

后疫情下智慧旅游的演变趋势

阳 芳 刘 茜 李晓宇

广西师范大学经济管理学院 广西桂林 541006

摘要:新冠肺炎疫情给中国旅游业带来前所未有的负面影响,也加速了旅游业智慧化转型。在新一轮信息技术的发展支撑下,疫情下传统旅游模式受到冲击,新式旅游加速发展。各大旅游场所普遍推广人流监控技术,游客预约错峰出行已成习惯。线下旅游与线上旅游结合,融入数字经济发展潮流,足不出户云旅游爆发式增长。后疫情下国内智慧旅游的崛起式发展机遇也是新挑战。

关键词:后疫情;智慧旅游;信息化技术;云旅游

一、引言

新冠肺炎疫情对我国旅游业造成的冲击前所未有。大众的生活方式、生产方式、学习方式完全改变,遏制了传统的旅游浪潮。在新一轮的产业革命下信息技术的飞速发展催生出了5G、物联网、人工智能、新材料等新技术,为旅游业态的转变准备了支撑条件。疫情的爆发更是推动了新兴技术与旅游业的融合,孕育了新的旅游业态,包括智慧旅游、全域旅游、文化旅游。智慧旅游作为智慧城市建设的重要部分和主要设想,具备高度概括性,与新兴科学技术的结合更为紧密。

二、后疫情时代智慧旅游的演变

(一) 2020年国内旅游业遇挫

新冠肺炎疫情对我国旅游业造成了前所未有的冲击,影响之广、程度之深改革开放以来之最^[1]。援引国家统计局旅游行业数据,图1反映近五年国内旅游业发展情况。

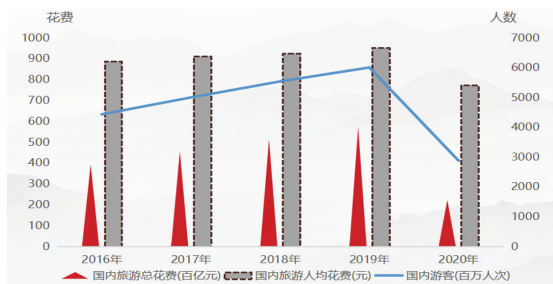


图1 近五年国内旅游情况

基金项目: 本文是广西师范大学经济管理学院创新创业项目(JG2021015)“后疫情下广西乡村旅游扶贫的困境与策略研究”的阶段性成果

作者简介: 阳芳(1972-),女,广西桂林人。广西师范大学教授,硕士生导师,研究方向:管理学。刘茜(1998-),女,湖北鄂州人。硕士研究生,研究方向:管理学。李晓宇(1997-),女,江苏淮安人。硕士研究生,研究方向:管理学。

况。前四年旅游总花费、人均花费、游客数稳步上涨,到2020年急剧下滑。受新冠肺炎疫情的影响,2020年度旅游人数28.8亿,同比下降52.1%;旅游收入2.22万亿,同比下降61.1%;人均消费773.82元,同比下降18.8%。由此可见,疫情使得国内旅游业快速萧条,市场萎缩,经济效益缩减。

(二) 旅游业危机中现转机,变局中开新局

1. 信息化技术加速发展。疫情除了重创旅游业,还带来重大机遇,加速智慧旅游的发展。中国旅游研究院的《中国旅游经济蓝皮书(No.13)》数据显示,在2020年我国近九成游客接触旅游智能技术,增速超过30%的五项技术分别是:扫码刷脸等无纸化入园、电子或无感支付、在线预定、闸机刷卡和个性化定制。疫情期间必须保持安全社交距离,避免人与人、人与物的直接接触,加速旅游信息化服务的进程,加快电子信息技术的普及,推动智慧旅游的发展。但是,简单终端设备和互联网服务能够快速实现依赖已经成熟的市场、技术环境,更高级别的颠覆性变革技术缺乏深厚的理论技术、应用方法、配套基础设施,因此VR虚拟现实体验和光影制造/全息等展陈展演增速不足15%。

2. 预约错峰出行普及。疫情期间除了旅游信息化服务提速增效,旅游业态也尽展新颜。自2020年2月25日文化旅游部发布《旅游景区恢复开放疫情防控指南》以来,旅游景区、演出场所等地一直严控每日参观游览人数,及时推出错峰出行,限流限量入园等措施。据中国旅游研究院相关数据显示,2020年10月的国庆中秋假期里接近95%的5A级旅游景区实施了分时预约制度,接近83%的游客直接或者间接地体验了预约游玩。

3. 云旅游爆发式增长。疫情期间另一种引人注目的旅游业态是云旅游。国内最早提出云旅游概念的魏宇(2011年)对云旅游的定义是利用互动运营平台等为互联网用户提供随时随地旅游全资讯的一种旅游数字化发

展形式^[2]。而在疫情肆虐情况下的云旅游与之前的概念有所区别,只体现线上旅游,且受危机突发性影响,局限于市场条件不成熟,多半是政府、公共机构和企业等供给主体主导,游客参与较为被动^[3]。尽管如此,云旅游仍然是封城闭门时期有效的旅游手段。武汉直播一小时樱花季美景收获3000万人次流量;淘宝联合主播和8家博物馆推出“博物馆云春游”活动,采取高清直播和主播推广等方式,吸引2000万人次观看,通过带货卖货来实现流量变现;敦煌研究院协同腾讯、人民日报打造了“云游敦煌”微信小程序,游客直接在移动设备端实现在线观看壁画和雕塑,参与填涂、祝福、配音等活动;马蜂窝与快手短视频联合推出的“云游全球博物馆”活动,为游客提供参观美国大都会博物馆、法国卢浮宫和丹麦安徒生博物馆等经典场馆的平台。

(三) 后疫情下国内智慧旅游崛起

习近平总书记2020年6月与塔吉克斯坦总统通电话第一次提出“后疫情”一词,这标志着我国正式进入了后疫情时代^[4]。后疫情时代特指我国经历了2020新冠肺炎疫情的突袭后,感染新冠肺炎疫情的人数得到极大的控制,危机状况得到极大程度缓解,经济步入正轨、逐渐改善的时期。后疫情时代不代表疫情完全结束,而是指疫情度过了最为危险紧急的时间段后进入疫情常态化阶段。我国仍然面临全球感染人数猛增,境外输入压力增大,国内零星散发病例时有发生,病毒变异传播风险增大的威胁。

1. 后疫情下旅游状况好转

清明旅游是2021开年后的第一个小长假,线上旅游增长势头迅猛。《2021携程春季旅行大数据报告》显示国内旅游市场强势复苏,携程门票预订量对比稳定增长的2019年增长232%,自驾租车预定量对比2019年增长155%,私家团预定量和主题游预定量对比2019年分别增长260%和127%。作为国内最大的线上旅行社,携程的报告显示我国后疫情下的旅游信息化程度进一步加深,更多旅游交易从线下转向线上,更多的游客首选线上旅游模式。自驾出游比例的增加、私家团预定量的增长和主题游受众的增多反映我国游客更加注重个性化旅游需求。

清明假期旅游势头正猛,五一假期旅游数据更为喜人。据每日互动发布的《2021年“五一”假期出行报告》可知,以广州、深圳、苏州、杭州为首的国内各大旅游城市的日均人流量皆获得大幅度的增加。以国内疫情首发地武汉为例,5.1-5.5这五天武汉最高日均人流量达到38.8万人次,相较于2019年同期最高日均人流量26.63万人次,增长45.7%。

2. 后疫情下智慧旅游发展

旅游业数量增长、规模扩大伴随着整体质量提升,

智慧旅游的迅速发展。本文的智慧旅游指利用大数据、互联网、物联网、移动通信技术、5G、AR、VR等信息数字技术,有效整合旅游资源,不断提升旅游体验的一种旅游业态。2020年11月18日,国务院常务会议确定支持“互联网+旅游”的发展措施,包括支持智慧旅游景区建设、鼓励景区加大线上营销、加强旅游安全检测和线上投诉处理等^[5]。

疫情常态化管理下,携程率先提出建设“景区智慧云平台”,让前期景区门票预订、自动分流,中期自助取票、智能测温、无纸化入园,后期的一键退改等功能实现统一,方便游客旅游活动,极大提高了旅游服务质量。

2020年10月,四川文化和旅游资源云正式上线,成为全国唯一一个以文化旅游资源为主题内容构建的云平台。四川文旅云平台推出资源查询和资源管理两大系统,其中资源查询系统免费对社会公众开放,资源管理有限限管理者才能进入。截至2020年9月底,资源查询平台展示八大类旅游资源数据24.55万条和六大类文化资源数据271.02万条^[6],有效实现了全省文化和旅游资源的整理分类、集中储存、一站查询,既吸引潜在游客,又为游客提供全面权威的旅游信息查询通道。

三、结语

新冠肺炎疫情下智慧旅游加速发展,国内第二轮德尔塔变异病毒迅速扩散态势已经控制住,但群众的日常生活笼罩在疫情阴影之下,后疫情时代将长期持续,智慧旅游的发展是必然,也是趋势,有着充足的发展空间和广阔的发展前景。疫情期间旅游业受挫一方面传统的线下旅游发展形式遇到瓶颈,另一方面是信息技术加速发展下,预约错峰出行普及下,云旅游的爆发式增长下,旅游业的发展迎来了智慧旅游发展趋势的时代。伴随着5G、物联网、人工智能、新材料等新技术条件成熟,疫情推动人们加速转化生产生活方式,降低旅游新形式的转化成本,智慧旅游将大有可为。

参考文献:

- [1]中国皮书网:2019~2020年中国旅游发展分析与预测[EB/OL].
- [2]魏宇.慢旅游与云旅游的对接——新型自由行与半自由行旅游模式的构建[J].中国外资,2011(16):117.
- [3]吕雅辉,张润清.“云旅游”的特点与发展趋势[N].中国旅游报,2020-07-13(003).
- [4]潘子获.习近平的2020·六月:“后疫情时代”彰显“中国策”[EB/OL].新华网.
- [5]尹婕.互联网+旅游”发展获支持中国提速智慧旅游[EB/OL].人民网.
- [6]郭静雯.四川200多万处文旅资源都上了“云”端[EB/OL].潇湘晨报.