅游公共服务资源配置。

四是运用大数据对旅游景区信息关联分析，为景区流量控制及安全预警提供数据支持。

（十）推进旅游云计算运用，夯实新基础。一是推动建设旅游云平台，为旅游部门和相关企业提供 IaaS（基础架构即服务）、PaaS（平台即服务）、SaaS（软件即服务）的产品和服务。二是推动云计算在旅游信息存储、处理、分析等方面的广泛应用，帮助游客获取旅游信息，制定旅行计划，订购旅游产品等。三是推动云计算在旅游行业创新管理方法、简化工作流程、提高工作效率、节约管理成本等方面的应用。

第三章 重点工程

一、全国/全球全域旅游全息信息系统工程

利用云计算、大数据、遥感技术（遥感影像、无人机航测、倾斜摄影等）、地理信息技术（空间分析、制图技术、空间展示等）等技术进行旅游信息管理和服务，建设完善基础数据管理、旅游信息分析、预测与预警、应急管理、旅游资源管理、虚拟场景旅游、旅游气象 APP、游客体验 APP 等功能，展示现实的旅游场景、虚拟场景和历史地理文化，为游客提供全域全时的旅游信息服务，并为旅游管理部门、旅游企业提供全域全时的信息管理服务。

专栏1 全国/全球全域旅游全息信息系统工程

（一）全国全域旅游全息系统。以提供国内旅游信息服务为主的系统，系统功能完善、运行畅通、机制健全。

（二）全球全域旅游全息系统。在全国全域旅游信息系统的基础上，进一步拓展信息服务范围，覆盖到全球主要目的地国家和地区，形成“全覆盖、全信息、全服务”的旅游信息服务格局。

二、民宿客栈信息化工程

加快推进建设无线网络、4G 移动通信网络、视频监控等信息化基础设施，提供广泛覆盖、免费开放的 WiFi 接入服务。建立健全乡村民宿客栈信息化平台，完善实时推介、线上预订、数据采集、统计分析等功能，综合利用自媒体、网络、第三方平台等多种信息化手段，对民宿客栈进行宣传推广，扩大民宿客栈品牌影响力；推动民宿客栈打造在线展示、预订和交易功能，提供位置服务（LBS）和游客订制服务（UGC），鼓励民宿客栈利用信息化手段建设客人信息管理系统、电视门禁系统、智能控制一卡通系统、室内 SOS 呼救系统、可视监控系统等，全面推进民宿客栈运营及管理的智能化、现代化。

专栏2 民宿客栈信息化工程

（一）民宿客栈信息化基础设施工程。全面建成第四代移动通信（4G）网络，提供广泛覆盖、免费开放的 WiFi 接入服务。

（二）民宿客栈信息化平台。打造在线展示、在线咨询、预订和交易功能的平台，实现信息咨询、网络预订、网络营销、网上支付等服务全覆盖。

（三）民宿客栈信息化应用工程。建设完善信息管理系统、电视门禁系统、智能控制一卡通系统、室内 SOS 呼救系统、可视监控系统等。

三、旅游电子商务平台工程

推动建设一批旅游电子商务平台，鼓励多种类型发展，不断丰富平台信息，提升旅游产品在线预订、交易支付水平。推进旅游电子商务系统与金融系统的对接，推动网上支付、电话支付和移动支付等新兴支付工具在旅游市场的应用。逐步建立电子合同、网上产品与旅游服务信息的监测体系，加强对旅游在线业务的监督和风险控制。推进在线旅游企业信用信息服务平台建设，建立旅游企业信用评估标准，引导市场消费。建立健全旅游电子商务安全法规，加强对网络信息服务、网络交易行为、产品及服务质量等的监管。督促交易平台建立数据保全机制、消费者个人信息安全保密机制等。

专栏3 旅游电子商务平台工程

(一) 旅游电子商务平台。建设综合性旅游电子商务网站、专业旅游电子商务网站、传统旅游企业创办的网站、团购网站和综合性电商开辟的旅游电商板块等。

(二) 旅游电子商务信用工程。推进旅游电子商务信用体系建设，建立信用评估标准，引导市场消费。

(三) 旅游电子商务安全工程。制定旅游电子商务安全法规，落实企业安全主体责任，建立数据保全机制、消费者个人信息安全保密机制等。

四、旅游网络营销平台工程

加快中国旅游海外推广网站建设步伐，建设面向主要海外客源地的多语种网站，增进与客源地媒体、旅游分销渠道的在线营销合作，利用微信、微博、客户端等新兴媒体构建多角度旅游营销平台，开展有针对性的推广营销，将旅游产品、线路和促销活动及时准确地传播给海外游客，扩大中国旅游目的地知名度和美誉度。

专栏4 旅游网络营销平台工程

(一) 中国旅游海外推广网站。面向主要海外客源地开展旅游市场营销，提供多语种服务。

(二) 旅游精准营销创新机制。利用移动互联网、微信、微博等新媒体渠道开展市场精准营销。

五、“12301”国家智慧旅游公共服务平台提升工程

优化提升“12301”国家智慧旅游公共服务平台，完善旅游公共信息咨询平台、旅游产业运行监管平台、景区门票预约与客流预警平台、国家旅游大数据集成平台、国家旅游应急指挥平台、多语种旅游推广营销平台等，优化旅游公共服务、产业运行监管、旅游预警、形象推广等功能，为政府监管和企业经营、游客服务提供支持和服务。

专栏5 “12301” 国家智慧旅游公共服务平台工程

(一) 数据对接工程。实现与各省级旅游公共服务平台的数据对接，与重点旅游景区、宾馆饭店的数据对接；实现与交通、卫生、公安、气象等部门的数据对接；实现与相关互联网企业、通讯运营商的数据对接，获取各方面相关信息。

(二) 功能提升工程。完善提升信息服务、电话咨询、游客投诉、行业管理、应急救援、视频会议等服务和监管功能。

六、旅游行业监管综合平台提升工程

建立完善全国旅游团队服务管理系统、全国导游公共服务监管平台、旅游质检执法平台、旅游住宿标准化管理信息系统、旅行社网上审批系统、中国旅游志愿者服务管理信息平台、中国旅游征信网等。建设和优化旅游行业管理信息平台的功能和架构，形成全国数据统一、分级授权管理的信息系统架构，实现旅游行业管理的信息化和精细化，提升对旅游市场主体的服务和监管能力。引导各省区市、重点旅游城市等借助大数据计算与分析等手段，开发旅游舆情和旅游满意度分析系统，实时采集各渠道游客评价、意见，方便、快捷掌握游客诉求以及旅游热点事件，提升旅游管理精细化水平。

专栏6 旅游行业监管综合平台提升工程

(一) 监管综合平台。建立完善全国旅游团队服务管理系统、全国导游公共服务监管平台、旅游质监执法平台、旅游住宿业标准化管理信息系统、旅行社网上审批系统、中国旅游志愿者服务管理信息平台、中国旅游征信网等。

(二) 旅游团队服务管理系统提升工程。完善提升各平台功能，实现游客信息电子化管理和全国联网查询；实现游客评价、意见、诉求及时反馈。

七、旅游应急指挥体系提升工程

建立健全覆盖主要旅游目的地、重点旅游景区、宾馆饭店等场所的实时数据和影像采集系统，实现对景点景区、宾馆饭店、旅游集散地、旅游线路或区域的突发事件、客流预测预警等指挥调控功能。建立数据共享机制，打破信息孤岛，推动与安监、外交、公安、交通运输、质检、食药监、气象、地震等部门进行数据对接。实现与各级旅游应急指挥中心的信息共享、协同联动，全面提高旅游安全监控和应急指挥能力。

专栏7 旅游应急指挥体系提升工程

(一) 国家旅游应急指挥平台。优化完善数据采集、图像接入、信息接发、日常监控、应急预案管理、应急处置与指挥功能。

(二) 地方旅游应急指挥平台。加快建设各级旅游部门应急指挥平台，并与主要旅游企业实现数据对接；推动完成4A级以上景区数据全部接入国家旅游应急指挥平台。

(三) 信息共享工程。推动与安监、外交、公安、交通运输、质检、食药监、气象、地震等部门进行数据对接，实现应急指挥平台互联互通、信息共享。

八、旅游信息化标准体系提升工程

建立涵盖旅游网站、旅游咨询中心、旅游服务热线及吃住行游购娱等旅游服务业态的旅游信息化标准体系。加快制定涉及旅游信息资源的各类国家标准、行业标准、地方标准与企业标准，推进相互衔接、彼此互补。选择部分条件相对成熟、资源相对丰富的省区市、旅游目的地和相关企业开展旅游信息资源标准试点工作，总结旅游信息资源标准的建设经验，加大试点工作的宣传和推广力度，发挥试点工作的示范效应。

专栏8 旅游信息化标准体系提升工程

(一) 旅游信息化标准管理平台。为旅游信息化标准的申报、立项、审查、报批和试点、验收等服务及管理提供支撑。

(二) 旅游信息化标准示范工程。通过旅游信息化标准试点工作，推出一批示范单位和示范企业。

九、国家旅游基础数据库提升工程

优化提升国家旅游基础数据库，丰富数据采集的渠道，规范数据采集的标准，提高数据采集的时效性。建立完善国家与地方、相关部门之间、政府与企业之间、旅游与其它产业之间的数据共享机制。加快构建国家、省、市、区(县)四级旅游数据中心体系，支持在华东、华北、西南、西北选择城市建设国家旅游大数据中心。

专栏9 国家旅游基础数据库提升工程

(一) 旅游基础数据库体系完善工程。建立健全旅游统计年鉴数据库、旅游企业直报数据库、国内旅游抽样调查基础数据库、入境花费调查基础数据库、旅游产业基础数据库等。

(二) 旅游基础数据库采集共享工程。建立健全行业数据采集共享平台，制定统一的数据采集汇总、共享交换的标准，实现政府数据、企业数据和社会数据的采集、汇总、处理和共享。

第四章 优先行动

一、旅游公共信息服务建设优先行动

行动目标：到 2018 年，初步建成一批旅游综合信息服务平台、旅游信息服务设施，基本满足游客对信息服务的需求。到 2020 年，全面创新旅游信息服务方式，构筑起立体化、全方位、广覆盖的旅游信息服务体系，为广大游客提供全面、准确、及时的公共信息服务。

行动内容：一是建立旅游综合信息服务平台。推进“12301”国家智慧旅游公共服务平台建设，加快建立中国旅游资讯网，推动地方完善旅游咨询网站，整合旅游服务热线、多媒体信息查询终端等，形成统一开放的旅游公共信息发布、咨询平台和旅游投诉平台，提供信息查询、投诉受理和产品推介服务。二是开发一批旅游信息服务设备和软件。指导各地推进旅游目的地及其景区景点、宾馆饭店等开设旅游官方微博、微信、手机 APP 等信息服务应用，拓展旅游信息发布渠道，扩大旅游信息服务覆盖范围；引导推动旅游咨询中心、旅游集散中心、旅游服务中心等场所为游客免费提供触摸屏、移动客户端等信息服务终端。

二、旅游网络营销建设优先行动

行动目标：到 2018 年，初步建成旅游网络营销平台体系，旅游资讯网站功能进一步优化，网络营销方式更加多样，网络营销成效明显增强。到 2020 年，全面建成覆盖旅游目的地、景点景区、宾馆饭店完善的营销体系，实现市场精准营销和游客定制服务目标。

行动内容：一是建立旅游目的地营销系统。创新旅游网络营销模式，利用新媒体技术，建立互联网、微博微信、搜索引擎、智能客户端等营销推广体系，搭建旅游形象推广平台，整合信息资源，打造跨区域、跨平台、跨终端立体化营销体系。二是创新在线营销方式。鼓励旅游目的地与在线旅游商、电信运营商、搜索引擎、门户网站、旅游网站等合作，拓宽景区、酒店在线分销渠道，鼓励利用移动社交、新媒体等渠道，发展社交电商、网络口碑传播、“粉丝”经济等网络营销新模式。三是构建精准营销体系。利用旅游大数据挖掘分析，提高旅游市场营销精准性和转化率。重点依托移动互联网、物联网等信息技术，扩大旅游数据获取来源，充分利用旅游网站、微博、微信等新媒体，搜集市场数据，强化与电信运营商、在线旅行社、搜索引擎等平台合作，建立游客基础数据库；创新旅游市场大数据分析，开展市场分析、监测和预测，挖掘游客兴趣点、关注度、消费行为、满意度、

出游趋势等，为旅游市场精准营销、定制旅游服务提供基础支撑。

三、旅游电子商务建设优先行动

行动目标：到 2018 年，建成旅游电子商务平台，网络预订和交易快速发展，信息化业态建设加快推进，电商扶贫行动取得重大进展。到 2020 年，旅游电子商务体系健全、应用充分，旅游信息化业态齐全，电商扶贫行动全面完成。

行动内容：一是建设旅游电子商务平台。全面整合综合性旅游电子商务网站、专业旅游电子商务网站、传统旅游企业创办的网站、团购网站和综合性电商开辟的旅游电商板块等，引导旅游企业加强与电子商务平台服务商合作，为游客提供全面、及时、准确的信息咨询、业务查询、门票预售、机票酒店预订、投诉和个性化服务等。二是推动旅游企业提升电子商务水平。鼓励企业利用互联网平台，整合各类资源、要素、技术和产品，提供创新在线旅游服务，推动在线旅游众筹、众包、个性化定制等多种服务模式发展。建立在线旅游支付平台，促进旅游预约服务、预约消费和在线支付业务发展。三是推进旅游信息化业态建设。鼓励企业积极培育在线车辆租赁、在线度假租赁、民宿预订等旅游新业态，重点推动景区提供电子门票、智能导游、电子讲解、在线预订、信息推送等服务；推动饭店实现自助入住和退房、客房多媒体自助服务、饭店智能客房控制、客房全网销售共享等功能；

推动旅行社推广使用EPR管理系统（“企业资源计划”）。四是开展电商扶贫行动。依托现有全国乡村旅游电商平台，发展“互联网+旅游”扶贫，推进网上“乡村旅游后备箱工程”、“一村一品”产业建设专项行动。鼓励旅游电商企业面向贫困地区推动特色农产品网上定制销售，推荐贫困户农家乐住宿、旅游商品和特色工艺品等，实现对贫困人群的精准扶持。组织知名旅游电商平台为贫困地区开设扶贫频道，建立贫困地区名优产品网络博览会等。

四、旅游电子政务建设优先行动

行动目标：到2018年，旅游政务办公系统、行业管理信息系统和视频会议系统基本建成，政务公开、办事指南逐步完善。到2020年，旅游电子政务系统全面优化，行业管理水平和办公自动化水平全面提升。

行动内容：一是推进完善旅游政务办公系统。完善各级各地旅游电子政务网建设，构建方便快捷、公平普惠、优质高效的政务服务信息体系，推动各部门业务系统互通对接，完善旅游政务信息资源的开发与利用；推进各级旅游管理部门办公自动化建设，实现公文流转处理电子化和网络化，优化政府办公流程，提高办公效率。二是进一步完善旅游行业管理信息平台。完善旅行社、饭店、景区、导游四大类行业管理系统，形成全国数据统一、分级授权管理的信息系统架构；推进旅游资源数据普查、旅游厕所信息管理、产业运行

监测及应急指挥等平台建设。三是推进视频会议设施建设。推动国家、省（自治区、直辖市）和重点旅游城市等旅游部门依托应急指挥平台建立完善视频会议系统，采用专线或公网模式，保障会议、应急会商的通讯畅通。四是推动各地旅游部门建立和完善网络安全管理制度、涉密信息管理制度、互联网信息发布管理制度等，加强对旅游从业人员的信息安全培训，提高信息安全意识和安全防范水平。

第五章 保障措施

一、加强组织领导

一是健全领导机构。各地要建立旅游信息化领导小组，坚持统一领导、统筹推进，研究解决本地区旅游信息化发展中的重大问题。二是加快工作推进落实。各地要按照职责制定实施方案，细化任务分工，明确推进时限，逐一落实到位。三是强化工作考评。各地要组织开展规划实施年度检查与绩效评估，将旅游信息化作为重要内容纳入旅游工作考核范畴。

二、加强资金与政策保障

一是强化各级财政资金的引导作用，加大对旅游信息化基础性平台建设的投入力度。积极争取国家创新基金等政策性基金，扶持具有前瞻性、公共性、示范性和创新性的旅游信息化项目。二是为旅游信息化项目的投融资、股票上市提供政策性便利和指引，鼓励各地采用 PPP 模式，引导社会资金投向旅游信息化项目。三是完善旅游信息化法律法规，制定出台旅游信息化管理办法，完善依法监管制度。推动现有旅游法律法规延伸适用于旅游信息化领域，完善司法解释和政策解读，填补旅游信息化监管盲区。四是制定出台促进旅游信息化发展的激励政策，支持中小微企业发展壮大，在信用担保、政府购买服务方面予以支持。五是积极开展旅游信

息化试点示范。推动国家信息化相关政策在全域旅游示范区先行先试，推出旅游信息化示范基地和示范单位。

三、加强人才队伍建设

一是壮大专业人才队伍。构建高等教育、职业教育为主体，继续教育为补充的旅游信息化专业人才培养体系。实施英才培养计划，造就一批旅游信息化领军人才。二是建立人才激励机制。建立适应旅游信息化发展的人事制度、薪酬制度、人才评价机制，打破人才流动的体制界限，拓宽人才发现渠道，善用竞争性机制选拔特殊人才。三是鼓励开展旅游从业人员的信息化知识和技能培训，提升行业信息化管理水平。

四、加强交流与协作

一是建立跨行业、跨部门的旅游信息化建设和管理的交流共享机制，加强旅游部门与其他部门在数据交换、业务协同与科技成果转化等领域的信息共享与协作。二是完善旅游行业内部的信息化工作交流机制，加强各级旅游部门之间、相关行业信息化管理部门之间的交流沟通。三是探索成立旅游信息化发展联盟，充分发挥联盟的桥梁和纽带作用，加强行业协同合作，促进旅游信息化健康发展。四是与联合国世界旅游组织、世界旅行及旅游理事会、亚太旅游协会等国际组织加强旅游信息化交流与合作。

附表：信息技术及其在旅游业中的应用场景

序号	技术名称	特性概述	在旅游业中的应用场景和发展前景
1	人工智能 (AI, Artificial Intelligence)	一种新的能以人类智能相似的方式做出反应的智能机器，如机器人、语言识别、图像识别、自然语言处理等，包括机器视觉，指纹识别，人脸识别，视网膜识别，虹膜识别，掌纹识别，专家系统，智能搜索，自动程序设计，智能控制，语言和图像理解等。	景区无人驾驶环保汽车、无人驾驶游艇、景区机器人导游、机器人景点解说、景区危险地段机器人清洁工、景区门禁系统、酒店智能客房钥匙和VIP客户关系管理等。
2	北斗卫星导航系统 (BDS, BeiDou Navigation Satellite System)	我国自行研制的全球卫星导航系统，是继美国全球定位系统(GPS)、俄罗斯格洛纳斯卫星导航系统(GLONASS)之后第三个成熟的卫星导航系统。除军用外，还开放民用波段的位置服务、道路交通管理、紧急救援。	游客自驾或徒步的位置服务(LBS)，旅游车的导航、空间定位，山岳型旅游景区的紧急救援等。
3	云计算 (Cloud Computing)	继大型计算机到客户端-服务器的大转变之后的又一种巨变，是分布式计算、并行计算、效用计算、网络存储、虚拟化、负载均衡、热备份冗余等传统计算机和网络技术发展融合的产物。一般由基础架构即服务(IaaS)、平台即服务(PaaS)、软件即服务(SaaS)三个服务层面构成。	可广泛应用于各种旅游数据库、资料库、管理服务、决策指挥等大型平台的开发、建设和运营，是旅游信息化平台建设的基础性工作。

4	<p>大数据技术 (Big Data Technology)</p>		<p>一种处理“规模大到在获取、存储、管理、分析方面大大超出了传统数据库软件工具能力范围的数据集合”的技术，具有“海量的数据规模、快速的数据流转、多样的数据类型和价值密度低等四大特征。”对于半结构和非结构性数据的采集和处理，提高了统计的效度和信度。</p>	<p>可广泛应用于旅游目的地、旅游企业的旅游客源市场的调查、旅游者行为分析、市场细分、精准营销、客流量监测、景区承载力，以及改进旅游统计方法等。</p>
5	<p>计算机仿真技术 (Computer Simulation Technology)</p>		<p>虚拟现实 (VR, Virtual Reality)</p> <p>一种可以创建和体验虚拟世界的计算机仿真系统，利用计算机生成一种模拟环境，是一种多源信息融合的交互式的三维动态视景和实体行为的系统仿真，使用户沉浸到该环境中。</p>	<p>丰富景区景观的表现力、故事性和趣味性。可以再现无法复原或不易复原的遗址类景区原貌，也可以将真实的环境和虚拟的物体实时地叠加到了同一个画面或虚实空间并存。为景区的文化创意和创意解说提供技术支撑，也可以设计和开发成为主题乐园创意性的乘骑项目。</p>
<p>增强现实 (AR, Augmented Reality)</p> <p>一种将真实世界信息和虚拟世界信息“无缝”集成的新技术，是把原本在现实世界的一定时间空间范围内很难体验到的实体信息（视觉信息、声音、味道、触觉等），通过电脑等科学技术，模拟仿真后再叠加，将虚拟的信息应用到真实世界，被人类感官所感知，从而达到超越现实的感官体验。</p>				

6	电子支付 (Electronic Payment)	近场支付 (Proximity Payment)	基于智能手机或智能终端近场通信技术(NFC),是由非接触式射频识别及互联互通技术整合演变而来,在单一芯片上结合感应式读卡器、感应式卡片和点对点的功能,能在短距离内与兼容设备进行识别和数据交换。	旅游者持配置了支付功能的手机就可以在外出旅游途中随时随地实现票据交互验证、现场即时支付。如持智能手机可以用作机场登机验证、酒店入住登记、景区门禁和酒店客房钥匙,以及实现银行信用卡、交通一卡通、各种支付卡等在智能手机端上多卡合一,绑定支付。可以减少携带现金、找零和假币流通,便于信用消费和分期付款等,电子支付的推广也便于采集旅游消费数字化信息,可以改进和完善旅游统计方法。
		远程支付 (Remote Payment)	也称线上支付,是指利用移动终端通过移动通信网络接入移动支付后台系统,完成支付行为的支付方式。根据交易对象,远程支付也分为远程转账(个人对个人)和远程在线支付(个人对企业)。一个典型的远程支付是,用户通过移动终端在电子商务网站购买产品或服务后,按照商家提供的付款界面,跳转至手机银行或第三方移动支付页面完成支付。	
7	物联网技术 (IOT, Internet of things)		通过射频识别(RFID)、红外感应器、全球定位系统(GPS)、激光扫描器等信息传感设备,按约定的协议,如条形码(Bar code)、二维码(QR Code),将任何物品与互联网相连接,进行信息交换和通讯,以实现智能化识别、定位、追踪、监控和管理的一种网络技术。	实现旅游过程中的人-物连接。如景区从停车场、门禁到观景点、餐饮、旅游商品的全域和全流程的人员和物料管理;实现旅游商品可追溯,导游员、旅游车司机证照信息实时验证管理,自驾车的车辆管理和服务。

8	<p style="text-align: center;">移动互联网 (MI, Mobile Internet)</p>	<p>将移动通信和互联网二者结合起来，成为一体。是指互联网的技术、平台、商业模式和应用与移动通信技术结合并实践的活动的总称。4G 时代的开启以及移动终端设备的凸显必将为移动互联网的发展注入巨大的能量，对于以游客空间移动为主要特征的旅游业具有特别重要的意义。</p>	<p>移动互联网现在已经越来越成为旅游者外出旅游时，与外部世界随时随地保持在线连接的基础设施和基本条件。Web2.0 可以实现旅游者个人与外部世界（不仅仅限于旅游目的地）信息交互和分享（文字、图片、语音、视频等）以及移动电子商务、移动支付等功能。</p>
9	<p style="text-align: center;">社交网络 (SNS, Social Network Service)</p>	<p>SNS 包括社交软件和社交网站。也指现有已成熟普及的信息载体，社交网络服务是一个平台，建立人与人之间的社交网络或社交关系的连接。在更广泛的意义上说，社交网络服务通常是指以个人为中心的服务，或以网上社区服务组为中心的服务。社交网站允许用户在他们的网络共享他们的想法、图片、文章、活动、事件。</p>	<p>SNS 将会颠覆传统的大规模、标准化旅游产品的商业模式，基于 Web2.0 的社交媒体将催生用户生成内容（UGC）的细分市场和个性化订制产品，用户的口碑和评价、游客的产品体验经历和经验都会成为影响潜在游客出游决策的重要依据。也是利用大数据技术进行游客满意度评价和游客偏好测度等项目开展数据挖掘和行为分析的数据来源。</p>

10	可穿戴智能设备 (Wearable Device)	<p>直接穿在身上，或是整合到用户的衣服或配件的一种便携式设备。可穿戴设备不仅仅是一种硬件设备，更是通过软件支持以及数据交互、云端交互来实现强大的功能，如谷歌眼镜、苹果手表将会对我们的生活、感知带来很大的变化。</p>	<p>可以不依靠手持智能终端（如手机、平板电脑等）随时随地实现在线连接，也可以在特定范围内，进行局域网络连接。目前美国迪士尼乐园和度假区已经开发出智能手环，实现门禁验票、游乐项目智能排队、酒店客房钥匙、以及消费支付等功能。可穿戴设备还适合于海滨度假、户外探险等场景活动，也适用于对老年、儿童和残障人士等特定旅游人群的照顾。</p>
----	------------------------------	---	---