



中华人民共和国城镇建设行业标准

CJ/T 425—2013

风景名胜区公共服务 营销平台

Public services of scenic and historic areas—
Marketing platform

2013-08-15 发布

2013-11-01 实施

中华人民共和国住房和城乡建设部 发布

目 次

前言 I

引言 II

1 范围 1

2 规范性引用文件 1

3 术语和定义 1

4 一般规定 1

5 基本功能 2

6 配套系统 2

前 言

本标准按照 GB/T 1.1—2009 给出的规则起草。

本标准由住房和城乡建设部标准定额研究所提出。

本标准由住房和城乡建设部风景园林标准化技术委员会归口。

本标准起草单位：中国风景名胜区协会、深圳市鼎游信息技术有限公司、城市建设研究院、住房和城乡建设部城乡规划管理中心、建设综合勘察研究设计院有限公司、北京立联票务有限公司、北京建设数字科技股份有限公司、黄山风景区管理委员会、九寨沟风景名胜区管理局、峨眉山-乐山大佛风景名胜区管理委员会、青城山-都江堰风景名胜区管理局、武夷山风景名胜区管理委员会。

本标准主要起草人：高蕴华、丁东、张海平、赵旭伟、王磐岩、安超、李振鹏、王开、耿丹、韩笑、张剑、闫永利、李进、刘春艳、梁焱、吴小利、马军、李恒希、王静波、杨国军、艾昌勇、翁剑。

引 言

为贯彻《风景名胜区条例》(国务院令第 474 号)和国家有关规定,加强风景名胜区的规范化管理,提高风景名胜区旅游服务质量,引导和规范风景名胜区公共服务建设,特制定本标准。

本标准在借鉴和总结国内外旅游目的地现代服务模式和管理经验基础上,针对不同类型、不同基础及不同发展阶段的风景区总体情况和共性需求制定统一标准,引导风景名胜区在电子商务基础上,构建现代服务业共性服务技术支撑下的一体化公共服务营销平台,并保持对风景名胜区公共服务建设的可扩展性。本标准的制定,有助于进一步提升景区自身推介手段与经营管理水平,在宣传景区、服务大众的同时,还可作为风景名胜区行业“游客容量”等相关监测数据的采集平台。

风景名胜区公共服务 营销平台

1 范围

本标准规定了风景名胜区公共服务营销平台的术语和定义、一般规定、基本功能和配套系统。
本标准适用于风景名胜区公共服务营销平台(以下简称“平台”)的设计开发。

2 规范性引用文件

下列文件对于本文件的应用是必不可少的。凡是注日期的引用文件,仅注日期的版本适用于本文件。凡是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 9385 计算机软件需求规格说明规范

GB/T 9386 计算机软件测试文档编制规范

GB/T 15532 计算机软件测试规范

GB/T 22081 信息技术 安全技术 信息安全管理实用规则

GB/T 22080 信息技术 安全技术 信息安全管理体系 要求

GB/T 25068.1 信息技术 安全技术 IT 网络安全 第1部分:网络安全管理

GB/T 26360 旅游电子商务网站建设技术规范

3 术语和定义

下列术语和定义适用于本文件。

3.1

公共服务营销平台 marketing platform for public service

基于计算机软硬件和网络环境,集成电子商务、宣传推介、互动交流与风景名胜区相关业务系统,通过信息共享与集成管理,实现对风景名胜区在多种网络上的资源推介、旅游产品交易、互动交流等管理与服务功能的综合集成化信息系统。

3.2

风景名胜区票务系统 ticketing system for scenic and historic areas

风景名胜区门票、索道及区内交通票务的管理与网络销售系统。

3.3

风景名胜区电子门禁系统 electronic access control system for scenic and historic areas

风景名胜区门票、索道票及区内交通票的自动核验与人员通过系统。

4 一般规定

4.1 公共服务营销平台应包括电子商务、宣传推介、互动交流、数据交换和应用维护等子系统。

4.2 公共服务营销平台应具有与风景名胜区其他业务系统互联互通等功能,并预留数据共享接口。

4.3 公共服务营销平台运行环境应包括网络、服务器、存储设备、系统软件、配套设备 and 安全保障环境