

消费视窗·打造新型数字生活④

门票线上预约、车辆智能调度、入园乘车游览服务更加完善

智慧景区建设给游客带来新体验

本报记者 王珂



随着互联网、大数据、人工智能等新技术在旅游领域的应用,以数字化、网络化、智能化为特征的智慧旅游成为旅游业高质量发展新动能。

“十四五”规划和2035年远景目标纲要提出,“深入发展大众旅游、智慧旅游”“强化智慧景区建设”。智慧旅游如何改善游客体验?未来,景区智慧化发展需从哪些方面发力?近日,记者在贵州安顺黄果树景区进行了采访。

6月中旬,连日下雨。眼看着瀑布的水量多起来,黄果树景区迎来传统的客流高峰期。

上午10点,记者来到黄果树景区新城检票口。尽管实时数据显示,当日入园人数已接近1万人,景区入口却没有出现游客排队的现象。在检票闸机口,游客先刷身份证,再进行人脸识别,之后闸机便自动打开,整个过程只需几秒钟。从一辆旅游大巴车上下来的几十位游客,分散通过一字排开的20多台检票闸机,不到一分钟就可完成检票入园。

“以前可不是这样!别看这片地儿挺宽敞,往年旺季都不够排队买票的游客。”指着景区票务中心前面的广场,黄果树旅游集团董事长助理张目说。

作为我国第一批5A级景区,黄果树景区年接待游客已突破500万人次。尤其在旅游旺季,游客几乎每天都会达到3.5万人次的接待上限,且游客入园时间相对集中。在以前,80%的游客会集中在上午10点到下午2点入园。这样一来,景区的有限容量和游客瞬时暴增的需求量之间的矛盾就凸显出来。

2018年旅游旺季的一天,黄果树景区票务中心早上6点开始售票,但凌晨4点就里三层外三层地挤满了排队买票的游客。早上7点,景区就卖出了近2万张门票。到中午12点,当天门票已销售一空,此时排队等待购票的游客还有1万多人。

这么多游客挤在一起,有不小的安全隐患。2018年旅游旺季,黄果树景区工作人员每天都全员上阵,到售票口、检票口维持秩序。很多工作人员吃完早饭后到岗后,一天下来连口水都不敢喝,就怕去上厕所。

游客的参观体验也很差。游客为了能顺利入园,不得不起个大早,花费数小时排队购票,再排队检票。

让游客不用再排队买票,必须推进线上化!2019年5月1日,黄果树景区开始试行实名制分时预约售票;6月6日,全天9个时段的分时预约售票制度正式在景区推行。

游客适应预约门票需要一个过程。刚开始,有的游客到了景区后,被告知无法现场买票时很不理解:“都来了,怎么能不让进呢?”为此,黄果树景区把服务前置,通过黄果树智慧旅游电商平台“快行漫游”等渠道提前告知游客怎么来景区、如何预约参观,帮助游客更好了解和适应预约门票制。

通过种种努力,如今黄果树景区的购票和入园体验大大改善,实现了从“接待1万人次游客都要排长队”到“接待3万人次游客不用排队”的转变。

入园——

分时预约、刷脸识别,买票无需排长队

在黄果树智慧景区运营管理指挥调度

中心的后台终端,点击进入“智慧调度平台——观光车调度”,景区内的每一台观光车都能实时显示在智慧大屏上。再点击大屏上的车辆,便可查看该车的车辆编号、行驶状态、实时位置、今日已行驶里程、搭载多少位乘客、驾驶员状态等信息。

游客抵达景区后,最理想的体验是在最短的时间内看到核心景观。景区要做的就是合理调动各种资源,帮助游客缩短不必要的等待时间。在黄果树景区,由于大瀑布、陡坡塘、天星桥等景点之间的距离较远,游客必须乘坐观光车往返于出入口和各个景点之间。

记者在黄果树景区天星桥乘车点看到,几辆观光大巴整齐地停靠在游客上车点。从该景点参观完准备离开游客,到达乘车点后可以直接上车赶往下一个景点,基本不用排队等待。

“跟以前比,现在的乘车体验真是好太多了!”来自上海的游客李金荣是第二次游览黄果树景区。3年前的夏天,黄果树景区给李金荣留下的印象可不太好:光排队买票就用了个多小时,每个景点乘车还要再排队一个多小时,时间都花在了排队上,参观只能走马观花。

游客体验不好,工作人员也辛苦。每到旺季,观光车乘车点十分拥挤。工作人员需要拿着大喇叭,喊话引导游客排队,喊到最后嗓子干哑得一个字都吐不出来。经常要忙到晚上10点多,观光车才能把游客全部送出景区。

费力不讨好,症结就是智慧化程度不够。以前,观光车调度中心靠对讲机搜集车辆信息,然后用一支笔、一个本进行记录,再把调度指令通过对讲机传递给乘车点和驾驶员。由于不掌握景区整体的实时信息,所以很难实现有效调度。经常出现这样的情况:每个乘车点都在上报游客多、需要观光车,可车辆究竟在哪里、该派去哪里,谁都搞不清。

智慧化改造后,观光车不仅是运输工具,还成了管理工具。在掌握游客和观光车实时数据的基础上,调度中心可以高效调度观光车:乘车点出现游客集中,可以随时调度观光车疏散客流;一个方向的客流出现拥挤,可以马上调整观光车运行路线,让游客先去参观人流相对较少的景点。

靠对讲机沟通联络的状况也大有改

观。在景区工作人员的手机里,都安装了景区自主研发的“景区管家”手机APP。进入景区后,每一个工作人员都可以通过APP实现和指挥中心的实时视频连线,以便出现紧急情况时上报信息、及时反应。

记者在现场看到,在黄果树大瀑布前的观景台上,以往人挤人、脚踩脚的情形消失了,游客们在瀑布前惬意地欣赏美景、拍照留影,参观秩序井然。

游览——

智慧产品、多元服务,旅游体验更加丰富

在黄果树景区每个景点的显眼位置,都能看到一个“微信扫码、免费导览”的黄果树景区自助导览系统二维码。用手机扫码进入系统,就能收听该景点的语音介绍。记者在现场看到,很多游客都会拿出手机使用这一服务。

小小的二维码,是黄果树旅游产品智慧化的一个缩影。智慧旅游归根结底是为了改善游客体验,旅游产品智慧化正是其中一项重要内容。

如今,随着收入水平提升和旅游市场发展,人们的旅游消费需求不断升级,对旅游体验的要求更高;不仅要到此一游,还要深度体验;不仅要看风景,还要品文化。即便对于黄果树这样以自然风光为主的景区,也希望多一些文化味。

以前在黄果树景区,游客要听讲解,只能找景区讲解员。淡季还好,到了旺季,讲解员数量有限,游客排队等待的现象很常见。现在,游客用手机扫描二维码就能免费听语音讲解,不仅随扫随听,还能反复收听。

目前,黄果树景区还在不断探索旅游产品智慧化,虚拟现实、增强现实等新产品即将上线,为游客提供更加丰富的旅游体验。

对于景区来说,门票线上预约过程中沉淀的游客数据,不仅可以帮助景区更好地调动资源,也能在改善旅游产品方面发挥更大作用。

以前,数据从哪儿来是个难题。比如,为了获取游客来源地的数据,过去只能让

工作人员守在高速公路出口,看车牌、画正字。即便如此费力,也只能拿到一些粗略的数据。

现在,在智慧景区运营管理指挥调度中心的系统里,点击“游客来源地分析”,来自不同省份游客数量的排名,以及总数、占比、同比增幅等数据一目了然。基于此数据,景区可以更有针对性地调整餐饮、住宿、旅游文创产品等配套产品和服务,更好地匹配不同来源地的游客需求。

旅游是个综合产业,旅游消费也是一连串消费行为的集合。智慧景区建设要有“旅游目的地运营”的视野,从“等着客人来”到“引着客人来”,从“玩好”到“全场景优质服务”,只有这样,才能让游客既一路看到好风景,又全程拥有好心情。

黄果树景区实行分时预约后,不少预约下午时段参观的游客,会利用上午时间到周边景区游览。为此,黄果树旅游集团对周边资源进行了整合、调动,盘活和优化住宿、餐饮、交通及乡村旅游等资源,努力通过智慧化发展实现全链条的消费体验提升。

当前,黄果树景区正继续加快推进智慧化;与此同时,景区尝试和贵州省内以及全国多家景区合作,让智慧旅游的经验探索在更大范围进行推广应用,并利用大数据深耕旅游目的地生活服务。“智慧化是手段,优质化是目的。”黄果树旅游集团董事长吴声洪说,集团将聚焦游客消费升级新趋势,不断深化智慧旅游探索,为消费者提供更多优质旅游产品和服务。

从全国范围看,5G、大数据、云计算、人工智能、虚拟现实等新一代信息技术在旅游领域加快应用,智慧景区、智慧乡村旅游建设正快速发展。在门票预约方面,线上预约出游的普及率越来越高。同时,各地积极探索智慧旅游公共服务平台模式,“一机游”“一码游”等为游客提供多元化体验和服务。另外,不少景区、博物馆等发展线上数字化体验产品,让旅游资源借助数字技术“活起来”,并培育云旅游、云演艺、云直播、云展览等新业态,打造了沉浸式旅游体验新场景。

上图为:在贵州安顺黄果树景区检票口,游客正在刷脸入园。 人民视觉

市场漫步

精准对接脱贫地区和脱贫人口发展需要,抓重点、固优势、补短板、强弱项,通过政府引导、市场主导,更好地发挥市场机制作用,让消费帮扶走深走实

日前,国家发改委等30个部门联合印发《关于继续大力实施消费帮扶巩固拓展脱贫攻坚成果的指导意见》,对我国在“十四五”时期继续大力实施消费帮扶、巩固拓展脱贫攻坚成果作出部署。

我国脱贫攻坚战取得了全面胜利,也要看到,当前我国发展不平衡不充分的问题仍然突出,巩固拓展脱贫攻坚成果的任务依然艰巨。应当精准对接脱贫地区和脱贫人口发展需要,抓重点、固优势、补短板、强弱项,推动消费帮扶提档升级,为进一步巩固拓展脱贫攻坚成果、助推脱贫地区加快发展发挥更大作用。

消费帮扶已显现出重要作用,但也有些地方需要改进。比如,部分扶贫产品同质化特征明显、竞争力不强,市场培育也要再加把力;又如,有些政策红利还未充分释放,各地区发展不平衡,合作机制仍需进一步完善。如何通过强化定向采购帮扶、加强区域协作帮扶、鼓励社会力量参与等方式,推动消费帮扶进一步走深走实,还有不少工作要做。

推动消费帮扶提档升级,要准确把握消费帮扶工作新内涵,让“有形的手”与“无形的手”协同发力。既要做好顶层设计规划,统筹协调各方资源,做好引导、组织、对接、服务等工作,也要尊重市场规律,将贫困地区特色产品、服务与城市居民“菜篮子”“米袋子”“果盘子”的真实需求结合起来,建立起供需对接的良性循环。要通过政府引导、市场主导,更好地发挥市场机制作用,持续推进消费帮扶。

推动消费帮扶提档升级,要着力提升供给能力这个“牛鼻子”,进一步解决消费帮扶在消费、流通、生产等环节的难点。在生产端,被帮扶地区要加大力气提升生产的组织化、规模化、标准化程度,顺应消费升级趋势;在销售端,要建好消费帮扶专柜、专柜、专区,引导带动各类企事业单位和广大居民增加帮扶产品购买量。要善于借力农村电商、直播带货等方式,打造以电子商务、现代物流为主要抓手的销售新渠道,切实解决出村下山“最先一公里”与进城上桌“最后一公里”难题,让更多鲜活农副产品顺利上市,推动实现消费端与生产端互利共赢。

一块腊肉、一个苹果、一碗杂粮……每份帮扶产品都可能连接着一个乡村振兴的产业,寄托着很多脱贫群众创业致富的梦想。让我们一起行动,推动形成消费帮扶“人人皆可、人人皆愿、人人皆能”的全社会参与格局,让消费帮扶实现规范、有序、可持续发展。

推动消费帮扶提档升级

齐志明

市场资讯

首届全国旅游公益广告作品遴选结果发布

本报电 为展现我国红色旅游发展成果,文化和旅游部、国家广播电视总局联合部署开展首届全国旅游公益广告作品遴选暨展播活动,共收到各地600余件参选作品。日前,遴选结果发布,6件电视类和6件广播类作品入选。

下一步,文化和旅游部、国家广播电视总局将继续组织开展国家战略、文化传承、旅游带动、旅游为民和典型榜样等五个主题的作品遴选展播工作,提升全社会关心旅游、热爱旅游、支持旅游的良好氛围,更好激发和引导旅游消费。(王珂)

2021中国国际棉花会议在苏州举行

本报电 由中国棉花协会、全国棉花交易市场共同主办的2021中国国际棉花会议日前在江苏苏州市举行。本届会议主题是“打造开放、包容、可持续的世界棉业”。与会代表围绕国内外棉业发展的深层次问题进行探讨,分析形势,展望未来,推进棉花产业的健康可持续发展。2020年,我国纺织服装出口额达2912亿美元,同比增长9.5%,创2015年以来新高。纺织业回暖进一步带动棉花消费增加。(齐志明)

第二届全国咖啡师职业技能竞赛开赛

本报电 由中华全国供销合作总社职业技能鉴定指导中心、人力资源和社会保障部中国就业培训技术指导中心主办、中国商业经济学会咖啡分会承办的“三元杯”第二届全国咖啡师职业技能竞赛日前开赛。这一竞赛是咖啡行业唯一一个国家级赛事,分职工组和学生组两个组别。职工组全国总决赛将于9月3日至5日举行,产生3位全国技术能手;学生组总决赛预计在今年年底完成。(杨静)

商务部推动开展国家电子商务示范基地创建

助力中小微电商企业健康发展

柯文

好服务消费者。据统计,今年一季度,127家国家电子商务示范基地共入驻电子商务及相关企业5.7万余家,从业人员130余万人;电子商务交易总额超1.2万亿元,输送电子商务人才4万余人,为农村地区开展电子商务培训2.8万人次。

“为入驻企业提供公共服务,营造良好营商环境是国家电子商务示范基地创建的初衷和主要任务。”商务部电子商务司负责人介绍,深圳福田国际电子商务产业园上线公共

服务平台,不仅可以帮助企业进行产品和服务展示、销售,还实现园区业务“最多跑一次”办结,减少了企业时间成本。内蒙古呼和浩特金桥电子商务产业园自2016年开园以来,累计为入驻企业提供租金、运营等补贴费用1亿多元,为电商企业降低26%的物流成本。

中小微电子商务企业具有轻资产等特点,普遍面临融资难、融资贵问题,四川成都市武侯电商产业功能区强化金融服务,在园区专设金融服务站,为入驻企业融资搭建沟

消费万花筒

本版责编:罗珊珊