全域旅游 大数据中心

用户手册

Ц 🗸	3V	
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		0
2.11 景区实时客流	1:	1
2.12 全域游客热力图	12	2
2.13 景区视频	1:	3
2.14 实时交易量	14	4
2.15 产品监测分析		5
2.16 各地区购买量	10	6
2.17 游客消费分析	1'	7
2.18 游客口碑		8
2.19 热搜商品		8
2.20 景区口碑舆情		9
2.21 实时舆情		0

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。

企 宜 加 旅 端		
上河智慧旅游管理系统	C	
● 密約 ② 論证码 →★★★★★★★★★★★★★★★★★★★★★★★★★★★★★★★★★★★★	c	A CONTRACTOR
20世用 ^上 名 立即登录		and a state
	 ○ 庄 司 旅 券 庄 河智慧旅游管理系ダ ▲ 無号 ④ 素明 ○ 監证明 72长7 ○ 認证明 ○ 記述時本案 ○ 証明 立即登录 	Contraction Con

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。



2.2 地图展示

中间的地图展示各地游客来源,以红、橙、蓝、绿分别表示游客数量的多少, 统计了今日和全年的游客数量。

地图下发展示景区的经典游客评价弹幕。



第2页,共21页

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。



第3页,共21页

2.4 游客去向分析图

 浙客古向公析图

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。

第4页,共21页



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。





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。

	游響	挥性别分析
全域勝名男女占比 () () () () () () () () () ()	20岁以下男女消费分析 - ハー女 発 低 - 月 - 女 - 女 - 女 - 女 - 女 - 女 - 女 - 女	支付方式性別分析 70世年 4 5世年年 移动APP 1 70 年 (32.3 %) 宮网PC 1 2 2 100.00 %) 公众号 1 100 年 (66.57 %) 90 年 (12.3 %) 100 万元 (83.3 %) 第五中心 (発) 50 年 (12.3 %) 70 年 (65.57 %)
游音行业消费 10年 10年 10年 10年 10年 10年 10年 10年	は比分析 第時課程 単文作課程 1325 - 675	SEMSERIONOM

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。

第7页,共21页



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。

第8页,共21页



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。



第10页,共21页



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。

		3
产业数量	₽ ;	荢业收益
266 ڔ	1	.68亿元
产业数	建与产	业收益
安美	粉具	收益 (万
1.15	叙里	元)
	14	7125.1
京区		6022.0
酒店	126	0922'0

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。



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。

					各省购到	民量分析				
	-	商家交易部	TOP10							
排名	商家名称	商家类型	累计交易额	同比增长						
1	冰崎沟	县区		700 69			5			
2	天门山	景区		6721 52.2			72		购买量省份排行	
	蛤蜊岛	夏区	456.00万	48.6						
4	步云山温泉	泉区	478.00)	42.5			A ALE		古林宣	46975人
5	万达广场	商场	399.0075	38.2		1995 () () () () () () () () () (INT		
6	天外挑离大	酒店		19.0075 29.5					王忠王	437万人
	阳光斐族S	润店	371.00万	23.8		5-1 6		24	1744	ANOTE A
8	和當号海到	実良	290.0075	20.9			Dirth Contract		U.S.B	40103
9	风日平人有	天良	268.00)5	18.3					山东省	398万人
10			234.80,5	15.4		W	HER .			
			The second second second			and the	1000 March		河南吉	367万人
		商品热搜度排	行TOP10				O'Ent			
推名	商品名称		19:0	非名变化		the real	() (trans		Alta	347万人
-	杨畦记羊	*****					1999		TIME	2875 4
	汤		如1221				242000			107AIX
8	步云汤温			+1					2000	207万人
4	泉		91221	+4						
5	冰崎沟		~	+5					Reite 1	67万人
6	李洪祥大		91221							
7	骨鸡	In the second	X						广东唐 132	ЛА
8	阳光贵族		91221							
9	SPA		W.	+3						
10	和谐号自	******	91221	+10						
	助客		R							

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	日碑舆	情]		
	景区	口碑指 数	正面	中性	负面	环比
	冰崎沟	2200	700	995	2	24%
	天门山	2133	632	937	3	23%
1	謝岛旅游 度假区	2129	631	917	3	22%
E	島旅游度 假区	2183	639	937	6	18%
(1) (1) (1) (1) (1) (1) (1) (1) (1) (1)	石滩国家 森林公园	2181	634	935	6	13%
2	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。

