



中华人民共和国国家标准

GB/T 26354—2025

代替 GB/T 26354—2010

旅游信息咨询服务

Tourist information service

2025-03-28 发布

2025-07-01 实施

国家市场监督管理总局
国家标准化管理委员会 发布

目 次

前言	III
1 范围	1
2 规范性引用文件	1
3 术语和定义	1
4 总体要求	1
5 服务内容	2
5.1 信息提供	2
5.2 目的地宣传推广	2
6 服务方式	3
6.1 线上服务	3
6.2 线下服务	3
7 服务人员	3
7.1 基本要求	3
7.2 人员培训	4
8 服务设施设备	4
8.1 线上设施设备	4
8.2 线下设施设备	4
9 服务改进	4
9.1 统计与分析	4
9.2 意见与评价	5

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。

本文件代替 GB/T 26354—2010《旅游信息咨询中心设置与服务规范》，与 GB/T 26354—2010 相比，除结构调整和编辑性改动外，主要技术变化如下：

- 更改了“范围”一章，删除了机构的“公益性”要求（见第1章，2010年版的第1章）；
- 更改了“术语和定义”一章中关于“旅游信息”的定义（见3.1，2010年版的2.1），删除了术语“旅游信息咨询中心”和“旅游信息咨询员”（见2010年版的2.2、2.3），增加了术语“旅游信息咨询服务机构”（见3.2）；
- 删除了“旅游信息咨询中心的设置和基本功能”一章（见2010年版的第3章）；
- 增加了旅游信息咨询服务的“总体要求”一章（见第4章）；
- 删除了“名称与标志”一章和“附录A 标志的设觉识别系统”（2010年版的第4章、附录A），标志“i”的相关内容融进了“总体要求”（见4.4）；
- 增加了信息提供的内容和要求（见5.1）；
- 增加了目的地宣传推广的内容和要求（见5.2）；
- 增加了线上服务方式的要求（见6.1，2010年版的6.4.2）；
- 增加了无障碍服务的要求（见6.1.8、6.2.7）；
- 增加了线下服务导向系统和图形符号设置的要求（见6.2.3、6.2.4）；
- 增加了不同类型服务人员的具体要求（见7.1.4、7.1.5、7.1.6、7.1.7）；
- 增加了人员培训的内容和要求（见7.2，2010年版的7.3）
- 删除了“管理和制度”一章（见2010年版的第8章）；
- 增加了提供线上服务的设施设备要求（见8.1）；
- 增加了提供线下服务的设施设备的要求（见8.2，2010年版的5.4）；
- 增加了对游客需求进行统计和分析的要求（见9.1）；
- 增加了对游客反馈的意见进行回复和引导游客对咨询服务进行满意度评价的要求（见9.2）。

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。

本文件由中华人民共和国文化和旅游部提出。

本文件由全国旅游标准化技术委员会（SAC/TC 210）归口。

本文件主要起草单位：浙大城市学院、新昌县旅游集团有限公司、丽水志泉标准化技术有限公司、浙江旅游职业学院、浙江农林大学、山东天蒙旅游开发有限公司、中国水利水电科学研究院、四川旅游学院、越士（杭州）文化旅游发展有限公司、上海商学院、山西省文化和旅游发展中心、福建省文化和旅游质量标准化建设中心、杭州市文化和旅游发展中心、浙江省文化和旅游标准化研究会。

本文件主要起草人：胡斌、俞亚其、牟琳、程钢、吴敏敏、方琳、白鸥、万金红、何佳妮、刘子腾、袁恒、崔磊、赵超辉、余瑞明、石雨箴、刘勇、符全胜、冯晓巍、笪章彪、牛忠瑞、金琳琳、方颖、冯雪彤、崔子瀛、钱庆江、李子璇。

本文件及其所代替文件的历次版本发布情况为：

- 2010年首次发布为GB/T 26354—2010；
- 本次为第一次修订。

旅游信息咨询服务

1 范围

本文件规定了旅游信息咨询服务的总体要求、服务内容、服务方式、服务人员、服务设施设备和服

务改进方面的内容。

本文件适用于旅游目的地各类机构提供的旅游信息咨询服务。

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 10001.1 公共信息图形符号 第1部分：通用符号
- GB/T 10001.8 公共信息图形符号 第8部分：行为指示符号
- GB/T 10001.9 公共信息图形符号 第9部分：无障碍设施符号
- GB/T 15566.1 公共信息导向系统 设置原则与要求 第1部分：总则
- GB/T 31015 公共信息导向系统 基于无障碍需求的设计与设置原则

3 术语和定义

下列术语和定义适用于本文件。

3.1

旅游信息 **tourist information**

与旅行、游览、休闲、度假等活动相关的内容和描述。

3.2

旅游信息咨询服务机构 **tourist information office**

以满足游客信息需求为目的，通过线上或线下方式提供旅游信息（3.1）咨询服务的组织。

注：常见的旅游信息咨询服务机构包括旅游服务中心、旅游集散中心、旅游信息咨询点、旅游景区、旅游饭店、智慧旅游公共服务平台等。

4 总体要求

4.1 应提供合法、准确、客观、详实的旅游信息，并实时更新。

4.2 应与旅游目的地政府管理部门和相关企事业单位建立信息沟通机制，全面收集和整合旅游目的地相关信息。

4.3 应与周边社区建立联系，提供社区居民参与旅游信息咨询服务的渠道。

4.4 应设置符合 GB/T 10001.1 关于“信息服务”（i）要求的图形符号。

4.5 应提供符合低碳、节能、绿色的可持续发展要求的服务。

5 服务内容

5.1 信息提供

5.1.1 应明示提供的旅游信息内容，宜包括但不限于：

- a) 旅游相关法律、法规和重要政策；
- b) 旅游主管部门的位置和联系方式；
- c) 旅游公共服务设施的位置和联系方式；
- d) 文化和旅游场所的位置、介绍、费用、交通、停车场、无障碍条件、开放时间和预约政策等；
- e) 娱乐、文化、体育、休闲等相关活动的安排；
- f) 旅游地图；
- g) 交通枢纽、路线及其时刻表；
- h) 旅游及其相关服务提供者的联系方式，包括住宿、餐饮、旅行社、货币兑换、翻译、车船租赁、轮椅和童车租赁、行李寄存和宠物托管等；
- i) 文明旅游和安全注意事项；
- j) 医疗、救援等紧急服务的联系方式；
- k) 风俗习惯、风土人情；
- l) 未来一周以内的天气预报；
- m) 旅游费用、产品优惠和促销；
- n) 旅游行程、路线的安排建议；
- o) 其他常见问题和解决方案。

5.1.2 应根据游客的不同需求提供答复、建议等具体信息。

5.1.3 应提供便于手机等移动设备获取并直接打印的数字化旅游信息。

5.1.4 应提供册页等可供游客带走的印刷类旅游信息。

5.2 目的地宣传推广

5.2.1 宜根据目的地整体宣传推广策略，开展咨询服务和宣传推广活动。

5.2.2 宜根据游前、游中、游后的不同阶段，通过线上和线下渠道，主动向游客提供目的地相关旅游信息，促进游客与目的地建立长期的互动关系。

5.2.3 可根据目的地宣传推广需要，提供其他辅助服务，包括但不限于：

- a) 链接第三方预订和销售平台；
- b) 个性化推荐和定制服务；
- c) 票务和租赁服务；
- d) 货币兑换服务；
- e) 展示和销售当地土特产品、旅游商品、文创产品及相关出版物；
- f) 销售交通一卡通和旅游一卡通。

5.2.4 在提供与目的地宣传推广相关的其他辅助服务时应告知以下信息：

- a) 服务内容的价格及使用条件；
- b) 可使用的付款方式；
- c) 退货退款和售后保障政策；
- d) 第三方服务提供者的资质；
- e) 服务中其他可能存在的风险。

6 服务方式

6.1 线上服务

- 6.1.1 应通过包括但不限于热线电话、网站（网页）、电子邮件及手机应用程序等载体提供服务。
- 6.1.2 应提供 24 h 电话自动语音回复、网站浏览和查询、离线消息和人工智能问答等服务。
- 6.1.3 应设立常见问题专栏，便于游客在线自助获取信息。
- 6.1.4 应设有二维码等数字工具，便于游客通过智能手机或平板电脑等移动设备快速获取信息。
- 6.1.5 应至少提供普通话和英语两种语言文字服务，网站（网页）和手机应用程序宜有中文版和英文版，有条件的可根据游客需求提供其他外语服务。
- 6.1.6 应根据历史游客人数、最大承载量、旅游淡旺季、旅游节庆活动等因素确定人工在线服务时间，且不少于每日 8 h。
- 6.1.7 应建立线上及时处理程序，明示处理时间。热线电话、网站（网页）及手机应用程序留言应在 24 h 内回复，电子邮件应在 48 h 内回复。
- 6.1.8 宜有字体缩放、字幕标注、音频描述及手语翻译等无障碍服务。

6.2 线下服务

- 6.2.1 应安排服务人员面对面接受来访游客的咨询和提供相关服务。
- 6.2.2 应根据历史游客人数、最大承载量、旅游淡旺季、旅游节庆活动等因素确定开放时间，且不少于每日 8 h。
- 6.2.3 应在入口处、布告栏、网站、印刷品及电子地图等公开信息平台上注明其所在位置、开放时间和联系方式。
- 6.2.4 应设置符合 GB/T 10001.1、GB/T 10001.8、GB/T 10001.9、GB/T 15566.1 和 GB/T 31015 要求的公共信息图形符号和导向系统。
- 6.2.5 应通过印刷品、显示器、电脑、触摸屏、移动设备、三维设施和人工智能机器人等方式提供相应的现场信息咨询服务。
- 6.2.6 工作人员应使用普通话提供服务，相关印刷品应有中文版和英文版，并宜根据来访游客的实际需求，提供方言或外语服务。
- 6.2.7 应向来访游客提供有较大字体、多图形等易于阅读和理解的印刷品，向残障人士提供盲文、手语视频等无障碍服务。
- 6.2.8 可根据需要指派工作人员到旅游活动的现场提供咨询服务。

7 服务人员

7.1 基本要求

- 7.1.1 应明确服务人员的接待、服务能力要求，包括受教育程度、培训经历、技能和工作经验等。
- 7.1.2 应规定服务人员通过线上和线下提供服务的要求。
- 7.1.3 服务人员应易于辨识，提供线上人工服务时，应告知工号和服务机构名称；提供线下服务时，应佩戴统一的胸牌、徽标或统一着装。
- 7.1.4 从事游客接待的服务人员应具备良好的沟通能力，熟悉目的地旅游信息，使用规范的语言进行服务。
- 7.1.5 从事目的地旅游宣传推广的服务人员应熟悉旅游宣传推广策略、渠道和品牌等内容。
- 7.1.6 从事后台技术支持的服务人员应熟练掌握相应的软硬件技术。
- 7.1.7 可建立旅游志愿服务机制，吸纳旅游志愿者向来访游客提供特定的旅游信息咨询服务。

7.1.8 宜定期开展服务人员综合绩效考核工作。

7.2 人员培训

7.2.1 应针对服务人员的岗位开展定期或不定期的培训，内容包括但不限于：

- a) 获取、使用和提供目的地旅游信息所需要的知识和技能；
- b) 目的地经济、社会、人文、地理等基本知识；
- c) 目的地旅游资源和旅游公共服务等基本信息；
- d) 服务提供商等基本信息；
- e) 文明旅游和安全旅游知识；
- f) 急救知识和紧急情况处理的措施；
- g) 处理投诉和建议的技巧；
- h) 无障碍设施使用和无障碍服务的技能；
- i) 目的地旅游宣传推广和客户拓展的技能。

7.2.2 应定期开展服务人员培训的评估工作。

8 服务设施设备

8.1 线上设施设备

8.1.1 应具备支持热线电话、网站（网页）、电子邮件和手机应用程序等线上服务形式的设施设备。

8.1.2 应具备安全存储旅游信息咨询数据的服务数据，并确保个人信息和商业秘密不被泄露。

8.1.3 应提供设计清晰和功能明确的交互界面，方便来访游客搜索和获取旅游信息。

8.2 线下设施设备

8.2.1 应设置醒目的门头或牌匾。

8.2.2 宜根据规模大小、设立目的、服务范围等因素，配备包括但不限于以下的设施设备：

- a) 咨询台、办公和休憩桌椅；
- b) 电话、电脑、打印机、电视机、投影仪、电子显示屏；
- c) 宣传资料和文旅产品展示台（架）；
- d) 区域地图、旅游示意图；
- e) 免费的无线网络；
- f) 手机充电、免费饮用水设备；
- g) 应急、消防设施设备；
- h) 空调、照明设施设备；
- i) 轮椅、拐杖、老花眼镜等适老化设备。

8.2.3 应对设施设备进行定期维护、保养和更新。

9 服务改进

9.1 统计与分析

9.1.1 应建立来访游客数据统计分析系统。统计与分析的数据包括但不限于：

- a) 人数；
- b) 年龄；
- c) 性别；

- d) 来源地；
- e) 旅行目的；
- f) 使用的语言；
- g) 旅游信息或服务需求；
- h) 对旅游信息咨询服务的满意度；
- i) 对旅游目的地的满意度。

9.1.2 应制定并公开声明游客信息收集的隐私政策，在游客知情并同意的前提下进行信息统计和分析。

9.1.3 可通过问卷调查、行为追踪、公开数据分析、社交平台意见收集等方式对来访游客的信息进行统计和分析。

9.1.4 应根据分析数据结果，明确不同产品的目标群体，采用相应的信息服务和宣传推广策略，提供具有针对性的服务。

9.1.5 应根据有关数据制定年度分析报告，并予以公开。

9.2 意见与评价

9.2.1 应制定游客意见反馈和回复制度，及时处理针对旅游信息咨询服务的投诉和建议，并将结果告知当事人。

9.2.2 应制定满意度评价规则，引导游客对旅游信息咨询服务进行监督和评价。

9.2.3 应至少每6个月公布一次游客满意度评价结果，并以此为依据进行整改，持续提升服务质量。
