

# DB 1402

## 大同市地方标准

DB 1402/T XXXX—2023

### 旅游网红打卡地建设指南

2023 - XX - XX 发布

2023 - XX - XX 实施

# 目 次

前言 .....	II
1 范围 .....	1
2 规范性引用文件 .....	1
3 术语和定义 .....	1
4 总则 .....	1
5 网红打卡地类型 .....	1
6 认定型网红打卡地 .....	2
6.1 认定条件 .....	2
6.2 认定程序 .....	2
7 新建型网红打卡地 .....	3
7.1 建设类型 .....	3
7.2 选址布局 .....	3
7.3 宣传 .....	3
7.4 环境设施 .....	4
7.5 配套建设 .....	4
8 持续改进 .....	4
附录 A（资料性） 大同市旅游网红打卡地认定申报表 .....	6
附录 B（规范性） 旅游网红打卡地认定评分表 .....	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。

本文件由大同市文化和旅游局提出并组织实施。

本文件由大同市文化和旅游标准化技术委员会归口。

本文件起草单位：大同市文化和旅游局、山西大同大学云冈学院、大同市中国旅行社有限责任公司、麦斯达夫（大同）标准技术服务有限公司。

本文件主要起草人：常炜、王雪妮、王婧雯、张曼、李镇、吴雅玲、王钊柱。

# 旅游网红打卡地建设指南

## 1 范围

本文件规定了旅游网红打卡地建设的总则、网红打卡地类型、认定型网红打卡地建设、新建型网红打卡地建设及持续改进。

本文件适用于旅游网红打卡地的建设。

## 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 18973 旅游厕所质量要求与评定

GB/T 31384 旅游景区公共信息导向系统设置规范

## 3 术语和定义

下列术语和定义适用于本文件。

### 3.1

#### 旅游网红打卡地

网络信息量高、社交平台热门旅游目的地，涵盖购物、餐饮、娱乐、旅游观光、健身、文化、展览等服务项目。

## 4 总则

4.1 建设旅游网红打卡地宜坚持品牌自身的文化基因和文化遗产，宜根据特色资源和特色文化挖掘文化属性及背景。

4.2 旅游网红打卡地宜为新、奇、特的网红场景，具有独特的创意与体验，及时感知网红打卡地环境、设施设备、客流、业务流、物流、资金流等信息，快捷调整打卡地建设、经营方针策略。

4.3 好的创意一定来源于生活，好的体验一定是多元的交融

4.4 宜抓住“小众”“首家”“新店”等关键特点，体现标新立异走在前端的特质。

4.5 旅游网红打卡地建设普遍宜具有以下3大特性：

a) 流行性：曾在个或多个社交平台中引发群体性点赞转发行为；

b) 标志性：打卡地中通常会具备至少一个极具代表性的标志点，它会在社交平台的推广传播中反复出现，同时也是游客在实地游览时绝不会错过的关键吸引物；

c) 社交属性：在泛娱乐化环境下，用户在社交平台上的展示呈现出自我景观化的属性，而前往网红打卡地拍美照并分享到社交平台也是美化自我强化社交的一种方式。

## 5 网红打卡地类型

5.1 网红打卡地分为认定型网红打卡地和新建型网红打卡地。

5.2 旅游网红打卡地的类型包含但不限于如下：

- a) 旅游景区；
- b) 旅游街区；
- c) 酒店民宿；
- d) 文化艺术场馆（博物馆、图书馆、美术馆、大剧院）；
- e) 销售门店（商场、餐饮店、文创店、超市、化妆品店）；
- f) 体育健身场所。

## 6 认定型网红打卡地

### 6.1 认定条件

6.1.1 3年期间未发生有影响的安全责任事故、违法案件和重大纠纷与质量投诉事件。

6.1.2 人流量较大，持续1年以上达到瞬时承载量。

6.1.3 申报旅游网红打卡景区、街区、文化艺术场馆、健身场所，还应具备下列基本条件：

- a) 宜反映大同当地的文化特色，其自身宜拥有独特的色彩、造型或历史故事；
- b) 大同市行政区域内设有统一管理机构，并具有明确的地域范围且商业、服务业较为集中街区、景区；
- c) 经营者诚实守信、依法经营，无较大失信行为和不良信用记录，其中申请认定网红打卡街区，其街区内已获得市级或县（区）级或门店的合计数应达到店面总数的70%以上（含70%）；
- d) 经营管理和服务质量口碑好、社会美誉度高；
- e) 持续开展网红打卡地创建活动。

6.1.4 申报旅游网红打卡酒店民宿、商场、门店，还应具备下列基本条件：

- a) 在大同市行政区域内依法登记的企业或实行企业化管理的事业单位及其他有关经济组织；
- b) 具备合法经营主体资格，已取得法律、法规规定的各项行政许可，并依法领取相关证、照及其它证明文件；
- c) 有与经营规模相一致的经营场所，正常经营1年以上；
- d) 生产、经营和服务与生活或消费密切相关；
- e) 诚实守信、依法经营，无失信行为和不良信用记录；
- f) 环境优美、给大众带来高品质体验；
- g) 持续开展创新、宣传活动，具体持续吸引游客打卡的能力。

### 6.2 认定程序

6.2.1 由申报单位提交以下材料：

- a) 《大同市旅游网红打卡地认定申报表》（参见附录A）；
- b) 营业执照（副本）和相关行政许可复印件；
- c) 本单位自查评分表及自查报告；
- d) 申报市级旅游网红打卡地的，还需提交县（区）级以上相关荣誉证书（或相关证明材料）；
- e) 需要提交的其他相关材料。

6.2.2 由主管部门对申报单位提交的申报材料对照相关要求进行审核，对不符合要求的申报材料应要求申报单位进行补充完善，对未补充材料或补充材料仍不符合要求的申报单位视为自动放弃申报。

6.2.3 宜成立现场考核组，现场考核组成员一般为3人~5人，由主管部门人员及行业专家等组成，

明确 1 名现场考核组组长。其中行业专家可以从相关专家库中随机抽取。制定现场考核计划方案，对照《旅游网红打卡地认定评分表》（参见附录 B）要求，对材料审核合格的申报单位进行现场考核评分。

6.2.4 每个申报单位现场考核时间一般为 0.5 天~1 天，考核程序包括：

6.2.5 现场考核组组长介绍考核组成员、工作程序与要求：

- a) 申报单位工作汇报；
- b) 查阅相应的文件资料证据；
- c) 实施现场考核及评分（含服务满意度调查测评）；
- d) 若发现申报单位存在不符合条件的，应终止现场考核评分。

6.2.6 现场考核总分为 100 分，县（区）级申报单位现场考核得分达到 70 分以上（含 70 分）为合格；市级申报单位现场考核得分达到 80 分以上（含 80 分）为合格。

6.2.7 形成现场考核意见。现场考核组根据现场考核评分情况，对申报单位按得分从高到低列出认定结果统计表，签字后报送主管部门。

6.2.8 结果审定。现场考核专家组宜对现场考核结果统计表进行审核，对达到规定得分要求的申报单位提出建议认定的意见。

6.2.9 对外公示。现场考核专家组审定通过的“拟定旅游网红打卡地单位”，由主管部门在本级主要新闻媒体进行集中对外公示 1 周。公示期间应同时公布举报电话、通讯地址和电子信箱等信息。

## 7 新建型网红打卡地

### 7.1 建设类型

7.1.1 建设门店打卡地宜注重塑造能够打动用户的元素

7.1.2 建设旅游网红打卡景区、旅游街区，宜更关注环境和停车要素。

7.1.3 建设旅游网红打卡酒店民宿，宜更注重服务质量。

7.1.4 建设旅游网红打卡文化艺术场馆，宜注重环境体验文化艺术，反映大同人文、历史和习俗。

7.1.5 建设旅游网红打卡门店，宜注重商品、产品新奇，体现当地特色，具有当地标志、标识，价格优惠。

7.1.6 建设旅游网红打卡体育健身场所，宜注重环境、体育设施专业程度。

### 7.2 选址布局

7.2.1 空间统一规划、整体设计、形象美观，明确业态分布、比例及核心功能的要求，并相宜设置公共活动空间。

7.2.2 选址宜在大同市域范围内的商业区、景观区、城市规划休闲功能区、历史文化街区等。

7.2.3 新建型网红打卡地与居住区的距离不宜太近，不宜发生扰民、占道、占绿等现象。

7.2.4 宜不损害原有建筑群、生态环境等。

### 7.3 宣传

#### 7.3.1 针对性宣传

7.3.1.1 应根据游客需求做出不同的宣传内容，比如推广家庭游、写生游等为主题的旅游项目；根据景区特色进行可视化宣传，

7.3.1.2 宣传方式宜为将特色旅游资源拍成照片、制成海报、剪辑视频，并制定不同的旅游攻略供游客参考，通过深入社区等线下渠道、借力官网自媒体等线上渠道扩大宣传范围。

### 7.3.2 创新性宣传

- 7.3.2.1 宜邀请知名度较高的旅游博主免费体验打卡地，撰写软文通过社交媒体渠道推广宣传。
- 7.3.2.2 宜邀请短视频平台流量较高的网红深入打卡地，在现场通过直播平台介绍。
- 7.3.2.3 宜通过网络发布举办亲子游等活动，免收门票，设计比赛环节、游戏环节。
- 7.3.2.4 宜以奖励形式鼓励游客以家庭为单位进行短视频创作，并通过自己的社交媒体渠道发布图片、文字、视频等信息。
- 7.3.2.5 宜通过当地主流媒体宣传网红打卡地特色：
  - a) 能满足游客的新奇需求，如美景、追星、医疗、养生、美食、音乐等；
  - b) 环境好、价格适中、交通便利，宜配图效果图、拍照图；
  - c) 适合的拍照和打卡出游团体，如亲子游等；
  - d) 能提供体验类项目，例如穿汉服游览云冈石窟；
  - e) 具有强大的内容力。
  - f) 应如实宣传

### 7.4 环境设施

- 7.4.1 商业区、景观区、城市规划休闲功能区、历史文化街区等，宜具备正常运转的公共设施。
- 7.4.2 宜设有符合旅游网红打卡地的标志性建筑，符合市民和游客的拍照要求。
- 7.4.3 宜设置安全标志，且符合 GB/T 31384 中 6.6 的要求。
- 7.4.4 宜在经营场所或网站显著位置宜使用统一标记。宜设计宣传标识、海报及宣传资料。在打卡地显著位置设置建设工作宣传栏，公示建设承诺、建设动态等信息。
- 7.4.5 外摆位设施实用、美观，与整体环境协调，有专职保洁人员；街区道路清洁、整齐，设有干湿分类容器，并引导游客按照要求投放垃圾。
- 7.4.6 环境卫生宜符合下列要求：
  - a) 环境干净、整洁，无白色垃圾；
  - b) 垃圾日产日清，垃圾箱每周冲洗 1 次；
  - c) 每周定期消毒 1 次，无异味、无污渍、无积水、无杂物；
  - d) 灭鼠工作每年不少于 2 次。

### 7.5 配套建设

- 7.5.1 宜建设停车场，按国家规范配置新能源汽车充电桩，配置通过 LED 屏实时显示剩余停车位数量信息。
- 7.5.2 宜设置接待服务中心，提供游客休息、特殊人群服务等多项服务，功能齐全、位置合理。
- 7.5.3 室内休闲区宜设置报纸、展览、体现景区特色的设施。
- 7.5.4 宜设置提醒标识和警示牌。
- 7.5.5 设立医疗急救站，配置专业救护人员、各类救护药品、设备。
- 7.5.6 公共卫生间数量充足，布局宜符合 GB/T 18973-2022 中 6.1 规定，主要步行游览区域每个卫生间间距不超过 400m。
- 7.5.7 旅游景区建立通讯站（塔），通讯信号和 WiFi 全覆盖。
- 7.5.8 根据打卡地自身环境条件，在重要景点及休息区设置移动终端充电设备或共享充电宝租赁设备。若条件特殊，可替换为其他打卡地特色休闲设施。

## 8 持续改进

- 8.1 宜收集游客及网友的反馈，根据问反馈做出相应调整，比如在旅游项目及服务质量方面。
- 8.2 宜做好常态化宣传方案，根据前期的经验教训、再不断学习优先的宣传案例，持续创造宣传亮点，保持热度。
- 8.3 宜加强治理，建立网红打卡地长效管理机制，对游客数量、服务设施情况、景区承载力等指标做好应急预案和信息公开。
- 8.4 旅游网红打卡地宜不断改进，以“四态”、“四气”、“四非常”与“五有”为目标：
  - a) “四态”，指形态高颜值，业态好内容，文态亮符号，生态优环境。
  - b) “四气”，指人气、商气、财气和名气，即高客流量、高经营额、高回报率及高知名度。
  - c) “四非常”，指让年轻人感到非常时尚，老年人感到非常怀旧，外地人感到非常本地，外国人感到非常中国。
  - d) “五有”，指历史有根、文化有脉、商业有魂、经营有道和品牌有名。



## 附 录 A

(资料性)

## 大同市旅游网红打卡地认定申报表

大同市旅游网红打卡地认定申报表见表A.1。

表 A.1 大同市旅游网红打卡地认定申报表

单位名称		申报类型	
单位地址		法定代表人	
主要经营项目		统一社会信用代码	
联系人		联系电话	
申报单位简介			
开展网红打卡地的优势			
申报单位诚信承诺	签字（公章）		年 月 日
主管部门意见	签字（公章）		年 月 日
备注			

**附录 B**  
**(规范性)**  
**旅游网红打卡地认定评分表**

旅游网红打卡地认定评分表见表B.1。

**表 B.1 旅游网红打卡地认定评分表**

认定项目	评分内容	分值	得分
组织管理 (15分)	成立工作机构	2	
	有固定场所	3	
	建有重大事故应急预案	5	
	建有诚信经营机制	5	
环境建设 (20分)	环境干净、整洁，垃圾日产日清，垃圾箱每周冲洗1次	2	
	室内温度根据市民或游客要求，宜控制在26℃±2℃	3	
	设有安全标志，且符合GB/T 31384的要求	3	
	设有打卡标志性建筑，符合市民和游客的拍照要求	3	
	经营单位外摆位设施实用、美观，与整体环境协调	3	
	经营单位在经营场所或网站显著位置使用统一标记	3	
设施设备 (20分)	在出入口、停车场、主要通道、游客中心等区域设置24小时监控设施	5	
	配置灭火器、消防泵、消防水带、声光报警器、应急灯、消防报警设施等安全防护设施	5	
	设置提醒标识和警示牌，在危险地段设置警示牌、隔离线、防护栏和行车缓冲带	5	
	设立医疗急救站，配置专业救护人员、各类救护药品、设备	5	
游客权益 (20分)	设立维权服务站并配备熟悉业务的工作人员，公示“12315”热线电话、投诉电话	5	
	建立健全投诉快速反应机制，及时处理游客投诉，维护消费者合法权益	5	
	建立纠纷和解机制，投诉处理记录完整、有回访，对游客有效投诉处理率达到100%	5	
	积极配合辖区行政管理部门开展环境优化提升工作	5	
宣传教育 (10分)	街区主要位置有醒目固定“旅游网红打卡地”标牌场所内建设宣传标语	2	
	游客对创建工作认同度达到80%以上，对创建工作知晓率达到100%	3	
	充分利用多媒体开展网红打卡的宣传及时发布信息	2	
	定期开展保护等法律法规的宣讲，对从事消费者权益保护的人员开展业务培训	3	
档案管理 (15分)	旅游网红打卡地的申报材料	1	
	工作组织机构和人员分工的文件资料	1	
	保洁工作台账、广告牌的照片、定期巡查记录、考评记录、开展教育和培训记录	1	
	归档建设活动的宣传方案或者宣传成果材料	1	
	街区内参与网红打卡地建设的经营户名单以及工作绩效的汇总材料	2	
	维权服务站的建站运行情况和台账	2	
	开展风险预警提示的材料	2	
满意度调查方案、问卷、结果报告和收集到的反馈意见及整改措施的实施记录	5		