

“数字+”模式在旅游行业中的应用及问题 对策研究

商辰辰

河北师范大学家政学院, 河北 石家庄

收稿日期: 2024年3月13日; 录用日期: 2024年3月31日; 发布日期: 2024年4月22日

摘要

“数字+”时代的来临为中国发展打开了新的大门, 为各行各业的发展带来了机遇和挑战。旅游业作为中国国民经济战略性支柱产业, 互联网的快速传播也为经济的发展起到了关键性作用。对传统旅游业来说, 分析“数字+旅游”模式的发展现状, 研究发展对策, 利用互联网的积极影响, 可促使后疫情下的旅游行业快速复苏。

关键词

数字+, 互联网, 旅游

Research on the Application and Countermeasures of “Digital+” Model in Tourism Industry

Chenchen Shang

School of Home Economics, Hebei Normal University, Shijiazhuang Hebei

Received: Mar. 13th, 2024; accepted: Mar. 31st, 2024; published: Apr. 22nd, 2024

Abstract

The advent of the “digital+” era has opened a new door for China’s development and brought opportunities and challenges to the development of all works of life. As a strategic pillar industry of China’s national economy, tourism has also played a key role in the rapid spread of the Internet. For the traditional tourism industry, analyzing the development status of the “digital + tourism”

model, studying development countermeasures, and using the positive impact of the Internet can promote the rapid recovery of the tourism industry in the post-epidemic situation.

Keywords

Digital+, Internet, Tourism

Copyright © 2024 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

近年来，“数字+”成为了各行各业和广大人民群众的关注热点，同时这个词语也成为两会研究的要点，与各行业都保持着密切的联系和应用，成为符合时代发展的技术潮流。从最早提出的“互联网+”、“智慧+”，再到目前的“数字+”，这些热词都折射着中国经济的发展路径。作为国民经济发展的重要支柱——旅游行业，也在国家大力宣扬新技术的前提下，开展了一系列的“数字+”技术变革，从而解决出行时间、距离等困难，力图改变时间、空间所带来的难题。在技术的变革下，改变原有的传统旅游行业难题，使其从传统旅游向现代化旅游转变。不仅中国提倡“数字+”技术的发展和應用，信息的快速传播、共享，流量等热词的出现，也预示着全世界已经进入到信息化时代，谁可以快速掌握信息的变更与交替，便可在行业中拥有更多的话语权。因此，就路由行业领域而言，“数字 + 旅游”这一模式势必将成为旅游业发展的必然趋势。如今，一系列高科技的出现，增强了新技术在旅游行业的普及与应用，旅游行业的发展离不开科学技术的创新与应用，如大数据的出现，为旅游行业提供了热门景点；虚拟现实增强了游客的体验感，带来了亲身体验的经历；区块链在一定程度上保护了客户的交易记录和信息，确保数据的安全与透明性。但是，结合目前我国现状来说，“数字 + 旅游”的模式在我国发展速度和应用上存在着欠缺，需要在不断完善地改进中发挥其优势并加以利用，不断提升在行业中的占比，凸显其综合优势。所以，本文将浅析“数字+”模式在旅游行业中的应用，分析“数字 + 旅游”在我国的现状，并提出相应的对策。

2. “数字+”在旅游行业中部分应用

2.1. “数字+”赋能乡村旅游高质量发展

随着我国经济步入高质量发展时代，同时响应国家政策，积极探寻乡村旅游高质量发展有着意义重大。在建设数字强国、数字乡村的背景下，发展乡村旅游数字化已成为当前乡村旅游高质量发展的重要途径[1]。例如，婺源篁岭景区夜游体验项目，以篁岭古村落的自然山水为依托，以村落规划选址中的风水、习俗等地方文化为核心，通过将全息裸眼 3D、多媒体光影、多媒体互动与篁岭原生态丛林、梯田风光相融，而定制了一场奇幻森林视觉大秀，采用新科技“数字+”技术，以震撼的视听和绝美的色彩，向广大游客展现了篁岭本土民俗文化和自然风貌的源地吸引力。

2.2. “数字+”焕发红色旅游新发展机遇

红色旅游作为我国独特的一种旅游形式，以革命历史、革命事迹和革命精神为内涵，通过参观缅怀、学习游览等各种形式进行展现。通过 5G、3D、虚拟现实等科技的加入出现了一批红色党建虚拟主题馆、

虚拟革命体验馆、革命文物展览馆等[2]，如延安革命纪念馆的巨幕片《记忆延安城》、韶山的沉浸式舞台演艺节目《最忆韶山冲》《中国出了个毛泽东》，又如长沙橘子洲头“智慧厕所小程序”，各地的红色革命城市通过技术加持，为本地的红色旅游打造地方特色。

2.3. “数字+”推动康养旅游消费升级

数字经济助推康养产业数字化发展，在这一背景下，既丰富了数字经济的业态形式，也为康养旅游发展创造了有利条件[3]。随着我国老龄化严重，中老年对晚年的生活质量要求也逐步提升，不再拘泥于温饱而是追求更丰富的生活条件，同时目前“数字+”技术的应用，使医疗检测、电子健康档案等信息查阅更加方便，线上康养产业园的建立也为中老年人提供更加丰富的选择模式。

3. “数字 + 旅游”模式存在的问题

3.1. 数字化发展联系存在缺口

我国对于旅游行业的恢复与发展提出、发布了政策支持，尤其注重符合时代发展的“数字+”理念与行业的紧密联系。自2015年起，国家对旅游行业不断重视，提出“互联网 + 旅游”模式和“515战略”促进传统化旅游行业向数字化转型；再有文化和旅游部、国家发展改革委等10部门联合印发《关于深化“互联网 + 旅游”推动旅游业高质量发展的意见》，利用数字科技主力旅游业加快复苏“互联网+”[4]，在各种政策和文件的扶持下，在疫情之后，旅游行业也在慢慢复苏。但是，“数字 + 旅游”模式的应用并未在全国范围内与互联网紧密联系，在与数字化的发展联系中仍存在缺口。由于中国地域的广袤性和地区发展的不平衡性，使得大部分旅游网站无法做到信息的全面覆盖和及时的信息更新，且旅游资源分布不均，地域性差异非常明显，发达地区因具备先进的科学技术、设备、人才等，对信息的抓捕和搜索非常敏感，充分利用了“数字+”的优势吸引更多的流量；相反，欠发达地区对信息的敏感度相对降低，且不具备雄厚的资金运维网站或者第三方宣传软件，造成流量少起不到宣传的结果，“数字+”模式也就无法有效的应用于当地的旅游建设，没有资金的注入就更无法进一步加强信息的再循环，使地区发展越发不平衡。并且，传统旅游行业过渡到由科技主导的信息化旅游是一个需要长期实践且曲折发展的环节，若不能够适应这种新的经济模式，势必会淘汰在历史中。在当下，虽然依托着政府的扶持政策，“数字 + 旅游”模式依旧处于发展的萌芽阶段，各旅游网站及旅行社在发展核心业务、服务旅游者、创建旅游路线等各个方面均要加快与互联网的密切联系，填补数字化的缺口。

3.2. 信息交流系统有待完善

在科技飞速发展的今天，无论各行各业都离不开互联网的支持，旅游行业亦是如此。在“数字+”的支持下，旅游行业依托互联网的高效、便捷、低成本等有利因素完成了不同区间的信息交互，吸引全国各地乃至世界的游客完成旅行目的。“数字 + 旅游”模式打破了传统的各部门线下合作的模式，利用线上传递旅游信息，使信息传递变得畅通无阻，降低了各部门沟通成本，如酒店、餐饮、交通等行业，实现了资源的优化配置和可利用性，在一定程度上解决了信息时间差的困境难题。同时“数字 + 旅游”采用线上消费、线下体验的新型电子商务模式，使游客可以随时随地获取相关的旅游信息，目前我国的在线旅游企业如去哪儿、飞猪、美团、携程等都可以根据客户的搜索在短时间内制定一条龙服务，提高游客体验感和幸福感。尽管在过去三年的疫情对在线旅游行业的交易市场交易额造成了影响，但同时也催化了消费者习惯转向线上交易。如今年五一假期除充满人情味的“淄博烧烤”爆火，除了与政府措施的积极跟进密切相关，同时本地居民在抖音、小红书、快手等一些在线平台，使好客、热情为主的淄博形象得到了大众的广泛认可。据数据统计，今年五一假期期间，同程旅行平台上酒店预订最热门的城市

为淄博, 相比于 2019 年, 该城市的预定量增加了 800% [5]。即便如此, 我国目前的旅游业信息交流系统依旧有待完善, 许多网站的景点只是简单的图片陈列与罗列, 无法清晰的呈现旅游点给游客带来的感受变化。而且第三方宣传软件小红书、抖音、快手等充斥着大量的广告内容, 无法提供游针对性的、符合个人需求的一站式服务体验。如今“共享经济”存在我们生活的方方面面, 各平台若有效的将资源共享, 建立健全的共享服务体系, 对于旅游者来说, 在运用“数字+”模式下提供更人性化的服务设计, 增加游客满意度。从而也避免产生的一些无效投入, 或者是多人重复劳动问题。

3.3. 交易系统存在安全隐患

“数字 + 旅游”模式的发展是在一定的技术基础上发展起来的, 最直接的一环就是相对安全的网络交易系统, 在实现旅游支付便捷化的同时维护了客户隐私安全[6]。但是, 互联网交易系统实则像一枚硬币, 存在着正反面, 无法只进行一方面的评判。有利的是互联网交易系统可以代替传统的支付方式实现高效便捷; 不利的是互联网交易系统在交易过程中会泄露个人信息, 如客户的姓名、电话、身份证号等, 且安全性存在风险, 尤其是非正规网站恶意跳转, 更成为了消费者的担忧所在。况且, 网络安全一直是热议的话题, 信息化旅游缺乏网络安全监管体制, 再加上网络的虚拟性, 势必会造成行业发展滞后。网络信息量庞大, 人们在甄选有效信息时难免会被鱼龙混杂的数据所迷惑, 轻信不实的信息, 造成经济损失; 黄牛从中牟利, 高价倒卖二手门票, 市场销售混乱, 妨碍正常的市场秩序等, 以上都表明虽然“数字 + 旅游”在很大程度上促进了旅游行业的发展, 但在依托互联网的同时, 安全性能的弊端也显现出来。因此关注具备相关技术的网络技术人才, 将不利因素转变为旅游行业发展的动力, 便是我们需要高度重视的事情, 从而带动“数字 + 旅游”模式前进发展。

4. “数字 + 旅游”模式解决对策

4.1. 填补数字化联系缺口

实现信息化发展, 建立“数字 + 旅游”模式的市场地位, 务必要从观念上进行调整。认识到传统的旅游发展模式不再适应当下时代的需要, 顺应时代的潮流是使旅游行业迅速发展的必经之路。运用“数智中台”为核心的文旅大数据平台进行分析, 开拓旅游业与互联网平台的紧密联系[7], 实现平台数据融合、可视化呈现、效果应用一系列可行性实施。整合旅游资源, 减小东西部地区、城乡地区资源的信息差异, 使网络平台能充分对地区实际情况进行挖掘, 缩小地区旅游资源不平衡现状。扩大互联网在旅游行业中的影响, 改变过往的宣传模式和路径, 发展具有符合当地旅游特色的宣传手段方法, 使“数字+”模式充分体现。网络在旅游发展中的作用日益加深, “数字+”成为网络具象化的词语, 随着人们收入水平的提高, 人们的旅行出游意愿也随之加大, 因此, 加快脚步适应时代的需求, 也成为旅游行业必行之势。

4.2. 完善旅游信息系统

完善的旅游信息系统可以为“数字 + 旅游”提供强有力的保障。据网络数据平台显示, 80%的旅游用户在出行前会进行搜索, 制定旅游路线、入住酒店、当地特色美食、参观景点、天气等, 制定较为详细的出行计划以确保出行顺利进行, 这就需要访问不同的网站或软件来查询相关信息, 对于旅游者的信息搜集能力使一个不小的挑战。对与旅游者而言, 旅游需要考虑的因素游许多, 包括距离因素、价格因素、天气因素等, 若信息系统得以具体完善, 根据个人出行地点、各个因素的综合考虑, 能够针对个人形成一套比较具有针对性的方案, 将大大提升该平台的使用率。将旅游信息全面化、动态化的反馈给个体用户, 通过某种问答或选择模式准确的获取用户需求, 做到完善的检验标准, 最大限度的满足顾客需

求。个性化的旅游服务，也将成为该平台的突出特色，为企业收揽更多的客流与评价，发挥旅游企业的信息特色和创意特色。因游客对旅游景点的好感度在很大程度上取决于过往游客对该景点的评价，因此，在不断完善“数字+”数据库后，人们对于某一景点的趋向性逐渐形成，平台可以根据不同人群的需求再加强区域性企业合作。完善旅游信息系统，“旅游共享”的模式也慢慢同景区内的呈现多元态势，从而更加有利的打造旅游品牌，增强游客满意度[8]。

4.3. 保障网络交易安全

建立健全的网络交易系统是加快实现“数字+”的必由之路。颁布网络交易法律法规是网民在进行网络交易中的定心丸，加强法律对网络的约束，网络不是法外之地，让所有的根源有迹可循，使网络犯罪人员不敢轻易界越红线，维护消费着的合法权益；加强互联网的安全技术研究，提升网络平台交易保障，促进旅游行业在线上的消费支出；培养高技术行业人员，针对本行业的现状进行创行，培养旅游行业新人才；规范网络信息的私密性，使消费者填报的内容不再成为利益链条上的一环，平台能严守消费者个人的信息，保障消费者隐私[9]。如今，“数字 + 旅游”模式的出现，更需要向市场输送更多的符合行业需求的人才，日新月异的技术发展也需要不同部门积极努力与配合，使旅游行业达到新的高度。

5. 结语

“数字+”是新时代下着力提倡的发展理念，是增加国民经济收入的来源。但是“数字+”不是方法论，它只是一种产品形态，将这种产品形态充分与各行各业相结合，达到充分利用的状态，在不久的将来将会成为关系国家的经济命脉的重要组成部分。在信息全球化的时代，科学技术不断提升，且中国分布着众多著名的旅游资源，利用数字经济发挥本国旅游资源的优势，使“数字 + 旅游”模式更加长远发展。

参考文献

- [1] 李文雯. 数字经济赋能乡村旅游高质量发展: 动力机制与路径研究[J]. 对外经贸, 2024(2): 78-81+157.
- [2] 刘建平, 陈金丹, 范晓倩. 数字技术赋能红色旅游高质量发展的作用机理与路径探索[J]. 湖南财政经济学院学报, 2024, 40(1): 91-99.
- [3] 曲富有. 数字经济背景下“康养 + 数字”产业模式研究[J]. 产业创新研究, 2023(11): 92-94.
- [4] 国务院. 国务院关于印发“十四五”旅游业发展规划的通知[J]. 中华人民共和国国务院公报, 2022(5): 28-46.
- [5] 同程旅行“五一”大数据: 客流峰值超过春运, 国内游、出境游全面复苏[EB/OL]. 智通财经网. <https://finance.sina.com.cn/stock/hkstock/ggscyd/2023-05-03/doc-imysnqhx3945475.shtml>, 2023-04-19.
- [6] 刘文斌. “互联网 + 旅游”新模式发展现状及对策研究[J]. 商场现代化, 2017(13): 253-254.
- [7] 赵腾泽. 智慧方案提升管理服务效能[N]. 中国旅游报, 2023-08-09(002).
- [8] 向玉成. 对“旅游 + 互联网”背景下旅游产业发展的思考[J]. 旅游学刊, 2016, 31(5): 8-10.
- [9] 顾晓飞. “旅游 + 互联网”背景下旅游产业发展的思考[J]. 旅游纵览(下半月), 2019(12): 11+13.