

文旅融合邂逅科技创新

业界齐聚西安把脉新时代文旅发展



2019世界文化旅游大会于日前在西安举行。本届大会由西安市人民政府与携程集团共同主办,以“文旅融合·智能驱动”为主题,与会嘉宾围绕入境游、目的地营销及科技、共享住宿、文旅产业等方面展开了深入探讨。

满足文化消费需求成各地创新关键

纵观我国旅游业近40年的发展史,其实很早之前“文旅融合”就已经开始了。中国旅游协会休闲度假分会会长魏小安向人民网记者说,“从旅游发展的角度来看,第一天发展开始就文旅融合了。我们已经融合了40年,只不过在前几年形成了一个行政的文旅融合。文旅融合其实是一个实践的过程,我们已经实践了40年,还会继续实践下去。”

现如今,文旅融合已进入深水区,需要通过文旅融合去破解旅游发展的一些难题。中国旅游研究院副院长李仲广在接受人民网记者采访时表示,文旅融合面临着发展的三个新问题,即如何满足老百姓新的需求,如何更好地让文化走出去,以及如何推动旅游业高质量发展。“以后更多的要靠市场创新。在未来的三四年,党和政府不会去干预市场。都是靠专业的、市场的、精准的滴灌式调控,这对好多地方来说是一个挑战。在这个过程中,目的地也会面临重新洗牌。”

地方旅游发展需要文旅融合,桂林市文化和旅游局副局长张志红在接受记者采访时也强调了这一点,“桂林山水甲天下”的美名不绝于耳,但很多人不知道的是,桂林和西安在同一年被评为国家历史文化名城。“以前大家只知道桂林有山水,但不知道桂林也有文化。从导向性来讲,以前城市在规划、建设偏旅游时,可能就把文化忽略掉了。但近几年来,大家都意识到了城市发展需要文旅融合。桂林除了旅游演艺,包括研学、康养、体育、赛事、节庆等方

面都在发力。”她说,旅游和文化合并以后,从顶层设计、城市规划来讲,把文化和旅游作为一个最首要的考虑因素,对提升城市品质、市民的文明程度,到城市的公共服务管理、基础设施建设等都起到了特别大的促进作用。

北京大学旅游研究与规划中心主任吴必虎也为地方发展文旅融合“支招”,他认为核心就是要满足大众的需求。“中国现在的中产阶级有两亿人左右,未来十年会达到五亿。中产阶级最大的需求是文化消费,我们不但要满足大众需求还要看到需求市场的变化。陕西包括河南、甘肃、山西,应该变成最有中国故事、中国文化特色的一个目的地地区,让大家能看得到、看得懂。”

科技驱动旅游智慧化、高质量发展

科技对旅游行业的影响,已体现在百姓生活的方方面面,5G时代的到来会有怎样的改变?李仲广表示,以前的跟团游可以让一两万家旅行社来推动,到散客之后就依赖科技来服务。互联网兴起后,散客市场才进入一个爆发期,同时这方面的产业化、市场化才出现,包括OTA、MTA以及现在的数字文旅,它不是资源导向,是客源导向,谁掌握客源,谁就掌握这个行业的话语权。他说:“文化和旅游部坚决地把科技和旅游融合作为方向,今年出台了几个文件。中国旅游研究院也把科技推动旅游高质量发展作为今年旅游发展论坛的主题,把科技年作为2020年的年度主题,这都反应目前中国5G时

代来临行业发展的动态。”

吴必虎认为,5G时代对旅游业的影响是极大的。旅游是依赖于信息的产业,而互联网或者说5G就是高速度地提供一种很远的信息。“未来旅游产品的开发,将更能实现真正意义上的体验。比如梦回唐朝,我们可以通过一种设备或者一种语言化的产品实现‘穿越’,到了西安城墙永定门,你可能真的看到唐朝当时的人和生活的感受,几千年前的风土人情。”

除了对于产品的影响,科技带来的数字化也对目的地营销起到了关键作用,张志红也表示,“营销肯定要有数字、数据,然后进行精细化营销,客源在哪儿,什么搜索最多,什么画像对目的地感兴趣,游客的体验和需求点在哪痛点在哪,我们心里还是得有一本账。但是现在的挑战在于景区,包括目的地,得到的数字都是间接的,不是直接的,这也是未来需要关注的。”

科技对政府监管也能助力。国家信息中心分享经济研究中心副主任于凤霞指出,共享住宿新业态对住宿服务业转型发展的作用开始显现,以5G为代表的新技术将帮助平台企业更好地提升用户体验,也将成为平台加强内部治理的重要保障;新技术应用也有助于使政府监管更加智能化、精准化。整个行业的规范发展有了新的技术支撑。“包括消费者的看房体验、安全保障体系,商家都会用一些新的技术手段,并会大力投入,给消费者提供一种安全、放心、友好的体验。这既是未来竞争力的一个焦点,也是新技术对这个行业发展的一些影响。”

(据人民网)

我国已建立自然保护地 1.18 万处

记者近日从第一届中国自然保护国际论坛获悉:目前我国已建立各级各类自然保护地 1.18 万处,占国土陆地面积的 18%、领海面积的 4.6%。其中,国家公园体制试点 10 处、国家级自然保护区 474 处、国家级风景名胜区 244 处。拥有世界自然遗产 14 项、世界自然与文化双遗产 4 项、世界地质公园 39 处,数量均居世界第一位。

我国自然保护地包括国家公园、自然保护区及自然公园三种类型。其中,国家公园是最具国家代表性的自然生态系统,是我国自然景观最独特、自然遗产最精华、生物多样性最丰富、最具完整性和原

真性的部分。自然保护区是保护典型的自然生态系统及珍稀濒危野生动植物物种的天然集中分布区,是具有特殊意义的自然遗迹。自然公园保护着重要的自然生态系统、自然遗迹、自然景观,具有生态、观赏、文化、科学等价值。

“中国是全球生物多样性最丰富的国家之一,经过 60 多年努力,我国已建立数量众多、类型丰富、功能多样的各级各类自然保护地,在保护生物多样性、保存自然遗产、改善生态环境质量和维护国家生态安全方面发挥了重要作用。”国家林业和草原局副局长李春良表示。

(据《人民日报》)

中消协第三季度情况分析:

旅游纠纷成消费投诉热点

日前,中国消费者协会发布第三季度全国消协组织受理投诉情况分析。三季度正值暑假,不少消费者选择外出旅游,相关旅游纠纷成为消费者的投诉热点。

消费者的主要投诉涉及多个方面,如消费者通过旅行社报名出游,如果报名人数不足,旅行社因收客人不足取消行程,导致消费者不能按时出行。虽然旅行社应承担取消行程的违约责任,但是旅行社的违约赔偿金额一般比较低,不足以弥补消费者临时改期会付出的成本。还有部分经营者不遵守合同约定,未经消费者同意,擅自变更旅游行程安排,甚至不签署旅游合同,混淆是非,逃避法定职责。

景点及购物点的商品以次充好、价格虚高等问题严重,尤其是宝石玉器、珍珠水晶、药材、保健品、工艺品之类商品比较突出。个别旅行社还存在违规安排消费者进入购物店的问题,并诱导、欺骗甚至强迫消费者购买质次价高的商品。

通过网络平台搜索知名旅行社,出游后才发现是山寨旅行社冒名的案例也格外引发消费者关注。今年春节期间(2月4日至10日),广东省深圳市消费者委员会收到了 26 宗“港澳游”投诉,投

诉对象全部涉及“野马”旅行社。在 26 宗投诉中 90% 的消费者是通过网络搜索获取旅行社信息,其中又有 50% 的消费者通过百度搜索“国旅”,页面出现了加 V 认证的国旅信息,消费者误以为该旅行社是“深圳市国际旅行社”(以下简称“国旅(深圳)”)而对其产生信任,而在行程中消费者普遍遭遇到了“强制购物没商量”“原定景点被取消”和“食宿降级很无奈”等问题。

经过调查发现涉事旅行社均为假冒国旅的“野马”旅行社,该旅行社并未进行商事主体登记,而其持有的自称是“深圳市国际旅行社有限公司”所提供的合同、收款收据盖章等均是假冒国旅(深圳)的。

中消协提示消费者,选择跟团出游时,需注意所选择报名的旅行社是否具有经营许可证和营业执照,是否为正规的旅行社,在网上报名时也要谨慎辨别网络信息真伪。应签订正规书面旅游合同,合同中应明确团费所包含的项目、具体行程安排以及购物次数、自理费用项目等内容,消费者不要轻信旅游从业人员的口头承诺、低价团费等宣传。

(据北青网)