

网上中国

5G互动直播 云端VR体验 机器人导游

有了智慧体验,景区更精彩

本报记者 金晨

5G拓宽文旅发展新空间

此次公布的《关于深化“互联网+旅游”推动旅游业高质量发展的意见》(下文简称《意见》)指出,各类景区、度假区要着力提高5G网络覆盖水平,加快停车场、游客服务中心、景区引导标识系统的智能化改造升级,推动无人化、非接触式设施的普及应用。

中国信息通信研究院预测,到2025年中国5G网络建设投资累计将达到1.2万亿元,带动超过8万亿元的信息消费,5G消费场景将极大丰富。随着5G发展提速,文化旅游行业可以利用5G丰富的垂直行业应用场景,促进旅游行业与相关产业融合,获得更加广阔的发展空间。

目前,全国已有多家旅游景区实现室内外5G网络全覆盖,并相继推出更多5G网络支持下的VR(虚拟现实)、AR(增强现实)等互动体验。中国联通集团文化旅游行业总经理李玲介绍,联通已经开发出包括“5G+AR云”“5G文旅互动直播”“5G文物修复助手”等旅游服务和营销产品,并为智慧博物馆、智慧景区建设提供成熟产品和解决方案。

《意见》鼓励各地扶持旅游创新创业,依托技术手段引导云旅游、云演艺、云娱乐、云直播、云展览等新业态发展,培育“网络体验+消费”新模式。“景区景点提供‘云’服务为线下游提供了数字化管理、营销等一整套升级方案。”上海财经大学教授何建民认为,相较于走进景区、博物馆,“云看展”需要带给观众新知识、新收获,这将推动景区、博物馆文旅深度融合。

线上“种草”线下拔

帅气纯真的笑容、蓝天白云的衬托、原生态的高原风光……近日,来自四川省甘孜藏族自治州理塘县的丁真火遍全网,其为家乡代言的旅游宣传片《丁真的世界》在各大社交媒体和短视频平台走红,让理塘及多个相关旅游目的地“一夜成名”。

依托短视频平台的流量优势,“线上‘种草’、线下‘拔草’”的旅游消费模式

近日,文旅部、发改委等部门联合发布《关于深化“互联网+旅游”推动旅游业高质量发展的意见》,提出优化“互联网+旅游”,以数字赋能推进旅游业高质量发展。业内人士指出,推进“互联网+旅游”发展将促进旅游产业与各行各业融合,为旅游业高质量发展增添动力。



福建省福州市推出“云游坊巷”专题直播活动,让各地游客通过网络“云游”福州古厝和坊巷等。图为讲解员缪妙在福州历史文化街区三坊七巷直播介绍古厝文化。

新华社记者 林善传摄

近年来迅速崛起,逐渐成为旅游消费市场的“新主流”。中国互联网络信息中心统计数据显示,截至2020年6月,中国短视频用户规模达8.18亿。业内人士指出,短视频用户中蕴含大量潜在旅游消费群体,网红、明星和旅游达人在为各地引流、分流旅游消费者的过程中扮演关键角色,其传播的短视频内容往往更具感染力和冲击力。

今年,短视频平台快手联合马蜂窝旅游推出“云游全球博物馆”,邀请全球各地旅游达人、讲解员以直播的形式带领线上用户游览多家著名博物馆和美术馆,并与在线旅游平台同程艺龙合作打造“旅游+直播”新业态。快手相关负责人表示,未来平台将携手各地持续推出“网红打卡地”等相关活动,同时接入更多旅行服务,为用户提供从旅行决策到产品购买的“一条龙”服务体验,让用户出行变得更简单、更便捷。

智能服务让游客更满意

“您好,马上带您去检票口,请跟我来吧。”走进江西省九江市庐山西海风景区司马游客中心,大厅内的智能语音导航机器人热情迎接,为顾客提供指引服务。通过智慧触摸屏,游客还可查询每座岛屿的开放时间、景点和活动内容,并使用蓝牙耳机与智慧语音导航系统实时交流,在游览秀美风光的同时了解当地的历史文化。

“通过智能系统可以提升游客的体验感,让他们玩得更方便、更安全。”庐山西海风景区管委会副主任兰志春介绍,风景区为每座岛屿的危险地带安装了智慧探测识别系统和紧急呼叫报警柱,同时以人工智能、云计算等信息技术为支撑,打造智慧景区管理系统,实现景区各项工作的精细化管理。

目前,智慧景区管理系统已实现人员调度、预警报警、客流统计、停车管理等信息化应用,该景区游客满意度大大提升。

今年以来,智慧化旅游管理手段在全国各地的应用日益增多。在云南,丽江古城景区运用游客流量大数据系统,统计分析平台对景区瞬时客容量进行动态实时监测;上海旅游大数据联合实验室通过景区视频监控平台,助力景区实现预约、限流、错峰入园,从而防范大客流过度聚集。

《意见》指出,到2025年国家4A级及以上景区基本实现智慧化转型升级。对此,业内人士认为,在常态化疫情防控要求下,扫码入园、刷脸通行、人员管控等环节对各大景区提出了更高的管理要求,智慧化系统升级建设将成为旅游管理的新趋势。

您还去菜市场买菜吗?每日生鲜、美团买菜、多多买菜、橙心优选、苏小团……最近,互联网巨头紧盯居民手中“菜篮子”,或是生鲜电商,或是社区团购,五花八门的“云买菜”服务让消费者挑花了眼。

生鲜领域曾被视作“蓝海”,巨大的发展空间吸引互联网企业“抢滩”市场。根据前瞻产业研究院数据,中国生鲜零售交易规模在2019年达5.1万亿元,而生鲜零售线上化率不足6%。与之相比,图书、家电等消费品线上化程度高,线上份额已超过“半壁江山”。可见,“互联网买菜”的巨大市场潜力亟待挖掘。

新冠肺炎疫情影响下,“宅经济”发展迅速,“互联网买菜”为更多消费者所接受。手机下单、送菜到家成为更多人的消费习惯,各大生鲜电商平台正好有了用武之地。艾媒咨询相关研究报告显示,疫情成为生鲜电商的复起契机,吸收、培养了大量新用户。数据显示,2020年社区团购市场发展迅猛,市场规模预计将达720亿元。

优惠力度大,也是许多人选择“互联网买菜”的重要原因。为抢占市场,各平台频出奇招。为尽快占据市场份额,不少电商不惜投入巨额补贴,使互联网菜价屡创新低。5毛钱一斤的土豆,6元钱20个的鸡蛋,很难不让人心动。各式促销也十分“吸睛”,限时秒杀、天天免费拿、万人团购……好玩又便宜、五花八门的促销活动甚至成为不少中老年消费者的省钱利器。既能少跑腿,又能享优惠,消费者何乐而不为?

“互联网买菜”极大满足了消费者对生鲜的即时消费需求,但也有业内人士提出,当前过于“急功近利”的发展模式催生了一系列问题。例如,市场被垄断后低价不再,蔬果质量难以保证等。仅靠一时“补贴”难以长久,做好“互联网买菜”生意依旧任重道远。供应链渠道、物流配送、品质保障等环节,均是“互联网买菜”能够健康持续发展的关键。

“互联网买菜”在疫情后火了一把,折射出中国势不可挡的线上消费趋向,其广阔的市场空间更是不可否认。为了让“互联网买菜”能持续为消费者带来便利,也为了行业的健康长远发展,诚信经营确保质量,孵化更科学的运营模式,才是“互联网买菜”立于不败之地的核心所在。

云中漫笔

『云买菜』光靠补贴走不远

赵壹晨

未来5年农产品电商人才缺口将逐年上升至350万

青年创业者搭上“新电商快车”

海外网 吴迪

中国农业大学智慧电商研究院日前发布的《2020中国农村电商人才现状与发展报告》显示,未来5年农产品电商人才缺口将逐年上升至350万。除了企业家式的电商人才,农村县域电商人才主要分为运营推广、美工设计、客服和物流仓储四类。专家表示,农村电商是转变农业发展方式的重要手段,青年是农村电商创业的从业主体和主要推动力量。通过电商平台,青年创业之路越来越宽广。

“新农人”广受欢迎

“80后”河南小伙李杰2016年来到吉林省延吉市,在承包物流站时接触到电商行业,产生了创业想法。他自学电商运营,于2019年注册了网上店铺,聚拢延边朝鲜族美食产品。“我发现很少有消费者真正了解泡菜文化,我也是到了延吉才知道辣白菜原来有这么讲究,传统美食的线上市场很大。”李杰说。如今,他在拼多多平台开设食品官方旗舰店,将传统延边泡菜进行精致化、品牌化包装,到了冬季销售旺季,店铺的辣白菜日销可达2000单。

除了辣白菜,冷面、石锅等朝鲜族美食同样走俏新电商平台。专家认为,电商是新兴业态,通过视频、社交、粉丝经济等元素充分结合,很大程度上改变了消费者的行为习惯,而像李杰这样有想法、能落地的人还太少。在中国农业大学经济管理学院教授郭沛沛看来,电商爆发背后,还有一些困难亟待解决,比如农村电商人才不足,制约了电商助农规模和质量的进一步提高。“预计未来3至5年内,中国数字农业和智慧农业快速发展,将涌现出一大批新型农村电商人才和新型农村电商创业者。”

《2020中国农村电商人才现状与发展报告》把农村电商人才发展模式分为两大类:一是政府主导型,二是电商推动型。其中,电商推动模式成为重要的市场化力量,对农村电商人才培养发挥着强大的实践引领作用。据了解,拼多多平台通过农产品上行的“模式创新+人才培养”两大核心体系,已带动全国超过10万名新农人返乡创业。“熟悉互联网、爱农业、懂技术、善经营的‘新农人’很受欢迎,他们比较年轻,有一定的电商经验和能力,是被带动致富的群体,对乡村振兴会起到很好的作用。”业内人士认为。

产地直发拓销路

36岁的杨道林每天一大早就赶到位于安徽省阜阳市的办公室,他上班的第一件事就是打开电脑,通过监控系统查看2000公里外的昆明鲜花种植基地,登录网店了解前一天的鲜花销售情况。

2019年8月,杨道林的第一个网上店铺上线。仅仅一周后,他的鲜花网店单日鲜花销量就超过了1000单。这给了杨道林很大的信心,他随即扩大投资、扩增网店,并在云南租赁开垦数千亩的鲜花种植基地。

做鲜花电商,最难的就是物流和损耗。为了让鲜花更快更好地由昆明仓库送到全国各地的消费者手中,杨道林没少花精力。仅2019年一年,他就往返阜阳和昆明十余趟,紧盯鲜花在云南的采购和发货。

为了打通从田间地头到市民手中的距离,电商平台各出奇招。例如,拼多多推出“农地云拼”创新模式,其核心是“拼购+产地直发”,把分散的农业产能和农产品需求在“云端”拼在一起,以产地直发取代层层分销,通过大规模农产品上行带动农村发展。

政企助力创业梦

在云南省德宏傣族景颇族自治州,出生于1996年的景颇族姑娘李木兰,9岁时因一场疾病造成腿部残疾;傣族的金玉萍罹患先天性脊柱侧弯,一出生就落下残疾。2020年3月,在当地残疾人电子商务孵化基地的帮助下,李木兰、金玉萍共同开了一家名为“云鲜荟”的网上店铺,从此扎进了电商创业领域。

她们的店铺开业后,在州政府推动下,芒市市委



在河北省威县枣元乡魏家寨村,驻村第一书记肖甫磊(左)和村里电商营销人员正探讨农产品的线上销售。

新华社记者 朱旭东摄

书记毛晓做客直播间为“云鲜荟”打气。在他的助阵下,“云鲜荟”店铺沉淀了近3万粉丝,71万网友观看了直播,60吨应季芒果甜瓜销售一空。

在农业农村部的支持下,电商平台纷纷开展“农货产销对接”活动,特色之一就是“市县长直播、农民多卖货”,多地党政官员进行线上直播卖货,大大增加了电商助农效果和热度。据悉,今年2月起,拼多多多开政企合作直播助农项目,截至目前,市、县长在拼多多平台直播助农已逾200场。

郭沛沛认为,部分农产品供应链在生产、加工、流通和消费等领域仍存在薄弱环节。要解决这些困难,需要各级政府深化当地农村电商改革,结合当地乡村振兴规划,改善供应链基础,与电商平台和农户一起,着力打造特色农产品产业链等。

快手赛区播放量超十五亿

全球拍客记录今年生活百味

本报电(薛凝)人民日报海外网今年9月启动“我的2020”第二届全球华人生活短视频大赛,通过短视频展现当下全球华人多元丰富的生存状态与精神面貌。大赛在快手设立分赛区,目前快手赛区已征集逾7000部作品,播放量达15.8亿,覆盖多个国家和地区。

快手分赛区的海外创作者见证了不平凡的2020年。身在美国的威廉用镜头记录下新年火锅、失业、宅家躲避疫情、摆摊卖凉皮、穿着防护服上班、为武汉献爱心等事件,一段段视频画面构成了他的2020年。威廉说:“今年虽然磕磕绊绊但还算圆满,感谢经历,我们每个人都是自己的英雄。”征集活动中还涌现出“中国大妈朴实无华的海外生活”“为祖国集赞”“混血一家人的生活”等立意新颖、视角独特的作品。通过镜头,创作者们不仅呈现出日常生活的多姿多彩,也记录了从物资捐赠到宅家抗疫的特殊经历,传递海外华侨华人积极向上的精神风貌。

据悉,为进一步扩大征集范围和覆盖人群,以“拥抱每一种生活”为口号的快手,积极在海外用户中开展各项推广活动,并对优秀创作者给予扶持与流量助推,助力优质创作者获得更高的曝光度。快手相关负责人表示,希望以此为契机吸引更多海外华人组织及短视频创作者加入,用自己的镜头记录丰富多彩的世界。



海外网供图