

# 智慧旅游对旅行社的机遇和挑战

邹巍<sup>1</sup> 朱麟奇<sup>2</sup> 宋其欣<sup>2</sup>

1. 大庆师范学院, 中国·黑龙江 大庆 163712

2. 长春师范大学, 中国·吉林 长春 130032

**【摘要】**智慧旅游的出现让整个旅游产业发生巨大的改变。其中,旅行社的经营也收到巨大、的影响。旅行社由以前整个旅游产业链中的王者变为产业链中的组织者。旅行社相关的生产和经营也有绝大的转变。这对旅行社来说既是一种机遇也是一种巨大的挑战。

**【关键词】**智慧旅游;旅行社;机遇和挑战

**【基金项目】**吉林省科技厅2018年度吉林省科技计划重点研发项目(20180201085SF)(20190303017SF)

长春师范大学人文社会科学基金项目《吉林省旅游产业结构调整研究》(长师大社科合字[2017]008号)

吉林省教育厅“十三五”科学研究规划项目《吉林省旅游产业结构升级研究》(JJKH20181200S)

2020年度吉林省社会科学基金项目吉林省区域协调发展现状及提升策略研究

随着中国经济的发展,中国产生了一个非常大的中产阶级。这个中产阶级有强烈的消费升级的需求。在这种大背景下,促进了旅游业的大幅增长,但是现在旅游业因为智慧工具的影响,面临着绝大的产业升级压力。传统旅行社如果不能赶上顺应时代的潮流,不能赶上智慧旅游的发展节奏,不能实现在智慧旅游的作用下的自我改造,必然将逐渐被旅游市场淘汰。从旅游产业来说,为了提升中国的旅游产业必须加快智慧旅游标准化体系建设、培育一批实力强和影响力大的核心旅行社。<sup>[1]</sup>

## 1 智慧工具改变了旅行社的经营方式和更新模式

以前的旅行社的功能是开发旅游产品,整合旅游资源和旅游产业链的上下游,招揽游客,最后在旅行社的主导下,带领游客完成旅游行为。但是在智慧技术上,旅游社能够实现更多的功能,也能衍生更多的旅游产品。智慧旅游工具完全改变了旅行社的经营方式和更新模式。

智慧技术是建设智慧旅行社的技术条件。现在的旅行社,在智慧技术的帮助下,可以完全以前不敢想象的任务。例如,现在的旅行社在智慧工具的帮助下,只需要借助网络就可以实现旅游产品宣传和策划,还可以通过线上的方式就可以实现对旅游景点、酒店、饭店和卖场的销售和信息的发布以及信息的反馈。可以根据各种旅游软件的信息进行信息收集和信息整理,有针对性的生产旅游产品,针对游客需要进行有针对性的个性化营销。利用智慧支付手段实现有信用体系的支付和担保。可以根据有公信力的智慧旅游工具上面的消息和信息对游客进行推荐,有公信力的智慧工具上面的排名和好评可以作为营销的信誉保证和信誉凭证。可以实现旅游部门和其他部门的无缝对接和业务拓展。可以实现对旅游产品经营效果进行测试和评价,对旅游产品有针对性的完善和升级。对于有前景的旅游项目加大投入,对没有前景的旅游项目进行及时的淘汰等。

现在的旅行社变成了各种旅游智慧工具的“演武场”,这些

功能的实现完全改变了旅行社的经营模式和更新的模式。

## 2 智慧旅游工具对传统旅行社的挑战和带来的机遇

在科技进步和智慧工具出现的大社会背景下,传统旅游社主要面临以下的挑战和机遇。

### 2.1 旅行社的功能和角色的转变

首先智慧工具给旅游社带来前所未有的角色转变。在传统旅游中,旅行社居于整个旅游产业链的核心地位,旅行社串连起整个旅游产业链。传统旅行社在信息不透明不公开的时代,所有的旅游景点、所有的酒店、饭店和卖场包括旅游者在内,都要围绕着旅行社。旅行社是所有旅游产业链中当之无愧的王者。但是随着智慧旅游时代的来临,旅行社以前的核心地位面临着绝大的挑战。在整个产业链的地位逐渐发生变化,由整个产业链中的王者变成了组织者。

现在智慧旅游的工具,让所有的旅游产业链上的产业,都面临着信息透明的竞争压力。现在你无论如何也不能做到,在整个产业中,对旅游景点对酒店、饭店和卖场的绝对控制力。因为现在游客随便翻翻手机或者电脑,这些旅游景点、酒店和饭店的服务水平,消费价位都一目了然。很容易对旅行社的服务和推荐提出质疑。并且以前旅游者要通过旅行社和旅游景点、酒店、饭店和卖场等商谈服务和讨论价格。现在旅游消费者完全可以绕过旅行社直接和旅游景点和酒店、饭店和卖场直接联系和消费。

旅行社不再具有核心地位,反而处于被动接受的处境。也就是要从消费者哪里找到最佳的,最能接受的意见进行汇总和总结,然后不断修正和完善自己的旅游产品。旅行社在智能化背景下,由主动的产业核心角色逐渐变成了被动的产业的组织者的角色。

但是身份的转变也给很多旅行社带来发展的机遇,尤其是一些中小旅行社。如果旅行社如果能够更好的实现转型,虽然旅行社从核心地位变成了整个旅游产业链的组织者,但是从功能和效果上面,旅行社的作用不但没有减弱反而加强了。因为整个旅行

产业链的相关核心信息透明和公开,让旅行社的行为不容易受到质疑和猜忌。旅游产业上下游之间合作在智慧旅行社的帮助下容易建立一个健康的诚信体系。可以促进旅行社自身的发展,可以提升旅游产业的品质。

## 2.2 旅行社的经营模式的机遇和挑战

其次智慧旅游给旅行社的经营模式带来巨大的机遇和挑战。传统旅行社,在经营模式上面属于后发的经营模式。也就是旅行社在原有的经营模式没有被淘汰前,是没有什么强烈的动力研发新的经营模式的。但是智慧旅游的浪潮改变了以往的旅行社的经营模式,也就是旅行社需要时时刻刻的保持自己的经营模式,需要适应新的科技和新的模式。

虽然传统旅游产业也有变革和革新,但是对于旅游的经营模式来说,现在的变革和革新已经远远超过智慧旅游之前的革新和变革的范围和程度,现在准确的说,旅行社是时时刻刻面临的是智慧旅游给传统旅游业带来的“革命”。

以前旅行社的革新和创新无非是旅游产品的线路的调整,服务的改进,交通工具的改动。但是现在面临的是适应更多的以前完全未知的旅游模式的出现。

例如对于自由行的旅行者,以前旅行社在这方面是没有什么作为的。认为既然是自由行的旅游者,旅行社几乎没有什么可以介入的点。但是智慧旅游的出现,让信息的沟通更加便利。

现在出现了自己组团的经营模式。也就是旅行社作为组织者,招徕一定规模的旅游消费者,组成团后,并为他们提供全程服务。这种旅游的旅游线路,所乘坐的交通工具,所居住的旅馆,所吃的菜谱以及大致需要的服务,并不是由旅行社设计和规划,而是收集原本自由行的旅游者的意见,然后归纳总结而成。旅行社在这各旅游产品的开发过程中,与其说是设计师不如说是

归纳者。在智慧旅游的大背景下,旅行社现在也有散客拼团和私人订制等其他模式创新。运行模式大同小异,都是运用智慧旅游工具,以旅游者的需求和特点为依据,研发新的旅游产品。这种创新,在智慧工具没有出现之前,是不可能的事情。

智慧旅游工具的出现给中小旅行社发展机会,因为一些大型的旅行社再也不可能通过信息的垄断和控制而安枕无忧的生存。只要是经营有方法的旅行社完全可以通过智慧工具升级完善自己的旅游产品。中小旅行社完全可以在智慧工具的帮助下,通过经营模式的创新击败大型的传统旅行社。

综上所述,智慧工具的出现给传统和的旅行社带来了巨大的挑战,也带来了发展的机遇。所有的旅行社都要在智慧旅游的大背景下重新洗牌。在这种情况下,所有的旅行社都必须正确面对智慧旅游的产业升级。因此,能否正确利用好智慧旅游的发展机遇是现在传统旅行社的大挑战。

## 参考文献:

- [1] 凌守兴. 智慧旅游产业价值链分析及对策[J]. 企业经济, 2015 (01): 118-122.
- [2] 赵鑫, 李永文. 论我国高端旅游的发展现状与对策[J]. 桂林旅游高等专科学校学报, 2007 年 05 期.

## 作者简介:

邹巍(1979—), 大庆师范学院大庆精神研究基地, 讲师, 研究方向: 思政政治教育;

朱麟奇(1979—), 长春师范大学历史文化学院, 副教授, 研究方向: 智慧旅游, 旅游管理, 旅游规划;

宋其欣(1997.9—), 女, 汉族, 长春师范大学历史文化学院, 硕士研究生, 籍贯吉林省安图县, 研究方向旅游服务。