

网上中国



大数据优化服务 黑科技创造价值

智慧旅游来势猛

本报记者 刘 晓

改变旅游产业价值

在线订票、信息查询、即时通讯……除了习以为常的数字化应用外,越来越多的“黑科技”正在改变旅游全产业链的面貌。

比如,在景区入口,扫描二维码就可以免检票入园;人工智能机器人可以通过对话方式为游客提供出行参考;采用智能门锁系统的酒店可以通过人脸识别确认住客……阿里飞猪旅行副总裁周正介绍说,以后的酒店可能是无前台的酒店,游客到店后通过摄像头进行人脸识别,就可以进行信息匹配。确认身份后生成一个房卡,就可以直接入住。带上VR(虚拟现实)眼镜可以远程选房,看看酒店的窗户有多大、外面的风景如何,避免文字不实、图片夸张。

业内专家表示,随着物联网、大数据、云计算的兴起,人工智能、虚拟现实等技术的出现,互联网不仅改变了旅行的模式,更改变了旅游产业价值创造方式。未来,谁掌握了互联网技术的精准应用,谁就能成为用户最可能选择的出行服务提供商。

大数据的应用就是一例。随着出入境旅游人数的迅速增长,大数据无论在政府宏观政策制定上还是在个人出行决策上,作用都越来越大。中国旅游研究院院长戴斌说,类似“五一”黄金周要不要恢复、怎样的奖励措施可以让带薪休假落

实得更好,都需要借助大数据的分析辅助来科学决策。想去的景点是否会拥挤,未来也可以通过大数据的分析实现预报和预警。

解决景区现实难题

在海南三亚天涯海角景区,游客只要掏出手机,对着散客通道闸机上一个二维码扫一扫就可以轻松入园。目前,天涯海角景区已实现无线网络热点、视频安防监控、高清实景、360度虚拟实景、智能导游、停车场管理等系统全覆盖,通过智慧服务、智慧管理等模式,提升了旅游体验和旅游品质。

国家信息中心旅游规划研究中心主任石培华认为,旅游和互联网的融合还在加速,“互联网+旅游”构建了一个虚拟和现实之间的大众创新、万众创业的平台,当旅游遇到互联网,一切皆有可能。

上月发布的《“十三五”全国旅游信息化规划》提出,到2020年,中国将努力实现4A级以上旅游景区免费WiFi、智能导游、电子讲解、在线预订、信息推送等全覆盖,在人流集中区、环境敏感区、旅游危险设施和地带,实现视频监控、人流监控、位置监控、环境监测等设施的合理设置。规划还提出,到2020年,在线旅游投资占全国旅游直接投资的15%以上,在线旅游消费支出占旅游消费支出的20%以上。

在山西大槐树景区,WiFi不只用来上网,还可以记录某个位置有多少游客停留以及停留的时间,从一个地方到另一个地方用了多长时间。通过景区内的无线网络,管理者可以知道客流量、旅游产品的吸引力,进行“智慧管理”。

互联网技术,或许正是解决不少旅游景区难题的有

效方法。2016年,中国国内旅游达44.4亿人次,同比增长11%。但与此同时,交通瘫痪、游客爆棚引发不少安全事故。如何有效应对和处理这些问题,是诸多景区亟须解决的现实命题。

蜗牛景区管理有限公司董事长徐挺认为,游客的咨询服务、导览、导购、票务、互动分享、体验、投诉等,都是经常性需求,而这些需求产生的信息,都可以被采集和处理,成为智慧化运营的大数据基础。比如黄山游客集散系统,可以通过智能化的交通调度,避免车辆拥堵和人流超负荷。在九寨沟景区,智能化的管理系统可以掌握游客的聚集和消费习惯,优化人流,乃至进行旅游目的地的二次促销。

打造创新型旅游系统

近日,世界经济论坛发布《2017年旅游业竞争力报告》,报告显示,中国旅游业的国际竞争力持续提升,在全球旅游业竞争力排行榜上上升至第15位。报告指出,中国旅游产业在国际开放程度、信息通信程度等方面均有提升。

中国智慧旅游的推进,加快了传统旅游产业结构的优化升级,打造出创新型旅游系统。在当下,智慧旅游已经成为推动区域经济发展的重要动力。世界旅游城市联合会专家委员会主任、中国旅游协会休闲度假分会秘书长魏小安表示,发展智慧旅游已经成为旅游经营的必然发展趋势,也是拉动区域经济增长的有效途径。

业内人士表示,传统旅游业只需重视游客在游中的体验是否满意就可以了,而在智慧旅游时代,必须打通游前、游中及游后三关,任何一项都需要专业的互联网技术服务。对于相关企业来说,只要能够把其中任何一个小的服务做精、做好,就能在智慧旅游行业中站稳脚跟。

而对政府而言,作好引导、服务和监管,是发展智慧旅游的关键。《“十三五”全国旅游信息化规划》提出,要充分发挥市场配置资源的决定性作用,鼓励“政府引导、市场运作、企业运营”的PPP模式,有效引导社会各界资源共同投入,激发创新活力。



图片来源于中国智慧旅游平台

网络在拓宽未成年人信息获取渠道、丰富其学习方式和培养其全球视野等方面提供了诸多方便。然而,网络言论“泥沙俱下”,线下的校园暴力正在向网络空间渗透,“网络欺凌”威胁着未成年人的身心健康。

近日,上海市浦东新区上南中学印发了《网络欺凌预防指南》。据悉,这是国内首份由学校推出,直面网络欺凌的手册。《指南》一出,立即引起了大众的热议。

美国的《梅根·梅尔网络欺凌预防法》将“网络欺凌”界定为“任何人在跨州或跨国交往中,出于强迫、恐吓、骚扰他人或对他造成实质情绪困扰的目的而使用电子手段传播的严重、重复的恶意行为”。通俗地说,就是在社交媒体上泼脏水、撕面皮、骂大街,把别人往死里整。虽然,网络欺凌对未成年人造成的伤害并不如校园欺凌那样“肉眼可见”,但是其带来的“温水煮青蛙”式的心理伤害却不容忽视。2016年12月,美国一高中女生就因长期遭网友“人肉搜索”等恶意骚扰式的“网络欺凌”开枪自杀。

分析未成年人网络欺凌发生的主要原因,除去网络空间表达的匿名性特征以外,还与未成年人网络技术使用与媒介素养之间的巨大“鸿沟”有关。

根据中国互联网络信息中心(CNNIC)今年初发布的第三十九次《中国互联网络发展状况统计报告》显示,截至2016年12月,我国19岁以下的网民已经达到1.7亿,约占全体网民的23.4%,新增网民中45.8%为19岁以下的未成年人。与此同时,报告还显示,未成年人首次“触网”的年龄也呈现低龄化趋势。“小网虫”越来越多,有些未成年人对各种电子上网设备、社交软件的玩转程度甚至已经超过成年人。然而,与之相适应的未成年人的媒介素养并未同步“导入”。由于对网络信息的辨别能力和网络言行尺度把控能力缺乏,未成年人往往对侵犯他人权益的网上行为不当回事,导致网络空间成为未成年人欺凌发生的“重灾区”。

如何对未成年人网络欺凌现象进行治理?笔者认为,社会各界需要在“预防为主,疏导为辅”的原则下,协同共管,斩断“网络欺凌”伸向孩子的黑手。

政府部门需要加强相关法律法规的构建,划定未成年人网上行为边界。国家网信办2017年初起草的《未成年人网络保护条例(送审稿)》明确表示,对未成年人实施网络欺凌,构成犯罪的,将被依法追究刑事责任。

互联网企业应在兼顾经济效益的同时,勇于担当社会责任。综合其平台、技术和资金等优势,“因地制宜”地形成适应中国互联网发展概况的未成年人安全上网行业标准。

对于学校和家长来说,则应加强对孩子的网络媒介素养的重视,对未成年人的网络使用习惯进行“源头式教育”,补上素养“短板”。

最后,尤其值得一提的是:当未成年人网络欺凌现象发生时,相关涉及未成年人保护的机构应与政府部门、学校等配合,做好网络欺凌现象发生以后的心理健康疏导工作。预防未成年人网络欺凌刻不容缓,“善后心理疏导”更应引起格外关注。



云中漫笔

斩断「网络欺凌」伸向孩子的黑手

孙丽娜

在线短租火热 共享经济扩围

海外网 朱惠悦

互联网市场调查机构艾瑞咨询日前发布《2017年中国在线短租行业调查报告》显示,2016年中国在线短租市场交易规模为87.8亿元,预计2017年将达到125.2亿元。在线短租方式日益成为民众出行的热门选择。那么,在新兴模式下,民宿经营者体验怎样?国内外市场差异在哪?行业困境及发展前景如何?

多元出行需求日益提升

春季气温转暖,趁着清明小长假,民众纷纷走出家门踏青赏花。据国家旅游局数据中心综合测算,全国旅游市场共接待游客0.93亿人次,实现旅游总收入390亿元。就出游重头戏住宿而言,在线短租订单量较去年同期呈直线上扬趋势。

郑涛的安徽黟县人民旅社距离黄山西递、宏村只有10分钟的车程,清明期间住宿供不应求,10间客房早早被抢一空,其中70%是通过在线短租的方式租出去的。

经营民宿两年间,郑涛发现越来越多的游客选择通过线上平台预定房间和支付费用。他认为,网络平台帮助游客一目了然地了解住宿信息,通过浏览他人评价对服务等有直观判断,民宿管理者也更方便统计入住人数,合理调配资源。

郑涛说:“在线短租平台的方式更利于旅游行业发展,只要认真用心做好每个细节,真实的评价像滚雪球一样会换来信任和口碑。”

互联网技术快速发展降低了住宿信息的分享成本,在线短租概念在国内日益兴起。通过互联网构建的交易平台,房东将空闲房源结合当地文化加以修整从而提供住宿,房客通过搜索筛选房源,双方在线完成实时沟通、预定支付等相关操作。

《2017年中国在线短租行业调查报告》显示,在线短租行业趋向多元化,出行目的涵盖商务会议、友人聚会、考试求职和就医访友,产业提供的服务也扩展至旅游资讯、娱乐餐饮、伴手礼等综合服务。

国外民宿发展相对成熟

民宿产业起源于欧洲乡村地区,经历百余年的发展,从乡村走向城市,从农场走向景区。伴随近年互联网平台的发展,诞生了爱彼迎(Airbnb)、Homeaway等多样化的在线短租平台,因其文化包容性、信用体系完善等特点发展为较为成熟的模式。

据艾瑞综合数据,2016年中国在线短租市场各个平

台中,份额占比较高的有途家、蚂蚁短租、小猪等。而爱彼迎入华刚满一年,在中国大陆策略则相对保守。

品牌认知率约70%的在线短租平台途家的市场公关副总裁任姣表示,早在2011年,欧美在线短租市场已有850亿美元的规模,其商业模式十分成熟。此外,在信用体系、市场培育、品牌传播方面,都值得我们学习借鉴。

由于国内外住宿分享观念差异较大,任姣认为,学习之外更需要创新。她说:“以房源供应端举例,中国在一级市场(即新房市场)有大量的闲置房屋,这是海外没有的;就消费端来说,大量游客还是习惯从平台入口预订房源,因此需要整合平台共享行业库存,从而方便用户预订。”

共享体验经济前景广阔

国内宏观政策方面,共享经济被纳入国家规划,鼓励挖掘旅游消费新热点。早在2015年7月,国务院常务会议就特别指出挖掘旅游消费新热点。

2015年11月,《国务院办公厅关于加快发展生活性服务业促进消费结构升级的指导意见》首次点名“积极发展客栈民宿、短租公寓、长租公寓等细分业态”,并将其定性为生活性服务业。

谈及行业发展,北京第二外国语学院旅

游管理学院院长助理、澳门城市大学国际旅游与管理学院博士生导师唐承财表示,在线短租具有较强的体验性、个性化、便利性、高性价比等优势,在当前“互联网+”、体验经济、分享经济的大时代背景下具有广阔的行业前景。

“与此同时,在线短租也面临一定困境。”唐承财说,“例如存在行业法律法规制度保障缺乏、平台监管机制有待完善、房源较为分散与特色化不足、房屋与游客的安全问题、客源市场认知偏低、企业文化品牌建设不足等问题。”

对此,北京第二外国语学院旅游营销与电子商务系主任钟栋娜提出了几点建议。首先,建立数据统筹机制,所有进入短租市场的企业,都统一用户实名入口,可以更好地解决安全和稳定问题。其次,针对短租市场推出新的税种,收取介于酒店营业税和普通私营企业税之间的费用。此外,通过引入保险,解决安全问题和邻里投诉的问题。

