

# 全域旅游 大数据中心

用户手册

## 目 录

1 登录 .....	1
2 首页 .....	1
2.1 首页展示.....	1
2.2 地图展示.....	2
2.3 游客总量趋势.....	3
2.4 游客去向分析图.....	4
2.5 游客画像总览.....	4
2.6 游客入境交通方式.....	6
2.7 男女比例.....	7
2.8 车辆来源.....	7
2.9 游客来源.....	8
2.10 年龄比例.....	10
2.11 景区实时客流.....	11
2.12 全域游客热力图.....	12
2.13 景区视频.....	13
2.14 实时交易量.....	14
2.15 产品监测分析.....	15
2.16 各地区购买量.....	16
2.17 游客消费分析.....	17
2.18 游客口碑.....	18
2.19 热搜商品.....	18
2.20 景区口碑舆情.....	19
2.21 实时舆情.....	20

# 1 登录

打开 ie 浏览器，输入大数据中心网址，输入用户名和密码，登录旅游大数据中心系统。



# 2 首页

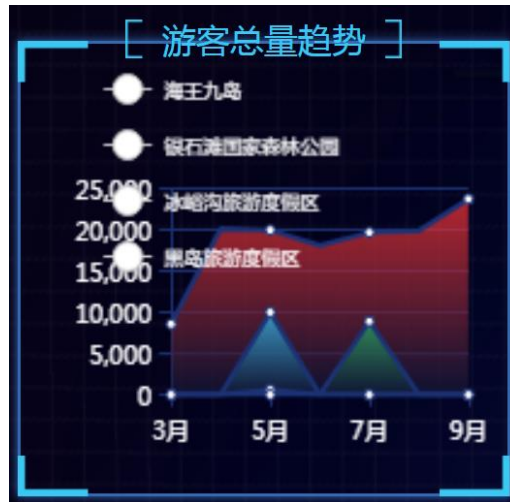
## 2.1 首页展示

登录完成之后，进入大数据展示页面，如图。  
大数据系统对接各个涉旅子系统，如票务系统、停车场系统、舆情子系统、监控系统等，获取实时数据，以统计报表的形式展示，便于旅游资源管理。



## 2.3 游客总量趋势

首页可查看游客总量趋势，统计的是景区的本年度客流趋势。



### 二级页面

点击图标可以进入二级图表，查看游客量分析详情。

从二级图表中可以查看“近一周的全域游客量预测”、“近一年景区游客趋势图”、“近一年全域游客量对比图”、“游客占比”图表详情。如图。

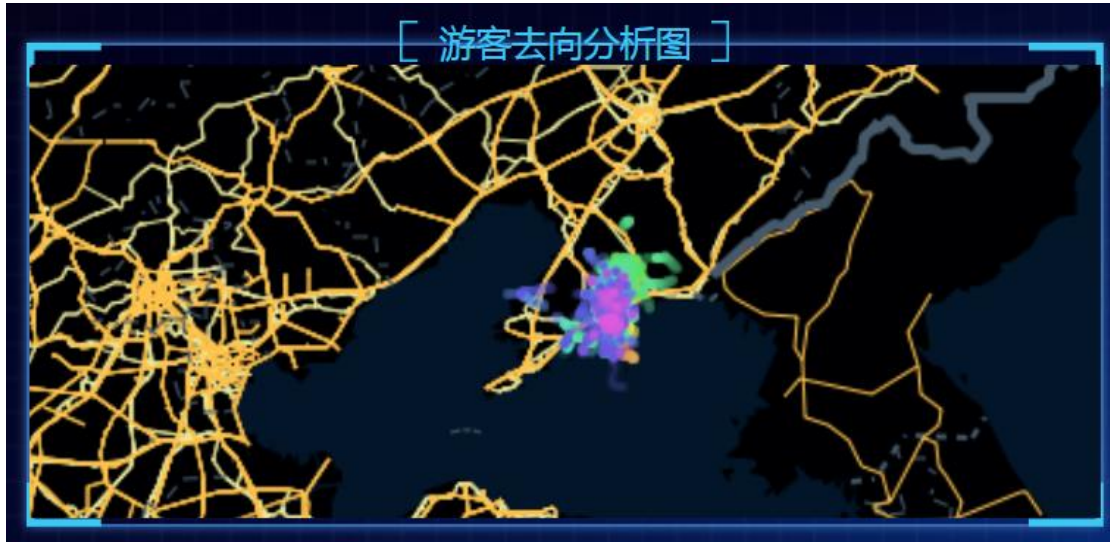
鼠标滑过图表可以查看详情信息。





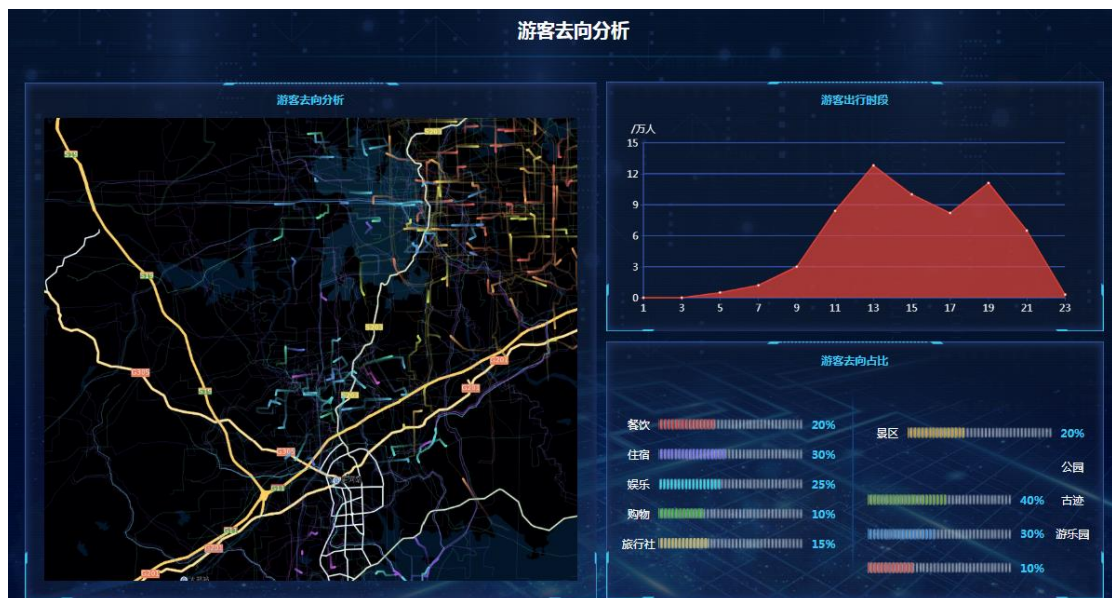
## 2.4 游客去向分析图

游客去向分析图，分析的是游客的去向分布。如图。



### 二级页面

从二级图表中可以查看“游客去向分析”、“游客出行时段”、“游客去向占比”详情。



## 2.5 游客画像总览

游客画像总览，展示游客类型，包括年龄、性别、客源地、学历等信息。



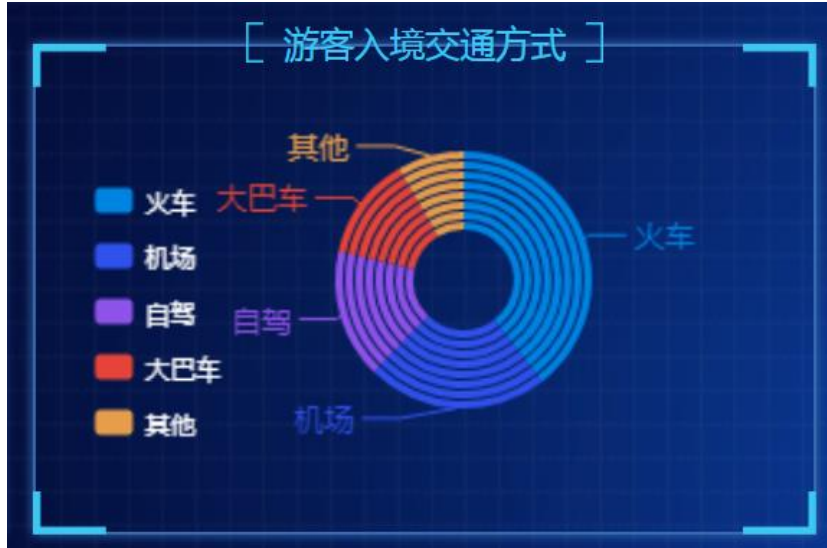
## 二级页面

从二级图表中可以查看“男女比例”、“年龄比例”、“职业占比”、“停留占比”、“学历占比”、“游客年龄统计”、“游客旅行方式占比”图表详情。鼠标滑过图表可以查看详情信息。



## 2.6 游客入境交通方式

游客入境交通方式，展示的是游客出游方式统计。



### 二级页面

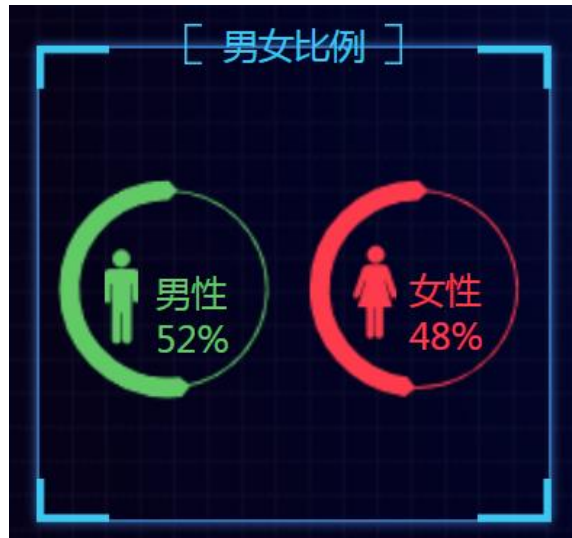
点击打开二级页面，查看游客入境去向地图展示，“游客入境交通方式”、“各省游客入境方式分析”图表详情。如图。





## 2.7 男女比例

游客男女比例占比，展示的是来旅游的游客性别占比。



### 二级页面

点击查看二级页面，可以查看“全域游客男女占比”、“20岁以下男女消费分析”、“支付方式性别分析”、“游客行业消费占比分析”、“景区游客性别分析”的图标详情。



## 2.8 车辆来源

车辆来源 TOP 图，展示的是来旅游的车辆的地域排行。



## 二级页面

点击打开二级页面，可以查看“全域近七日车流量预测”、“全域车辆占比”“车源地排行 TOP20”、“停车场使用量分析”、“车源地排行 TOP20”图表详情。



## 2.9 游客来源

游客来源图标展示的是游客来源地排行，显示排行前五位。



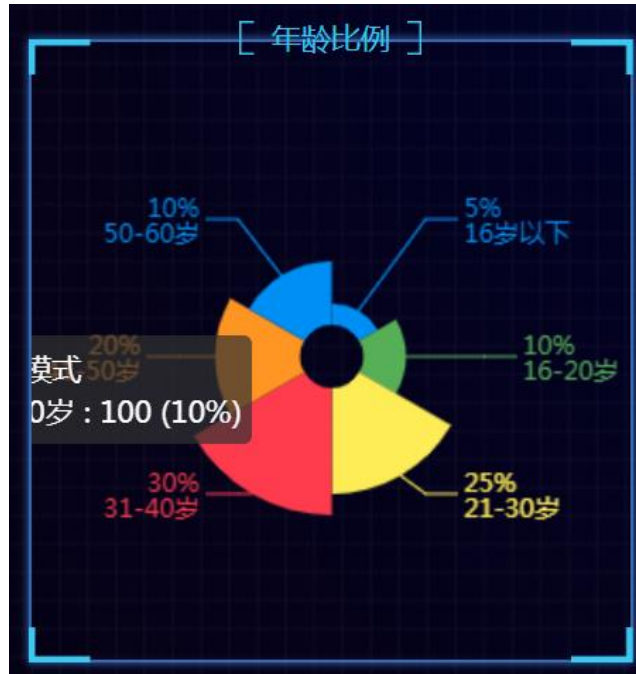
## 二级页面

点击图表进入二级页面，可以查看客源地地图分析、“客源地排行 TOP17（省份）”、“客源地 YOP 排行 TOP13（地市）”图表详情。



## 2.10 年龄比例

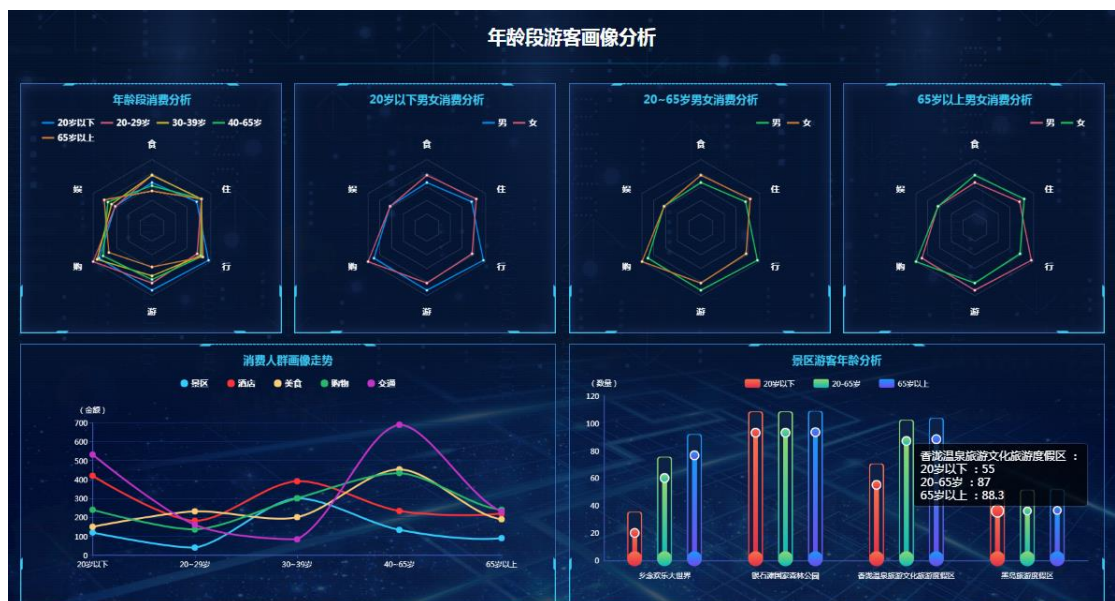
年龄占比统计的是游客的年龄比例，分别统计不同年龄层次的游客占比。如图。



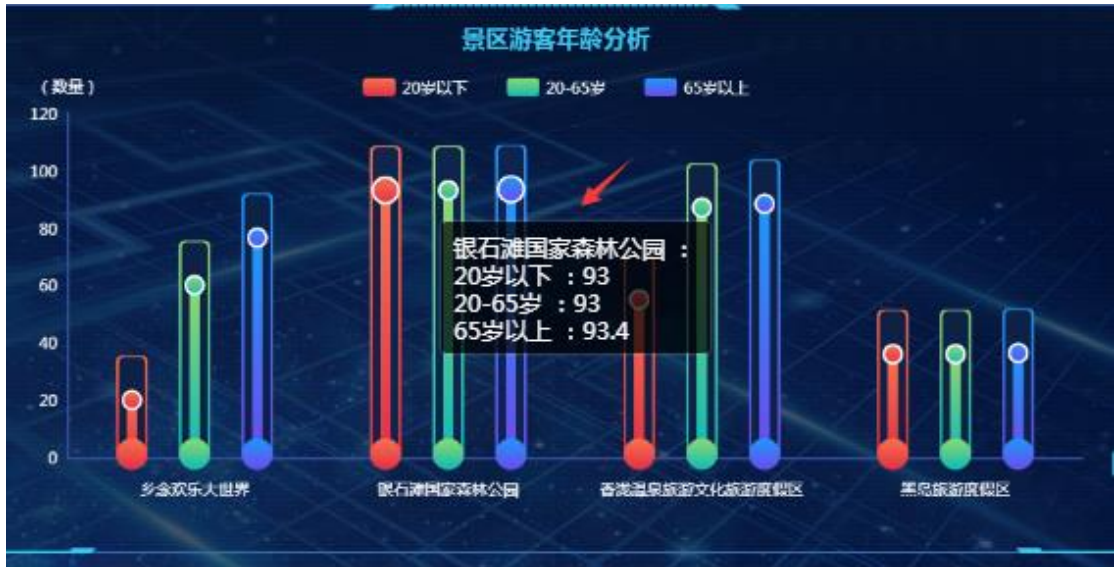
### 二级页面

点击首页图，进入二级详情统计表查看，可以查看“年龄段消费分析”、“20岁以下男女消费分析”、“20~65岁男女消费分析”、“65岁以上男女消费分析”、“消费人群画像走势”、“景区游客年龄分析”详情。

鼠标移到图表可以看到具体数据详情。如图。

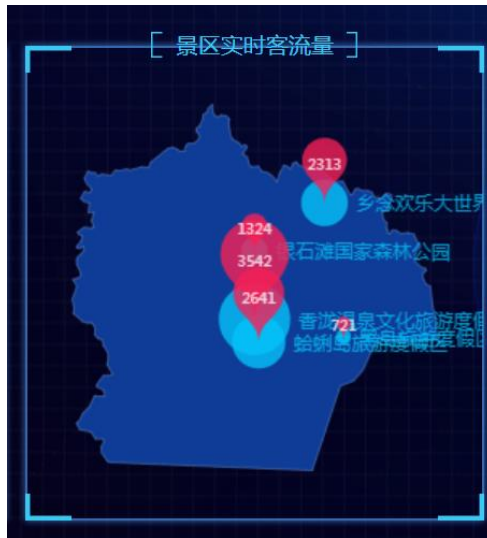






## 2.11 景区实时客流

景区实时客流统计的是各景区的客流情况，通过热力图反应景区当前客流密度。标注对应的景区名称和景区人数。



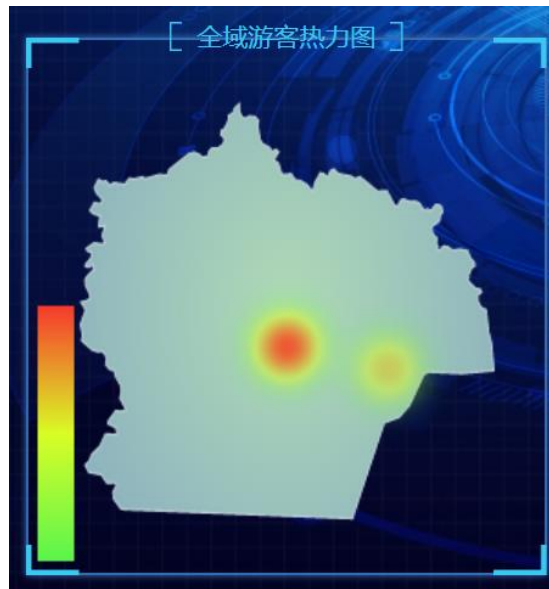
### 二级页面

点击首页图表位置，可以进入查看二级图表详情、展示“景区游客总量趋势”、“景区游客分布图”、“景区游客负载图”图表详情。掌握景区运营状况。如图。



## 2.12 全域游客热力图

全域游客热力图，反应的是个景区的人流密度大小，景区人数也多，界面反应的热力图面积越大，颜色越深，人数越多。如图。



### 二级页面

点击进入二级详情页面，可以查看各景区热力图详情。颜色越深，人流密度越大。如图。



## 2.13 景区视频

景区视频放的是一段景区的宣传视频，根据需要可以放置特定的视频播放，起到展示景点信息，宣传景点信息的作用。



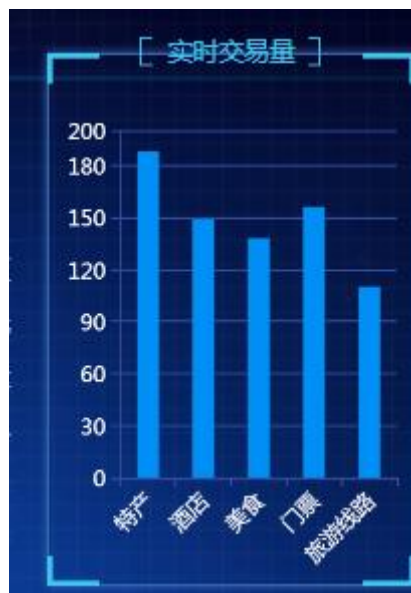
### 二级页面

点击景区视频区域，可以进入二级界面，查看各个景点监控视频。如图。  
（监控视频支持后台录入，视频录入详情见《旅游监控系统操作手册》。）



## 2.14 实时交易量

实时交易量图表反应的是，景区在“特产”、“酒店”、“美食”、“门票”、“旅游线路”等方面的交易量。

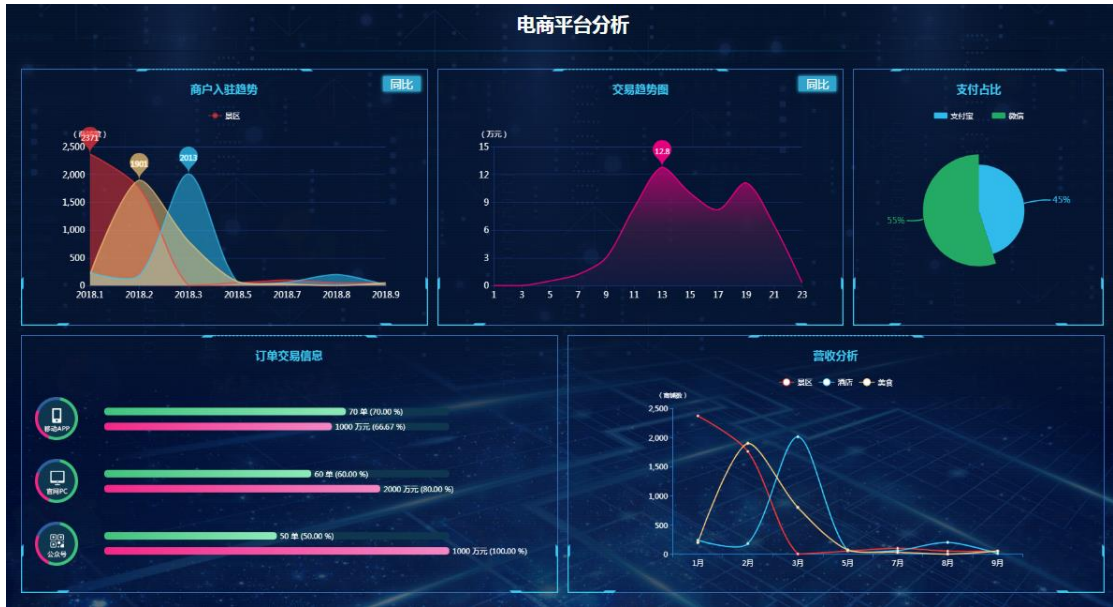


### 二级页面

点击实时交易量区域，可以进入二级详情查看页面，展示“商户入驻趋势”、“交易趋势图”、“支付占比”、“订单交易信息”、“营收分析”的详情信息。如图。

鼠标移动到图表上方，可以查看具体数据信息。





## 2.15 产品监测分析

产品监测分析表，汇总的是产业数量和产业收益，包括“景区”、“酒店”、“民俗村”，也汇总了总的产业数量及收益。如图。



二级页面

点击产品监测分析表，进入二级详情查看页面，可以查看“行业占比”、“投诉来源占比”、“旅游投诉”、“行业数量”、“业态客流、销售额占比”的详情信息。

鼠标移动到图表上方，可以查看具体的数据信息。



## 2.16 各地区购买量

查看各地购买量图表，反应的是各个省份的旅游商品购买数量排行榜，显示前十个省份信息。如图。



二级页面

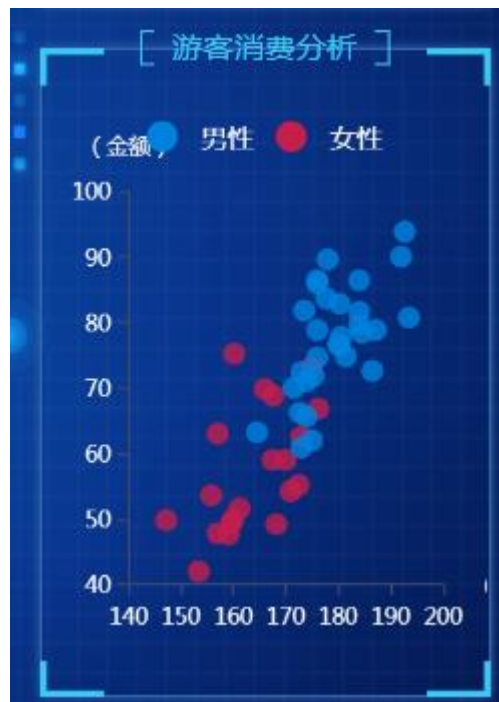
点击首页的商品购买量表，进入二级详情查看页面，包括“商家交易额TOP10”、“商品热搜度排行TOP10”、“商品购买量省份排行”图表详情信息。

中间通过地图的形式，显示各省份商品购买量分布。圆圈面积越大，购买数量越多。如图。



## 2.17 游客消费分析

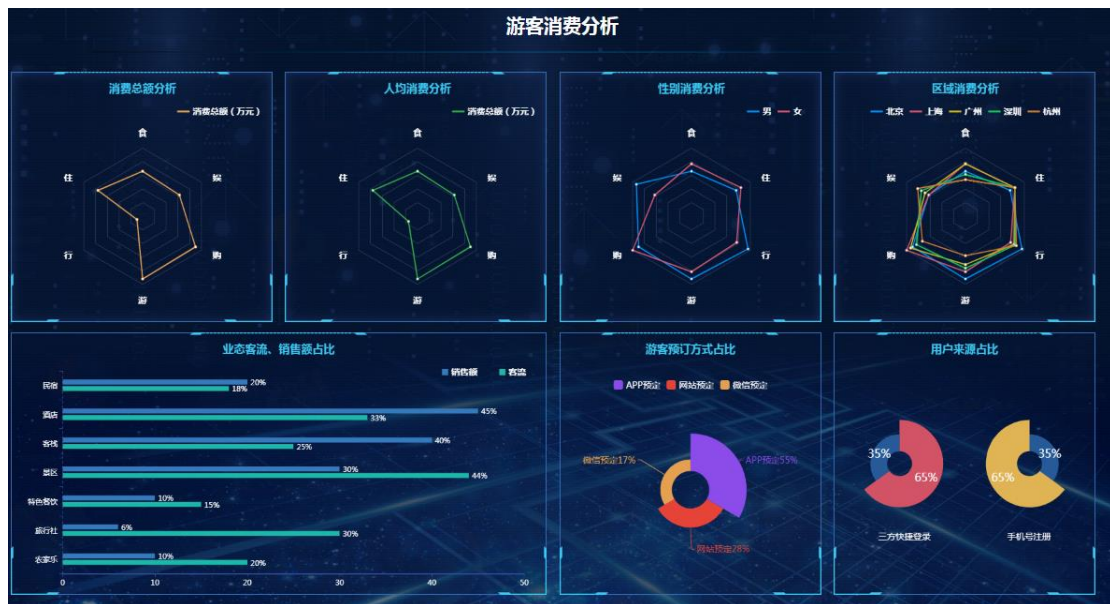
查看游客消费分析图表，反应的是男女消费的数量和金额分布，依此可以判断主要的消费群体处于哪个类别。如图，横坐标表示消费人数，纵坐标表示消费金额。



二级页面

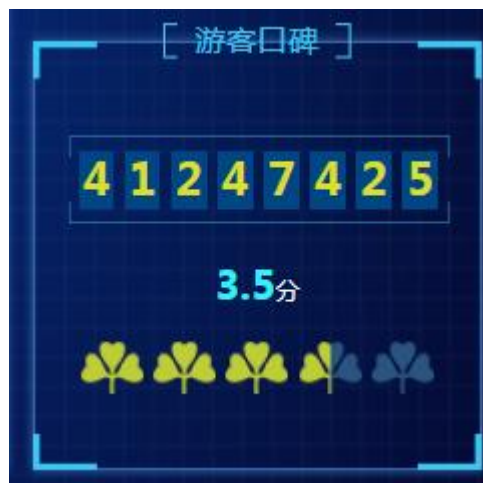
点击图表区域，可以计入二级详情页面，查看“消费总额分析”、“人均消费分析”、“性别消费分析”、“区域消费分析”、“业态客流、销售额占比”、“游客预订方式占比”、“用户来源占比”详情信息。

鼠标移动到相应的图标上方可以查看图标详细数据信息。



## 2.18 游客口碑

游客口碑，通过对接舆情口碑系统，统计游客评价，统计出总体的景点口碑指数。如图。



## 2.19 热搜商品

热搜商品，反应的是旅游景区的热门商品，游客搜索记录排行前六的商品信息。如图。





## 二级页面

点击商品展示区域，可以进入二级详情查看页面，包括“商家交易 TOP10”、“商品热搜度排行 TOP10”、“购买量省份排行”列表详情信息。



## 2.20 景区口碑舆情

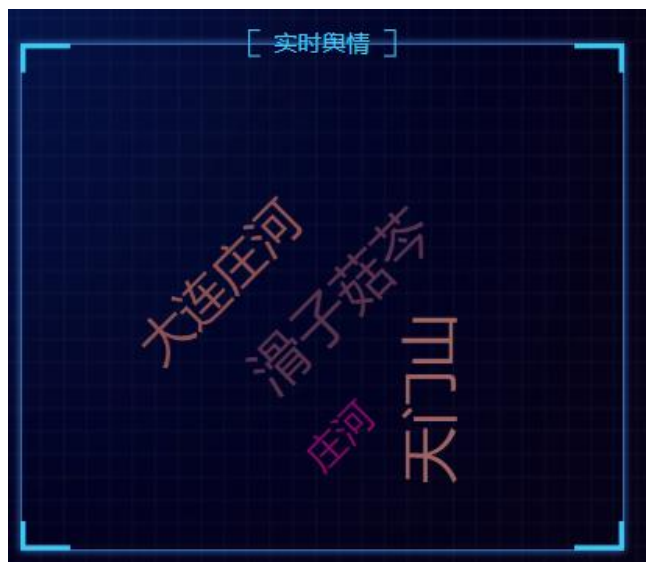
景区口碑舆情，对接景区舆情系统，统计各个景点的口碑舆情信息，包括景区名称、口碑指数、正面评价数量、中性评价数量、负面评价数量以及环比比值。如图。

[ 景区口碑舆情 ]

景区	口碑指数	正面	中性	负面	环比
冰峪沟	2200	700	995	2	24%
天门山	2133	632	937	3	23%
蛤蜊岛旅游度假区	2129	631	917	3	22%
黑岛旅游度假区	2183	639	937	6	18%
银石滩国家森林公园	2181	634	935	6	13%
天一庄园	2094	633	937	6	19%

## 2.21 实时舆情

实时舆情，反应的是景区实时舆情出现频率较高的的关键词，搜索近一月的热门关键词，统计在下方图表中。



### 二级页面

点击进入二级页面，查看“热门事件”、“情感分析”、“情感趋势”“热搜媒体”、“热词搜索”、“舆情指数走势”等舆情详细信息。如图。

# 輿情監測

