用数据“把脉”中国旅游

本报记者 尹 婕

经由一部手机，即可判断出用户的性别、年龄、偏好，是本地居民还是外来游客，特定区域内的实时人数及分布等，上述一系列对游客的“画像”，都是旅游大数据的功劳；每逢特定节假日，实时游客量、一天游客量、假日期间总游客量、消费总量等都会迅速通过媒体传递给大众，这同样得益于旅游大数据。

数据的供应从未像如今这般全面、系统、及时，人们也从未如此重视旅游数据。可以说，旅游数据对于旅游业的政策设计、发展规划乃至宏观调控都起着重要的导向性作用。因而，获取准确、翔实的旅游数据，并加以专业研判就显得尤为重要。目前，与旅游业相关的统计数据越来越多，这些数据是怎么统计出来的？互联网时代的旅游数据统计有了哪些新探索和新改变？一份“合格”的旅游数据需要具备哪些条件？本报就此采访了国家旅游局数据中心的专家、旅游机构和企业。

旅游要发展，统计要革命

“随着旅游业的发展特别是大众旅游和全域旅游时代来临，我们对数据的需求量越来越大，需求的频度越来越快。”国家旅游局数据中心主任戴斌指出，大数据已经成为推动旅游产业战略性升级的资源之一。

“但是，大数据时代并不意味着不再需要传统的统计数据。”戴斌强调，根据国家统计局和国家旅游局发布的旅游调查统计制度所确定的指标和采集方式方法，仍须坚持，它可以帮助我们了解国内旅游、入境旅游、出境旅游的动态和动向。以国内旅游为例，每个季度有2万个对居民进行入户抽样调查的样本，可以由此在客源地层面上掌握哪些人在旅游、消费量是多少、满意度如何等；通过与出入境管理部门的合作，可以了解全国的入出境情况。

戴斌介绍，传统的统计方法是抽样+上报。每个季度2万个样本根据统计的归类进行配比，此外全国共有139个直报点和39个城市，每天上报数据，加总得出最终数据。

大众旅游时代，游客的情况已经发生了较大的变化。与过去不同，游客不再仅是跟着导游，进景区、吃团餐、买纪念品，大量的游客变得不再“典型”，不跟团、不进景区，传统的统计方式不能涵盖旅游活动的全部。此外，节假日期间，社会各界对数据有实时、定时、分类的需求，例如，一天的游客量、7天的游客量、各地的游客接待量等，单纯地依靠传统统计方式，无法保证时效性，且成本太高。国家旅游局局长李金早指出：旅游要发展，统计要革命。对大数据的使用成为必由之路。

大数据为游客“画像”。来源：网络

避免数据“打架”，把好“质量关”

目前，许多研究机构、智库、旅游企业都会定期或不定期发布旅游相关数据。由于统计口径、选取样本的不同，有时不同主体发布的数据会出现“打架”的现象，社会大众难免莫衷一是，无所适从。“发布数据时，发布主体一定要同时公布指标体系，即数据是如何采集、测算的。”戴斌强调。

通过微信、电信、铁路、民航等渠道得来的数据，并不就是旅游数据，必须按照一定的标准进行剔除。戴斌指出：“离开一地是否超过6小时、移动距离是否超过10公里、是不是离开了惯常环境，是界定是否为旅游的三个标准。”戴斌举例，倘若按照前两个标准，那么每天往返河北燕郊、北京两地工作的人就会被列入旅游人群，这与事实显然不符。盲目使用大数据，不加辨别，就有可能为“噪声”数据所误导，做出错误的判断和决策。

在线旅行预订平台Booking.com（缤客）中国区产品市场创新总监彭晓璐指出，一份合格的旅游数据报告，首先需要保证所有的数据均来源于有效市场和目标受众，并且根据市场规模的大小采集相应比例的样本人群数据，且样本人群的性别、旅游的频率、职业等相关因素均需有相应的涉及和覆盖。

目前，国家旅游局数据中心建立了一整套数据模型，包括数据采集模块、加工集成模块、测算分析模块和数据发布模块。在数据采集环节，在中国电信2亿多用户中，根据客源地和目的地流量及流向的历史数量进行配比。对于采集到的数据，除了按照三项标准进行剔除外，还会将不同来源的数据进行交叉核验。

市场需要更多更细数据

当前，旅游市场不断细分，旅游企业对数据的要求越来越多，尤其是颗粒度较小的数据，例如出境游中的海岛游相关数据、家庭游中的亲子游数据等。对此，彭晓璐深有体会。“我们招募了许多数据方面的专家，每天追踪监测数以百万计的数据，得出的分析研究结果，不仅来源于缤客预订平台上1.3亿用户的真实反馈和评价，也来源于数据研究的第三方公司针对全球不同国家的旅行者的调研分析。”彭晓璐说，这样的数据对于理解消费者的所思所想，从而做出正确的决策和产品创新，满足他们日益变化的消费需求，提升用户体验十分关键。

手机为游客出行提供诸多便利。来源：网络

国家旅游局数据中心成立以来，对旅游指标体系进行了扩展，在过去的市场指标之外，增加了产业指标和经济社会发展指标。但是，戴斌坦言，目前的旅游数据在应对政府和公众需求上，还有很长的路要走。“目前，政府对数据的需求不断变化，我们通过数据为政府宏观决策提供服务的能力还欠缺。在节假日，如何通过数据引导人们错峰旅游，达到冷热均匀化，甚至引导消费回流，都是未来旅游数据需承担的责任，我们还在不断探索。”

对于人们关注的各地旅游统计数据的真实性问题，戴斌指出：“造成统计失真有两种原因，一是主观上造假，二是客观上统计手段使用不当。”目前，国家旅游局数据中心会通过为地方进行统计人员培训、知识产权转让等途径，帮助各地提升数据统计水平。戴斌介绍，对于上报的数据，发现问题的，国家旅游局数据中心会向其发函，要求对数据做出说明。“目前，我们正在探讨数据统计‘下算一级’，即省一级的数据由国家旅游局数据中心统一发布，市一级的数据由各省发布，以此类推。”

大理旅游转型『苦练内功』

本报记者 徐元锋

曾经闻名遐迩的旅游热点大理双廊，骤然“冷”得让人不敢想象：为了洱海环境整治，所有客栈民宿餐饮业关闭；玉矶岛上施工正忙，雨后道路泥泞难行；路边三三两两的小摊上，偶尔才有几个游客光顾。但这未尝不是件好事。双廊景区管委会副主任施国东说：“双廊发展需要踩一脚刹车。为了今后长远良性发展，我们这段时间旅游转型，苦练内功，比以前更忙。”

今年4月份以来，云南省强力推出22条旅游市场秩序整治措施，而大理州出台的相应措施多达40条。州长杨建说，“谁砸大理旅游的品牌，我们就砸谁的饭碗”。而早在1月份，大理启动洱海整治“七大行动”，洱海周边约两千家客栈、餐饮被全部关停。如此“重压”之下，多少人神往的大理旅游将向何处去？

坐拥苍山洱海和古城的大理市，是大理旅游的核心区，八成来大理的游客都会去古城。大理市市长高志宏向记者坦言：这段时间恰恰是旅游转型升级的机遇期，抓住机会苦练内功，大理旅游将有一个质的飞跃。他介绍，大理市正在编制“全域旅游规划”，已经改了28稿；同时盘活旅游存量做大增量，优胜劣汰向精品旅游迈进；借助洱海环境整治的契机，加大旅游基础设施投入，“外引内培”做大旅游企业；下大功夫培养旅游人才，打造一批名导游……“让浮躁的心静下来，思考大理旅游到底该怎么做。”他说。

从双廊看大理旅游的转型升级，可谓是浴火重生的涅槃。双廊经过井喷式发展，其负面效应显露无疑。缺乏规划的基础设施，高密度的旅游人群，以及不断降低的美誉度，不但给洱海造成巨大环境压力，也让自身发展走入死胡同。如今双廊正从几个方面“蜕变”：一是放大发展空间，向沿洱海两边和背后的山区扩展辐射；二是突破道路、污水厂等设施瓶颈，拓展公共旅游空间；三是展开建筑风貌整治，为古镇注入更多文化内涵。“经过这次涅槃，双廊会走向持续发展的新生。”施国东说。

对大理州而言，旅游转型升级的表现几乎无处不在。州旅发委副主任席玲告诉记者，崇圣寺三塔、蝴蝶泉等传统景区今年“十一”期间游客人数下降一成，而喜洲古镇等休闲游崛起，宾川鸡足山、漾濞石门关等苍洱周边景区经济快速增长；“旅拍”等环洱海游新产品层出不穷，散客出行、自驾游持续火爆。大理州因势利导，一是趁机开发推广域内其他县份旅游资源，巍山、宾川、漾濞等地游客越来越多；二是加强旅游管理，服务好散客市场，如提升散客集散中心、旅游直通车等，发展“一部手机走遍大理”的智慧旅游，让自由行更轻松，投诉更方便。

大理旅游集散中心集团副总经理字雪梅的感受，印证了席玲的判断。她介绍，2015年，是大理旅游团队和散客的数量分水岭，如今散客占到游客总量的78%还多。公司2014年开通的服务散客的景区直通车，乘客从每天几百人已增长到万余人。她说：“如今虽然游客数量减少，但旅游质量明显提升，投诉率明显下降。”今年3月大理州客栈协会成立，会长赵金花说，大理民宿是全国行业的一个标杆，近期这“当头一棒”非常疼，但从长远和整体的利益看，我们对未来抱有信心。

转型升级说时容易做起来难，大理旅游正在痛苦中砥砺前行。如今，“天天三月街”等新品牌正在塑造，永平“博南文化节”、南涧“凤凰山歌会”、云龙赶“八三街”等后起之秀不断热起来。更重要的是，大理旅游的口碑和美誉度正在配上其颜值。大理旅游集团副总经理字旭东干旅游30年了，他感慨：“发展就会有起伏和风雨，但大理搞好旅游的初心不变。”

感受多哈

谢 勤 文/图

卡塔尔首都多哈地标——珍珠岛

首次前往中东地区，我的心情特别期待，于是搭乘卡塔尔航空抵达多哈。

在多哈市内，我参观了由杰出华人建筑师贝聿铭设计的伊斯兰艺术博物馆。博物馆里收藏有7世纪至12世纪早期伊斯兰艺术，伊朗及中亚12至19世纪、埃及和叙利亚12至15世纪、印度及土耳其16至18世纪的手稿、陶瓷、金属、玻璃、象牙、纺织品、木材和宝石等艺术品，时间跨越了1400多年。在此，访客能够更深层了解伊斯兰艺术及文化。

卡塔尔于20世纪初发现石油和天然气，以此取代原有的采珠业而成为国家最重要的收入来源。2017年，卡塔尔人口约260万，人均国内生产总值居世界第4。

多哈失业率几乎为零，水、电免费、没有税收。晚上与友人在珍珠岛上的海边餐厅晚餐，忍不住询问有蚊子吗？友人笑称：若是小孩子可能会反问“什么是蚊子？”因为当地缺水，没有蚊子。

闲谈中了解到伊斯兰银行的经营理念是不赚取利息，他们会谨慎地选择优质投资项目，由投资收益中获取合理回报。目前政府投资基金持有英国哈罗德百货公司、欧洲柏克莱银行和瑞士信贷银行股权和大量伦敦商厦的股份。

卡塔尔商家思路创新、行动果断、效率特快。政府更是热衷于城市建设，积极引进了许多世界顶尖技术人才，医疗、教育、农业种植、渔业样样欢迎，卡塔尔正在打造“不是只有沙漠”的国家。

珍珠岛就是一座耗资数亿美元填海造陆而成的岛屿。岛上建有独栋别墅、滨海住宅、星级饭店、购物商场、船坞等。大量的外来人口聚集在此，参与沙漠城市建设。笔者遇见2名在多哈工作的中国铁建高管，他们正在参与2022足球世界杯比赛主场馆的建筑工程。我希望能看到中国的企业在卡塔尔的城市建设中成功拿下更多商业项目。

人在旅途

乡愁氤氲苗尖寨

吴春富文 桂开英图

一缕炊烟在一户人家的瓦屋顶摇晃，又一缕炊烟在一户人家的瓦屋顶摇晃，村庄的炊烟在高山顶摇晃出了一幅浓郁的乡愁风景画。

这个村庄就是位于安徽省桐城市唐湾镇高山上的苗尖寨。苗尖寨距今有400年历史。寨子现有30来户人家，清一色吴姓，据考证，其始祖明末从江南避难而来，躲避到这高山凹里，冀望风调雨顺，瞄（苗）准了“二姑尖”峰，便在峰前方安营扎寨。这是传说中苗尖寨名的由来。苗尖寨地处高山顶，阳光充足，植物生长茂盛，苗儿尖尖地往上长。

是寨必有寨门，苗尖寨的寨门是毛竹做的，飞檐翘角，“人间仙境在此地，世外桃园无他乡”——寨门上的对联暗含了苗尖寨的隔世悠然。进寨一路悬挂的红灯笼，让人不由得想起旧时红彤彤的年。

苗尖寨人家恬淡，一户老夫妻俩坐在屋场子上晒太阳，爷爷闭着眼，奶奶专注地看着老母鸡带着一群小鸡吃食。一只冠顶紫红高高翘立的大公鸡特有意思，它紧跟着老母鸡与小鸡，头昂着，目光巡视四方，似乎在防范。家家户户屋檐边都码着砍成一尺长的柴火，有些人家屋场上还交叉地架着柴火，让人联想起电视剧里旧时山寨拦截外来者设置的栅栏。

乡愁是苗尖寨的魂。锅灶里火舌欢快，锅台边主妇不停地翻炒着翠绿的菜。莴笋、青菜、茼蒿、竹笋已经端上桌来，“当家的”抿着桐城老酒，“来！不见外！搞一盅子！”对外来客喊。这旧时乡村里随处可闻如今再难听到的溢满乡愁的话，在苗尖寨听到，格外的暖融。

如今乡村空巢，中年人都难见到，更何况青年人。

山高皇帝远。因为与世隔离的缘故，现今的苗尖寨古村落与古遗存保存完好。整个寨子布局规范严谨，现存古屋120余间，房屋内部为上、下两层的木质框架结构，有门楼、主通道、中厅、正堂及东西厢房。屋屋椽脊相连，形成一个整体。户户弄堂相通，组成一个大家庭。

高山顶上的苗尖寨，斑驳的土墙，岁月漂白的黑瓦，门楼子上悬挂的清同治年间“宝婺增辉”匾额，已灰暗了的花轿，还有房屋之间夹杂的桃树梨花，处处是旧物，满眼是乡愁。

苗尖寨地处高山凹，参天的枝条从三面的山头朝向凹里，把寨子遮蔽得只剩下层叠交错的瓦顶。从两山交错的高处缝隙朝下看，落在凹深处的寨子就像一座古刹。

可是在高山上的苗尖寨却能见到。一位着红衣裳的姑娘系着围裙，套着袖筒，一手挽着一只大扁箩筐，打家里走上坡，嘴里还哼着山歌，后面紧跟着同样挽着扁箩筐的她的父母。

山上不是毛竹，就是茶树，毛竹与茶树之间夹着小路。走着一群谈笑风生的妇女，她们戴着草帽，扛着锄头，急匆匆地往高山上享有盛名的桐城小花茶基地去。坡上高高立着披挂红绸布代表乡村风水的五棵松，天蓝得说不出来的纯，蓝天上有悠悠的像棉朵似的云。

雨天，雨雾在山凹里散不出去，苗尖寨的男女在家里缩着，女人们纳鞋底聊天，男人们饮茶看天井上面的天。乡愁在高山顶的苗尖寨氤氲。

题图为苗尖寨风光。

七旬翁游海上丝路写佳作

本报电（记者**罗兰**）首部反映古代泉州海上丝绸之路的长篇小说《丝路碧海情》由中国文联出版社出版，该书由年过七旬的上海作家于强通过两年多游学和艰苦努力创作完成。

建设21世纪海上丝绸之路的倡议鼓舞着作家于强，他潜心阅读了数百万字有关海上丝路的资料和书籍，在万人集团的支持下，不顾年迈的身体，3次去福建闽南采访，还前去印尼苏门答腊岛等地考察郑和下西洋的踪迹，拜谒了郑和庙，掌握了大量史实资料，经过苦苦构思，终于完成创作。

这部30万字的长篇小说《丝路碧海情》是以郑和下西洋为背景的历史小说，以南安九日山下的丰州古城为故事发生地，以印尼的苏门答腊岛为遥相呼应地，反映了当时海上丝绸之路的海情、商情、爱情、友情，既有闽南年轻人跟随郑和下西洋缉拿海盗的壮举，也有闽南年轻人跟随郑和下西洋带回交流的硕果，彰显出海上丝绸之路是交流合作的共赢之路，是文明之路。

世界旅游小姐总决赛落幕

本报电（**郭欣**）近日，由世界旅游小姐国际赛事管理有限公司授权主办的2017世界旅游小姐全球总决赛在内蒙古鄂尔多斯落幕，62名来自不同国家和地区的选手进行最后的角逐，乌克兰选手最终获得冠军，中国选手晋级全球15强。

世界旅游小姐大赛是全球公认的三大顶级国际性选美赛事之一，已在中国连续举办了9年。大赛以国际旅游产业的发展和人类历史文明的进步为背景，以竞赛为桥梁，以传播旅游文化为目的，是一场促进各国旅游文化相互交流与合作的高端赛事。大赛凭借其巨大的国际影响力，借助选美赛事的极高关注度，将世界各地的旅游资源汇集在一起，促进国际旅游文化、旅游资源的交流，推动国际旅游经济的发展。

2017世界旅游小姐全球总决赛以传播鄂尔多斯旅游文化为目的，通过国际赛事，让世界更全面地了解鄂尔多斯，进一步向世界展现美丽、和谐的鄂尔多斯，让“鄂尔多斯温暖全世界”成为全球知名的城市旅游品牌。

广告联系电话 65363547 65367287 办公室 65369330 发行部 65369319 传真：（8610）65003109 零售1.5元/份 国内定价全年280.80元 国内统一刊号：CN11-0066