

ICS

CCS 点击此处添加 CCS 号

DB 4201

武汉市地方标准

DB 4201/T XXXX—XXXX

文化和旅游公共信息线上发布服务规范

Online public information release service specification for culture and tourism

(征求意见稿)

XXXX - XX - XX 发布

XXXX - XX - XX 实施

发布

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。

本文件由武汉市文化和旅游局提出。

本文件由武汉市文化和旅游局归口。

本文件起草单位：武汉市文化和旅游局、武汉市旅游协会

本文件主要起草人：

文化和旅游公共信息线上发布服务规范

1 范围

本文件规定了文化和旅游公共信息线上发布服务服务的术语和定义、总体要求、公共信息分类及内容、线上发布策划、线上发布实施、服务评价和改进等要求。

本文件适用于文化和旅游经营管理机构公共信息的线上发布服务。

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 16766 旅游业基础术语

3 术语和定义

GB/T 16766界定的以及下列术语和定义适用于本文件。

3.1

文化和旅游公共信息 Public information for culture and tourism

文化和旅游主管部门、经营管理机构为社会公众提供的与文化和旅游活动、文化和旅游资源、文化和旅游服务以及相关公共事务有关的信息总和。

3.2

信息发布主体 Information Release Entities

具备信息监测、分析、发布条件,开展信息发布活动的文化和旅游经营管理机构及其主管部门。

3.3

线上信息发布服务 Online public information release service

信息发布主体通过互联网、无线局域网或新媒体、传统媒体等发布渠道,向社会公众发布和传播有关信息的活动。

3.4

信息质量控制 Information Quality Control

发布主体对发布信息内容的合规性、真实性、完整性、规范性、时效性、安全性等进行的全过程管控。

4 总体要求

4.1 合规性

发布的公共信息应符合国家法律法规相关规定,不应损害国家和社会公共利益。

4.2 准确性

公共信息内容要应真实、可靠、可行,与客观实际情况相一致,没有不符合服务实际的描述,不可夸大、虚假或引人误解。

4.3 完整性

公共信息内容应完整全面无错漏,涵盖相关主题的主要内容,并与线下发布的公共信息保持一致。

4.4 规范性

公共信息的内容应遵循相关法律法规、标准,以及互联网信息传播的基本要求,做到格式规范、语言文明、排版合理。

4.5 时效性

信息应在规定的时间内或根据实际情况及时发布,确保公众能够获取最新信息,尤其是涉及活动时间、政策变化、突发事件等重要信息。

4.6 安全性

公共信息发布主体应有归口管理部门并配置专业人员和设施,有能力保障完成信息编辑、校核、发布、备份等行为流程,防止线上发布信息被网络攻击和篡改。

5 公共信息

5.1 信息分类

5.1.1 公共信息按照功能用途可划分为基本信息、管理信息、服务(产品)信息,包括如下内容:

- a) 基本信息:发布主体按照法律法规要求应明示的信息,包括但不限于地理位置、介绍说明、经营服务资质、评定等级、联系方式信息等。
- b) 管理信息:发布主体按照法律法规要求应明示的信息,包括但不限于最大承载量、实时客流、停车场动态信息、安全预警、紧急救援、投诉电话和线上受理渠道信息等。
- c) 服务(产品)信息:发布主体按照法律法规要求应明示的信息,包括但不限于服务(产品)介绍说明、收费价格、游览参观须知、游览参观路线、服务设施、活动动态、服务变更信息等等。

5.1.2 公共信息按照发布主体划分为文化和旅游主管部门、旅游景区、文化场馆、住宿场所、旅行社和其它文化和旅游经营管理机构。

5.2 信息内容

5.2.1 主管部门

文化和旅游主管部门公共信息线上发布内容按照功能用途划分如下:

- d) 基本信息:包括但不限于各文化和旅游经营管理机构的名称、简介、地址、经营服务资质、评定等级、联系方式等。
- e) 管理信息:包括但不限于旅游交通路况、文化和旅游经营管理机构客流预警、气象预报预警、灾害预警、重要节庆赛事、旅游经营单位及从业人员信用状况、服务咨询信息、服务质量信息、投诉电话和线上受理渠道信息等。
- f) 服务(产品)信息:包括但不限于各类文化和旅游演出活动信息、旅游咨询或服务点信息、旅游厕所信息、住宿信息、餐饮信息、购物信息、温馨提示信息等。

5.2.2 旅游景区

旅游景区公共信息线上发布内容按照功能用途划分如下：

- a) 基本信息：包括但不限于旅游景区的名称、地址、介绍说明、交通信息、网站网址、经营服务资质、评定等级、联系方式等。
- b) 管理信息：包括但不限于旅游景区的最大承载量、客流预警、灾害预警、投诉电话和线上受理渠道信息、停车场动态信息、紧急救援信息、投诉电话和线上受理渠道信息等。
- c) 服务(产品)信息：包括但不限于发布主体的门票说明、服务(产品)说明、购买方式及价格信息、游览参观须知、游览参观路线、服务设施、活动动态、天气信息、服务(产品)变更信息、温馨提示信息等。

5.2.3 文化场馆

文化场馆公共信息线上发布内容按照功能用途划分如下：

- a) 基本信息：包括但不限于文化场馆的名称、地址、介绍说明、交通信息、网站网址、经营服务资质、评定等级、联系方式等。
- b) 管理信息：包括但不限文化场馆的客流预警、灾害预警、投诉电话和线上受理渠道信息、停车场动态信息、紧急救援信息、投诉电话和线上受理渠道信息等。
- c) 服务(产品)信息：包括但不限文化场馆的演出或展览说明、服务(产品)说明、购买方式及价格信息、预约信息、游览参观须知、服务设施、活动动态、天气信息、服务(产品)变更信息、温馨提示信息等。

5.2.4 住宿场所

旅游住宿场所公共信息线上发布内容按照功能用途划分如下：

- d) 基本信息：包括但不限于旅游住宿场所的名称、地址、介绍说明、交通信息、网站网址、经营服务资质、评定等级、联系方式等。
- e) 管理信息：包括但不限于旅游住宿场所的灾害预警、投诉电话和线上受理渠道信息、停车场动态信息、紧急救援信息、投诉电话和线上受理渠道信息等。
- f) 服务(产品)信息：包括但不限于旅游住宿场所的客房介绍及房价、服务(产品)说明、预订方式、入住须知、服务设施、活动动态、天气信息、服务(产品)变更信息、温馨提示信息等。

5.2.5 旅行社

旅行社公共信息线上发布内容按照功能用途划分如下：

- a) 基本信息：包括但不限于旅行社的地理位置、介绍说明、营业网点、网站网址、经营服务资质、评定等级、联系方式等。
- b) 管理信息：包括但不限于旅行社的投诉电话和线上受理渠道信息、安全预警信息、紧急救援信息等。
- c) 服务(产品)信息：包括但不限于旅行社的产品介绍、产品价格、导游介绍、旅游合同、服务项目、服务(产品)变更信息、温馨提示信息等。

5.2.6 其它文化和旅游经营管理机构

其它文化和旅游经营管理机构公共信息线上发布内容按照功能用途划分如下：

- a) 基本信息：包括但不限于发布主体的名称、地址、介绍说明、交通信息、网站网址、经营服务资质、评定等级、联系方式等。
- b) 管理信息：包括但不限于发布主体的投诉电话和线上受理渠道信息、安全预警信息、紧急救援信息等。
- c) 服务(产品)信息：包括但不限于发布主体的服务(产品)说明、购买方式及价格信息、服务(产品)变更信息、温馨提示信息等。

6 线上发布策划

6.1 信息来源

6.1.1 基本信息、管理信息、服务(产品)信息应由信息发布主体明确相应的责任部门提供给信息发布管理部门或岗位，确保信息的准确性和权威性。

6.1.2 转发外部信息，应办理相应的确认流程，如涉及知识产权要获得授权并注明出处。

6.2 格式要求

6.2.1 线上发布文字信息的背景应统一模板。

6.2.2 信息内容应使用简体汉字，字体、字号、颜色保持一致。

6.2.3 外文信息的翻译应准确、流畅，符合目标语言的表达习惯，应与中文信息内容保持一致。

6.2.4 如使用音频、视频发布信息应与文字信息内容保持一致。

6.3 信息审核

6.3.1 应建立信息审核流程，包括初审、复审和终审环节，以确保审核的全面性和准确性。

6.3.2 应对信息的来源、格式、内容等进行初步审核，检查是否符合发布要求。

6.3.3 复审对初审通过的信息进一步审核，重点检查信息的合规性、准确性、完整性、规范性、时效性、安全性。

6.3.4 终审部门对信息内容进行最后的把关，确保信息质量符合要求。

6.3.5 审核过程中，如信息存在问题，审核部门应提出具体的修改意见和建议。

6.3.6 信息提供部门在收到审核反馈后，应进行修改，并重新提交审核。

6.3.7 通过终审的信息才能进行线上发布。

7 线上发布实施

7.1 线上发布平台

信息发布主体应明确建立官方线上发布平台，如：官方网站，官方社交媒体账号（如微信公众号、微博、抖音等），并统一归口运营，并保持线上发布平台的可识别和唯一性。

7.2 线上发布渠道

7.2.1 通过审核的公共信息由信息发布主体发布管理部门在建立的官方线上发布平台发布。

7.2.2 各类线上预订平台发布与信息发布主体相关的公共信息，应与发信息布主体官方线上发布平台发布信息内容保持一致。

7.3 突发状态处理

7.3.1 信息发布主体应充分识别可能发生的突发状态，如线上发布平台被网络攻击影响正常服务，线上信息被篡改等，并建立相应的应对策略和工作预案。

7.3.2 应统计并总结突发事故情况，并定期演练应对突发处理，确保及时快速的排除风险。

8 信息更新与维护

8.1 应建立信息更新机制，定期对发布的信息进行更新和维护，确保信息的时效性和准确性。

8.2 对于时效性较强的信息，如活动信息、优惠政策等，应在信息过期后及时进行删除或标注已过期。

8.3 对于稳定长期发布的信息，如景区、文化场馆介绍、旅游攻略等，应根据实际情况进行定期更新，补充新的内容和数据。

8.4 应加强对信息发布平台的日常维护和管理，确保平台的稳定性和安全性。

8.5 应定期对平台进行技术升级和维护，及时修复平台出现的漏洞和故障。

8.6 应建立发布数据的备份和管理机制，防止数据丢失或损坏。

9 服务评价和改进

9.1 信息发布主体应通过多种方式收集用户反馈，如在官方线上发布平台设置用户评价功能、在社交媒体上关注用户的评论和私信、开展用户满意度专项调查等。

9.2 应及时根据用户反馈，分析信息发布工作中存在的问题，如信息是否满足用户需求、信息的更新频率是否合适、信息的呈现方式是否易于理解等。

9.3 应针对反馈问题，及时调整和改进信息发布策略，不断优化信息编辑、审核和发布流程，提升服务质量，以满足用户获取信息的需求，提高服务对象的满意度。

参 考 文 献

- [1] 《中华人民共和国旅游法》