

网上中国



中国在线旅游消费总额已达万亿元

# “互联网+”让旅游更有趣

海外网 李雪钦

在线预约门票，扫码即可进入景区；用上景区智能导航，游玩路线大大优化；沉浸式酷炫玩法，刷新你的旅游体验……近年来，5G、大数据、人工智能、虚拟现实等高科技在旅游行业深入应用。中国旅游研究院等发布的《全国“互联网+旅游”发展报告（2021）》显示，“互联网+”已成为大众旅游新场景、智慧旅游新动能，中国在线旅游消费总额已达万亿元。“十四五”规划纲要提出，深入发展大众旅游、智慧旅游，创新旅游产品体系，改善旅游消费体验。专家认为，以数字化、网络化、智能化为特征的智慧旅游正迎来新的发展机遇。

## “码”上知晓： 旅游攻略轻松掌握

“5年前我来北京旅游，当时许多景区的售票处都有排着长队的游客。今年再来，去故宫、颐和园等我都先在网上预约，然后扫码入园，排队时间大大减少，游览畅通多了。”来自广西的游客黄先生对北京旅游新体验连连点赞，“在景区还能享受在线导览讲解服务，既方便又有新意。比如用颐和园公众号，可以听西堤、南湖岛、文昌院、谐趣园等景点的语音讲解，如果想深入了解‘东宫门的牌匾里藏着什么秘密’‘十七孔桥的观景方法’，可以通过‘颐和听’语音导览产品了解精彩生动的细节。”

今年“五一”期间，文旅部要求各地景区景点实施门票预约制度，引导游客分批进场、错峰游览，将流量管控关口前置。为兼顾疫情防控和游客体验，旅游景点“预约制”正加速普及。陕西师范大学旅游系主任白凯接受采访时说，“预约制”使旅游目的地接待工作更加有序平稳开展，使游客的出行规划更加科学合理，可以有效优化旅游品质。

借助大数据平台，实时监测预约数量、接待量、瞬时承载量等已成景区常态。例如，江苏南京珍珠泉风景区通过闸机、客流监测探头，实时掌握在园游客数据，确保景区安全有序。为了避免过多的游客在同一个景点聚集，浙江缙云仙都风景区信息中心通过400个摄像头进行人流密度探测。游客通过景区官方公众号，可以实时获取定位，根据自身需求规划游览路线。

“目前，智慧旅游发展最好的是大数据对人流的分析和研判应用。”中国社会科学

院研究员戴学锋认为，通过对行动轨迹、消费倾向、服务喜好等细分数据的分析，可以丰富产品体系、精确匹配服务，助力景区管理、旅游营销和公共服务等。如贵州推出全域智慧旅游平台——“一码游贵州”，利用大数据、5G直播、新零售、区块链等技术，将旅游资讯、产品服务进行多维度的传播。据悉，截至目前，“一码游贵州”已收录贵州省数百家A级景区、酒店、文化场馆、餐饮、精品路线、攻略指南等信息数据。

## “云”游四方： 新兴科技大展身手

从线上预约到“一码游一地”，从线上消费到网络营销，“互联网+旅游”为游客提供了多元化体验和服务。近年来，福建省平潭“蓝眼泪”景观在社交平台、短视频平台上走红。据悉，平潭联合驴妈妈、梨视频、去哪儿等平台，多次推出“追泪”直播等活动。“通过直播的方式，我们现场向观众演示如何花式‘追泪’，重点聚焦游客体验，加深平潭旅游记忆点，提升平潭旅游好评度、回头率。”平潭综合实验区旅游与文化体育局相关负责人说，直播活动观看人次累计超2亿，300余万人参与话题互动。此外，平潭还依托百度地图推出“智慧追泪”系统，利用大数据等技术，将“蓝眼泪”景观播报与旅游出行服务相结合，打造集吃、住、行、游、娱为一体的智慧旅游景区。

专家表示，通过直播技术，发挥线上交流互动、引流聚客、精准推送等优势，可以引导线上用户转化为实地体验、线下消费。在直播经济带动下，各大旅游企业、旅游景区、旅游达人等纷纷开展网红



某文旅科技有限公司的“一码游贵州”全域智慧旅游平台。新华社记者 陶亮摄

直播营销业务。据悉，2020年微博旅游直播开播超过4万场次，微博旅游直播观看量超过20亿人次。

“游客在旅游过程中，一个是便利化的需求，另一个是差异化的体验，旅游需要跟数字化结合，来提供不一样的产品。数字化可以优化游客的体验感受。”中南财经政法大学数字经济研究院执行院长盘和林接受采访时说，数字技术助力文旅融合，可以将特色文化打造为更加智慧化、年轻化的文化生态，突破旅游在时间和空间上的限制，形成更多有创新性的文旅延伸场景。

在光影的奇妙变幻中，邂逅冰川时代的动物朋友——河南银基国际旅游度假区的沉浸式全息投影互动餐厅内，文旅创意与数字

科技碰撞出的新体验令人叫好。据悉，该度假区还引进无人机编队表演、VR沉浸式体验、数字多媒体娱乐馆、全息投影“生命之树”等，受到不少游客的喜爱。

## 抓住根本： 提升游客满意度是关键

为助力旅游景区加快数字化转型，推动旅游产业高质量发展，一系列针对性举措正频频落地。2020年11月30日，文旅部、国家发改委等十部门联合印发的《关于深化“互联网+旅游”推动旅游业高质量发展的意

见》，提出到2022年，建成一批智慧旅游景区、度假区、村镇和城市；到2025年，国家4A级及以上旅游景区、省级及以上旅游度假区基本实现智慧化转型升级。今年3月22日，国家发改委、中央网信办发布的《加快培育新型消费实施方案》指出，加快文化产业化和旅游产业数字化转型，制定智慧旅游景区建设指南等。

加快推进智慧旅游具体分几步走？据文旅部相关负责人介绍，“十四五”时期，中国将分三块内容加快推进智慧旅游建设：一是推进智慧旅游景区建设。推动实现国有旅游景区于2021年底前全部提供在线预约预订服务；二是规范引导智慧旅游公共服务平台建设发展。在为老年人等特殊群体保留线下服务的基础上，开发专门的应用程序和界面，优化使用体验；三是培育新业态新模式。通过推动景区、博物馆等发展线上数字化体验产品，让文化和旅游资源借助数字技术“活起来”，培育云旅游、云演艺、云娱乐、云直播、云展览等新业态，打造沉浸式旅游体验新场景。

随着国家对“互联网+旅游”支持力度进一步加大，未来中国旅游的数字化发展将加快提速。“目前，中国旅游产业面临智慧化转型升级的巨大机会。”携程集团首席执行官孙洁认为，智慧景区、智慧酒店、数字化建设、网约导游等，都会成为未来旅游行业发展的着力点。

也有业内人士指出，近年来，不少景区的智能化水平有所提升，但一定程度上还存在“重建设、轻运营”“重技术、轻应用”“重面子、轻实效”等问题。推动智慧旅游不是为了让旅游目的地看起来更有科技感，而是要提升游客的舒适度、满意度，推动旅游服务提质升级。“从业者在推进智慧旅游过程中不能忘记这个初衷。”有专家表示。

涉嫌虚假宣传，侵害消费者权益

# 对“炒作式”直播带货说“不！”

本报记者 李贞

网络直播营销近年来已成为电商新业态。但火爆的直播带货背后也暗藏不少问题：虚构交易、造假炒作、利用各种套路欺骗和误导消费者。如何整治直播营销中的炒作行为，规范网络市场秩序、促进新业态健康有序发展，成为人们关心的话题。



王鹏作（新华社发）

## “卖惨带货”套路多

“工厂倒闭，限时清仓”“家中破产，甩货抵债”“孩子为生病的奶奶筹钱，低价出售苹果”……点开不同的直播平台，常能看到各种跌宕起伏的故事。这些直播或是打着送福利、超低价的噱头吸引关注，或是通过编造家庭矛盾、情

感纠纷博取同情，最终目的都是诱导消费者购买直播间的商品。

“直播带货正是风口，竞争特别激烈。除头部主播外，其他小主播要增加销售额，就会想出各种办法吸引用户。”北京一家文化工作室接了不少为直播带货写剧本的订单。该工作室的人员告诉记者，剧本定价依据直播平台、主播人数、售卖产品而定，从几十元到几百元都有，“编剧和演员我们都可以提供”。

同时，该工作人员也坦言，为吸引观众眼球，剧本中常有对商品夸大介绍、对价格虚假宣传的台词。比如先将商品原价抬高，再假装以折后价销售；制造秒杀，反复强调“错过这个时间点折扣就没有了”以刺激购买等。

这类欺骗、炒作的直播销售显然扰乱了正常市场秩序。浙江省公共政策研究院研究员高艳东认为，卖惨、演戏炒作带货涉及虚假宣传，违反《广告法》有关规定，情节严重的还会构成虚假广告罪。

要遏制直播带货中存在的种种炒作行为，直播平台需要承担起相应责任。业内人士认为：“直播中的卖惨炒作带有欺骗性质，违背直播行为规范，影响商家形象，会造成严重违规的后果。平台应持续加大对此类违规行为的打击力度。”

用同情心“套路”带货等。据悉，抖音平台已处理相关违规直播间446个，封禁违规账号33个，包括10个粉丝量超过百万的主播。快手平台也曾发布“剧本、演戏炒作卖货”专项治理违规公告。对于这类炒作卖货主播，快手进行了相应处罚。

## 多方合力严监管

除“炒作式”直播带货外，网络直播销售还存在种种乱象。“本来以为在直播间买货更便宜，没想到被套路了。”最近，陈女士在某直播平台上买了3盒面膜，“看着主播现场和厂商连线，直接砍价，从原价498元不断降到158元，我以为赶上了难得的促销，立刻就买了。”可收到货后，冷静下来的陈女士在其他购物网站上查，才发现这款面膜日常售价就是50多元一盒，在直播间下单并没有享受什么优惠。

为加强整治，相关部门不断完善相关法律法规。去年7月，中国广告协会发布的《网络直播营销行为规范》正式实施，这是国内第一个专门关于网络视频营销活动的自律规范。去年11月，国家市场监督管理总局和国家广播电视总局分别发布了《关于加强网络直播营销活动监管的指导意见》和《关于加强网络秀场直播和电商直播管理的通知》，进一步严格规范网络直播营销行为。

今年5月25日起，国家网信办、公安部、商务部、文化和旅游部、国家税务总局、国家市场监督管理总局、国家广播电视总局等7部门联合发布的《网络直播营销管理办法（试行）》将施行。专家表示，这对规范网络市场秩序、维护消费者合法权益、促进新业态健康有序发展具有重要现实意义。“一方面针对网络直播营销中的‘人、货、场’，将‘台前幕后’各类主体、‘线上线下’各项要素纳入监管范围；另一方面明确细化直播营销平台、直播间运营者、直播营销人员、直播营销人员服务机构等参与主体的各自权责边界，进一步压实各方主体责任。”



## VR“云游”党史馆

5月12日，浙江省长兴县太湖街道联合长兴第七小学开展青少年VR智慧党史课活动，将虚拟现实技术与党史学习结合，创新授课方式，让学生们通过VR展厅“云游”、线上即时竞答、党史知识交互体验等沉浸式、互动式的体验，学习党史知识，从而知史爱党、知史爱国，传承红色基因。

上图：在长兴县太湖街道党群服务中心智慧党建展厅内，学生们体验线上VR“云游”党史馆。

下图：学生们在志愿者的讲解下体验智慧党史课。

吴拯摄（人民图片）

