

网上闹新春⑥

接待游客近4亿 应用多种“黑科技”

春节旅游掀“智慧潮”

本报记者 卢泽华

旅游正在成为中国人的“新年俗”。据国家旅游局网站消息，经测算，今年春节全国共接待游客3.86亿人次，同比增长12.1%，实现旅游收入4750亿元，同比增长12.6%。另一项数据显示，“外出旅游”成为仅次于“回家探亲”的第二大春节出行动机。在火热的春节旅游市场中，互联网扮演着日益重要角色。尤其是今年春节，人工智能、大数据等技术被纷纷应用于各类旅游场景中，在方便国人的同时，也加速了中国“智慧旅游”的发展进程。

新技术百花齐放

今年春节，不少游客发现，许多景区已经无需游客排队使用现金购买纸质门票，手机扫码即可进入游玩。据了解，单是阿里巴巴旗下旅行品牌飞猪，在春节期间参与建设的无纸化景区，就有近100家。

各大在线旅游平台还开启了多项春节旅游优惠活动。打开携程手机客户端，映入眼帘的是“春节门票3折起”的标志。点击进入，可以看见各类春节热门景点的门票打折信息和红包促销优惠。

与此同时，随着春运旅游市场的火爆，各大在线旅游网站也运用各种“黑科技”，吸引点击量的上升。比如，去哪儿网宣布上线首家语音搜索火车票功能。进入该网火车票搜索页面，只需简单一句话，10秒钟即可出现车次信息。携程也在春节期间上线新版“机器人酒店前台”服务。据携程大住宿事业群商务拓展总监陈笑天介绍，该平台配备了人脸识别系统，在终端上刷身份证后，不仅能自动查验身份信息，还能同步匹配订单信息，消费者可自助完成办理入住、离店等操作。而早在2017年12月，阿里巴巴就公布了最新研发的语音购票、刷脸进站、智能客流分析等多项技术。

业内人士指出，随着人工智能等技术的不断成熟落地和在线旅游市场的高速增长，未来语音购票、刷脸办签证、扫码进景区等功能将成为中国旅游业的“标配”。

国人热衷在线行

北京人喜欢去三亚度假，海南人喜欢去中原地区，陕西人热衷新疆旅游，江浙沪地区的人们偏爱北方。如果选择出境旅游，中国游客最青睐的国家分别是泰国、韩国、日本、马来西亚、美国……

这是阿里巴巴统计出来的中国人春节旅游“路线图”。过去，旅游行业的从业者们从来不敢想象能够得到如此细致、翔实的行业数据。如今，在线旅游市场的火爆，大数据等技术的应用，让旅游业的“数字化”成为现实。

近年来，随着人们生活水平的不断提升和互联网的快速发展，在线旅游受到越来越多的人追捧。据了解，2012-2016年中国在线旅游市场交易规模增速保持在30%以上。而根据中国互联网络信息中心(CNNIC)最新发布的第41次《中国互联网络发展状况统计报告》，截至2017年12月，在线旅行预订用户规模达到3.76亿，较



游客在重庆磁器口古镇内参观旅游。

新华社记者 唐奕摄

2016年底增长7657万人，增长率为25.6%；同时，在线旅行预订使用比例达到48.7%，较上年提升7.8个百分点。网上预订火车票、机票、酒店和旅游度假产品的网民比例分别为39.3%、23%、25.1%和11.5%。

上述数字表明，中国人的旅游消费习惯正在迅速发生着变化。过去只能在线下进行的购票、出行、住宿预定等流程，现在只要通过一部手机就可完成。日益简单的操作流程，也催生出大量的在线旅游用户。据了解，春节前夕，单是携程旅游这一平台就已经有数十万来自于近200个国内主要城市的旅游者，通过携程网站、APP等平台预订跟团游、自由行、定制旅游、当地玩乐等产品，可到达68个国家、海内外700多个目的地城市，最远到达南极，最长行程可达29天。

智慧旅游成趋势

今年春节，“智慧旅游”成为各地热门景区的“关键词”。

为迎接春节旅游高峰，位于云南省昆明市西南郊的滇池之畔的云南民族村实现线上线下售票一体化，开通了“一部手机游云南”专用通道，通过人脸识别等技术加快检票效率。景区还建设了“智慧厕所”，可实现厕位、空气质量、采光和人流监测以及结果公开显示的效果。

效果。

无独有偶，在安徽省黄山风景区，管理方在春节假日期间创新推出了“码上游黄山”活动，游客扫描售票窗口旁的二维码即可刷码入园，可以节省排队时间，有效控制流量。

春节期间各地景区掀起的“智慧热”，是全国推进“智慧旅游”建设的缩影。如今，“智慧旅游”已被纳入各省市的未来发展规划之中。日前，甘肃省省政府印发了《关于加快全省智慧旅游建设的意见》，提出到2020年该省将基本建成“一中心三体系三朵云”智慧旅游体系，实现“一部手机游甘肃”，全省智慧旅游建设达到国内一流水平；河北省也提出，要建设集旅游行政管理、市场监管、产业监测为一体的智慧旅游综合管理平台。建设智慧旅游服务平台，通过一体化的游客服务门户网，为游客提供酒店、交通、餐饮、购物、商务、娱乐等旅游综合信息服务。同时建设“网上河北”虚拟景区和智能导游系统等。到2020年，全省4A级以上景区实现智能导游、在线预订和信息推送等功能全覆盖。

有分析指出，在大数据、云计算、人工智能技术不断成熟的态势下，谁能抢抓“智慧旅游”建设的关键机遇，谁就有望占领未来旅游市场的制高点。而春节作为每年旅游市场的爆发点，则是“智慧旅游”创新发展最好的助推器。

若宫雅子：

耄耋老人成编程新秀

海外网 崔玉玉



若宫雅子

《雏坛》是雅子成功开发的第一款游戏，灵感来自日本传统节日——女儿节。具体游戏规则和节日传统很相似，玩家需要通过系统发出的提示音来按顺序摆放人偶。这个游戏目前只有日文版，下载量已经超过了4万，并得到了大量网友的好评。

《雏坛》的成功，把雅子推到了世界编程界的舞台中央。在这个年龄歧视极为严重的行业里，雅子的出现震惊了很多人。根据美国著名薪酬调查公司的数据显示，在硅谷，40岁就已经被视为“老人”，苹果雇员的平均年龄是31岁，脸书则是29岁。而这位编程“新秀”，已是耄耋之年。

雅子承认，写一长串的代码对她来说是有些吃力的，不过，她依然对编程有非常浓厚的学习兴趣。“我想学会更多编程基本知识，目前我只学会了写《雏坛》的相关知识，这是不够的。”雅子说。

雅子的终极目标是开发出更多的适合老年人的软件，让老年人的智慧和文化遗产被年轻一代所认同。“大多数老年人已经放弃了学习，不过事实上，老年人重新开始学习不仅对他们自身有好处，而且对于整个国家都是有益的。”在雅子75岁的时候，她开始学习钢琴。

活跃的大脑、繁忙的工作和学习生活……很多人对雅子的身体担忧，对此，雅子幽默地回答他们：“我每天实在太忙了，忙到我已经顾不上生病了。”

网络游戏市场不是法外之地

本报记者 彭训文

这个农历春节，记者回乡过年时发现，很多孩子把时间泡在各类网络游戏上，要么捧着手机玩《王者荣耀》，要么叫上朋友到网吧“开黑”（即组队玩游戏），一些孩子甚至把压岁钱、零用钱用来购买各种游戏装备。



新华社发 朱慧卿作

网络游戏乱象多

网络时代，网络游戏等新兴产业快速发展，丰富了人们业余生活。但是如果网络游戏走了歪路、邪路，就会演变为乱象，产生“恶果”。

网络游戏这些年存在的很多问题逐渐凸显，对青少年身心健康造成危害，已经产生了严重的负面社会影响。

很多网络游戏在防沉迷设计方面能力不足，导致其主要使用者——很多自制力差的青少年罹患网瘾，不仅消耗了大量时间、精力和金钱，其生理和心理健康也受到严重损害。再比如，一些网络游戏低俗化问题严重，用带有色情、引诱意味的形式、内容设计吸引青少年玩家，造成了极坏社会影响。还有，一些网络游戏公司通过售卖游戏“皮肤”、特效、小助手等，赚取巨额利润。青少年玩家为购买装备，不惜铤而走险。此外，一些网络游戏肆意曲解、解构中华优秀传统文化经典，歪曲历史、恶搞英雄，宣扬封建迷信，传递错误历史观，触碰社会伦理道德底线，由此造成的文化伤害与文化安全问题更为严重。

“野蛮生长”要告别

从规模看，2017年中国网络游戏市场收入达2036.1亿元，同比增长23%。从玩家看，中国青少年网民（19岁以下）目前约达1.6亿，其中很多是网络游戏参与者。这意味着，让网络游戏市场回归理性发展轨道，不仅是经济问题，更是社会问题。

春节前夕，多部委联合印发《关于严格规范网络游戏市场管理的意见》，部署对网络游戏违法违规行为和和不良内容进行集中整治，标志着网络游戏告别“野蛮生长”，迎来转型升级的新时代。但是，要让《意见》真正严起来，让网络游戏市场真正强起来，还需下好几着“后手棋”。

针对新情况要有更多新手段。对于像《王者荣耀》等新兴手机游戏，应尽快依托各方力量，对相关网络游戏给社会和未成年人带来的风险和负面影响做出全面评估和评价。同时要加快推进游戏正向价值研究，并从立法角度考虑构建符合新时代主流文化要求的网络游戏作品评价体系、预防未成年人沉迷网络系统、用户账号交易规范等。

合理规划有未来

在海外，韩国青少年注册游戏必须获得父母同意；美国有比较成熟的游戏分级制度；芬兰的手游公司则通过指南，教会家长如何管理或关闭游戏程序内购买等问题。这些海外的有益经验启示，精耕细作，才能收获好庄稼。一个成熟、规范的网络游戏市场要建立起来，需要来自政府、企业和社会的共同参与、长期努力。

网络游戏市场要进行合理规划。业内人士呼吁，下一步，相关部门应以落实《意见》为契机，加紧在网络和移动平台拟订保护青少年的规范，同时督促网络游戏企业切实落实主体责任，在未成年人保护上采取能见实效的行动。相关行业专家则应加强对网络游戏文化批评、文化含量、价值观念融入等方面的研究，并推动其融入产品中。总之，要建成一个政府管理、行业自律、社会监督、企业依法经营的联防联控、综合治理体系。

网络游戏市场不是法外之地，而应成为一个充满正能量的新增长极。通过规范整治、精耕细作，相信中国网络游戏行业能走上一条更加健康发展道路。

“小确幸”进雄安

移动照相馆寄祝福



本报讯 日前，中建装饰集团千名项目建设者顶着寒风，夜以继日，加紧为雄安新区市民服务中心数栋建筑披“新衣”，并在雄安新区度过了春节。春节前夕，中建装饰集团特别将“小确幸”品牌公益活动带到雄安，现场设置“小确幸”移动照相馆，利用当下流行的互联网手段，为建设者创造与家人沟通的新方式。工人随时都可以进入移动照相馆，在新年的雄安定格下一张有着特殊意义的纪念照，通过网络传递给亲人，分享快乐。

图为工人们在移动照相馆给亲人拜年。李智摄