

数字文旅时代来了



以“万物智联”为特征的5G将带给旅游怎样的变化?未来的旅游是什么样子?中国旅游业开始牵手5G,游客将获得全新酷炫的体验,旅游行业将迎来创新升级的契机。

5G提速中国旅游

中国联通去年底在红旗渠景区发布了首个基于5G技术的智慧旅游系列应用。今年5月,深圳世界之窗与中国联通合作,打造全国首个5G全覆盖的大型文化主题公园。深圳欢乐谷与中国电信合作建设“中国首个5G+体验乐园”。湖州开通“5G+智慧文旅”平台并上线“一键智游湖州”。短短几个月,5G和旅游频繁互动。

5G指的是第五代移动通信网络,其峰值理论传输速度可达

每秒数十Gb,比4G网络的传输速度快数百倍。如果仅从网速和流量的角度去了解5G,显然低估了5G的能力。中国联通和腾讯公司22日联合发布的《2019中国智慧文旅5G应用白皮书》指出,5G网络的“高速率、低时延、大连接”特性以及与人工智能、高清视频、AR、VR等先进技术的融合,为旅游目的地的文化内涵的彰显、体验、传播和创新提供强有力的支撑。同时,在提

升旅游管理能力、丰富旅游营销手段、提高旅游服务水平、提升游客出行体验、助力文物活化和文化传承等方面起到关键作用。

中国旅游研究院院长戴斌在“2019数字文旅发展论坛”上向记者表示:“数字文旅的时代已经到来了。可以说,现在是大众旅游的时代,也是科技改变旅游的时代。在技术推动下,各产业边界逐渐消失,文旅产业需要适应并创新商业模式。”

5G成旅游标配

5G是物理世界的海量信息输入到数字系统的重要技术方式。随着数字化建设的不断深入,5G网络资源将和水、电、路一样,成为景区必备的基础设施之一,是景区实现信息化和智慧化的必要条件。

腾讯文旅运营总监孙晖向记者介绍,从PC互联网时代到以3G、4G为基础的移动互联网时代,通过智能手机的快速普及,随时随地的消费和说走就走的旅行成为可能,吃住行游购娱等方面基本实现了用户侧的数

字化应用。5G时代的到来,可助力文化和旅游供给侧的全面数字化升级,包括用户洞察,产品设计,服务体验综合管理,智慧大脑建设等。同时在服务侧,智慧科技将创造出更惊艳的文化和旅游产品体验,VR技术、人机交互技术、人工智能技术、全息等突破原有旅游局限,带来全新的旅游体验。

《白皮书》中提到,5G为游客提供更精准、更匹配、更个性化的服务。比如,5G+AI景区导览会为每个游客提供专属服务,

包括去过的和推荐前往的景点信息及配套交通食宿等;5G+AR辅助讲解为不同类型的游客推送不同的讲解材料,游客每次游览都会有不同的感受;5G+AI游记助手会根据游客类型不同输出不同风格的游记素材。5G与语音技术结合,可为外国游客在游览中提供多语种在线翻译服务。同时,外国游客在欣赏中国传统文化作品时,受困于语言不通,无法理解内容含义时,可通过手机端应用,将欣赏的作品进行本国语言翻译。

文旅融合科技支撑

心随景动,情由景生。5G以其高速率、低时延、大连接的特性,带来身临其境的VR直播效果。如今,游客到了红旗渠景区,在青年洞和“铁姑娘打钎”旧址,佩戴VR眼镜,可沉浸式地感受红旗渠的壮美,能真实地体验当年修渠的场景。中国联通文旅行业负责人李玲介绍,今年以来,中国联通陆续与泰山、世界之窗、雄安白洋淀等旅游目的地开展5G合作,探索5G在文旅领域的应用场景。

未来,游客在深圳欢乐谷园区内,将体验到全息影像游乐产品、园内交通工具自动驾驶、随车智能导览播报、智能客服机器

人、MR体验式导览、智能售卖机器人等。

孙晖介绍,5G与旅游的融合将从主题化、舞台化、场景化等多层次给游客提供不同体验,游客可通过参与现场活动、5G虚拟历史体验等互动,深度体验文化,对文化的感受不再是旁观,而是参与进去。5G结合人工智能还可为游客提供跨区域的个性化服务。例如,游客在进行旅行规划时,以“李白+诗文”的主题进行旅游路线的咨询,5G结合人工智能基于文化数据信息,为游客提供个性化的路线规划建议。即使游客只到一地实际游览,也可通过5G+虚拟现实、5G+全

景视频的方式远程沉浸体验其他景区,做到主题游的完整性。

文化和旅游部信息中心副主任信宏业向记者表示,智慧文旅的核心是推进融合,包括科技与产业的融合,资源的融合,文旅的融合。特别是通过推进文旅融合,推动产业高水平高质量发展。文旅融合需要科技支撑,智慧文旅发展同样离不开科技支撑。科技助推文旅融合发展,是产业的需要,是社会的需要,也是发展的需要。科技+文旅,不是简单的叠加,机械的罗列,要遵循发展规律,检验实际效果的是产业,是社会,是时间。

(据人民网)

新增住宿需求蓬勃发展

多家OTA酒店预订业务增速明显



近日,各大在线旅游企业相继公布2019年第一季度业绩,其中比较明显的是,酒店住宿预订业务大多表现亮眼。业内人士表示,得益于各大OTA在住宿预订方面不断优化服务,以及和不同酒店商家展开更深层次合作等原因,酒店住宿业务现在已经成为OTA业绩的一大强劲增长点。

美团点评公布的2019年第一季度业绩显示,美团在酒店预订业务中,国内酒店间夜量由2018年一季度的6060万增长至2019年同期的7860万,同比增速近三成,达到29.8%。携程旅行网近日发布的2019年第一季度业绩则显示,目前携程在低线城市进一步扩大市场份额,其中携程品牌的低星酒店间夜在2019年第一季度达到约60%的同比增速,业务层面,携程财报显示,2019年第一季度住宿和交通两大板块分别贡献了30亿元和34亿元的营业收入,同比分别增长21%和16%。此外,同程艺龙2019年第一季度的收入也主要来自住宿预订业务及交通票务业务,财报显示,住宿预订服务产生的收入由2018年第一季度的4.496亿元提升了8.8%增长至2019年第一季度的4.892亿元,该增长主要是因为间夜的销售增加以及每间夜收

入的增加。

业内人士表示,多家OTA的酒店住宿业务持续高速增长,一方面得益于国内休闲度假、探亲访友等新增住宿需求的蓬勃发展,消费升级大趋势下,酒店预订市场的增量明显;另一方面,经过数年的发展和积累,OTA与商家、消费者的多方共赢新生态已经形成。美团酒店大数据显示,今年春节期间,三线及以下城市酒店预订量较平日上涨近20%,常驻一二线城市用户中,春节期间预订三线及以下酒店占比较平日涨幅高达25%。而在酒店合作方面,不久前,西班牙美利亚酒店集团刚刚与携程正式签署战略合作协议,将在旗舰店层面展开相关合作,同时去年携程还宣布推出高端酒店品牌丽呈,进军全国一、二线城市的高星级单体酒店整合市场。今年4月,美团酒店则是发布了帮助高星酒店探索营销新模式的“长青计划”,高星酒店通过与美团的合作,将酒店内的餐饮、婚宴、健身、休闲娱乐等服务线上化,让酒店这些非住宿服务更直接、更清晰地展现在消费者面前,有效提升酒店的服务交易量,该计划启动以来,美团酒店已经与开元集团、恒大集团、香格里拉集团等20多个集团达成合作。

(田虎)