

BES JOURNAL

17

大地风景内刊

旅游 | 景观 | 建筑



主办：大地风景国际咨询集团

Publisher : BES International Consulting Group

17

旅游
景观
建筑

2014.3

Year of Smart Travel Leads Intelligence Construction of China Tourism

智慧旅游年领跑中国旅游智慧化建设



大地风景国际咨询集团
BES International Consulting Group



*Year of Smart Travel Leads Intelligence
Construction of China Tourism*

智慧旅游年领跑
中国旅游智慧化建设

主办单位

大地风景国际咨询集团
大地风景旅游研究院

编辑

郭 潇 王春风

地址：北京市朝阳区北四环中路27号盘古大观31层

邮编：100101

电话：010-5939 3956
010-5939 3965

传真：010-5939 3985

网址：www.bescn.com
www.beltourism.com

邮箱：bes@bescn.com

微博：@大地风景旅游咨询
@大地风景旅游研究院

总顾问

吴必虎

英文翻译

韩 雪

主编

杨小兰

校对

陈瑛瑛 郭 潇

本刊版权归
大地风景国际咨询集团所有
未经许可 不得转载

副主编

聂委光

美术设计

王金蕾

2014年3月10日出版
内部刊物 免费交流

责任编辑

陈瑛瑛

编委

王 珏	黄晓辉	杜 蔚	刘建华	刘少军	方起东	盛永利	文 艺
朱 虹	张 时	李关平	赵永忠	唐子闲	王 辉	徐 挺	吴建华
彭婷婷	张洪治	黄宜良	吴朝阳	季辉英	张 丽	董双兵	于 健
刘 颖	吴开元	安德鲁·	法维利	栾振锋	张龙怡	黎筱筱	李 霞
宋祎林	刘原原	张 倩					

SPONSOR

BES International Consulting
Group
BES Tourism Research Institute

EDITORS

Guo Xiao Chunfeng Wang

ADDRESS: 31/F Pangu Plaza No.
27, Central North Fourth Ring
Road, Chaoyang District, Beijing
POSTCODE: 100101
TEL: 010-5939 3956/5939 3965
FAX: 010-5939 3985
WEB: www.bescn.com
www.beltourism.com
Email: bes@bescn.com

GENERAL CONSULTANT

Tiger Wu

ENGLISH EDITOR

Han Xue

CHIEF EDITOR

Yang Xiaolan

PROOFREADER

Chen Yinging Guo Xiao

Copyright © 2014 BES. All rights
reserved.
Not to be cited without prior
permission from BES.

ASSOCIATE EDITOR

Nie Weiguang

ART DESIGNER

Wang Jinlei

Published in 3/10/2014
This is a house organ; it is free for
all BES staff.

EXECUTIVE EDITOR

Chen Yinging

EDITORIAL BOARD MEMBERS

Wang Jue	Huang Xiaohui	Du Wei	Liu Jianhua	Liu Shaojun	Fang Qidong
Sheng Yongli	Wen Yi	Zhu Hong	Zhang Shi	Li Guanping	Zhao Yongzhong
Tang Zixian	Wang Hui	Xu Ting	Wu Jianhua	Peng Tingting	Zhang Hongzhi
Huang Yiliang	Wu Chaoyang	Ji Huiying	Zhang Li	Dong Shuangbing	Yu Jian
Liu Ying	Wu Kaiyuan	Andrea Favilli	Luan Zhenfeng	Zhang Longyi	Li Xiaoxiao
Li Xia	Song Yilin	Liu Yuanyuan	Zhang Qian		

目 录 三 月

17

刊首语

智慧旅游，为创意风景博彩

吴建华

关注

- 2013大事记 陈瑛瑛 10
- 大地风景成功协办第三届中国旅游产业发展年会 韩雪 12
- 大地之梦，市上风景——2014大地风景年会召开 韩雪 13
- 遂宁中国观音文化旅游区项目荣获“艾蒂亚奖” 韩雪 14
- 北京大地风景智慧旅游科技有限公司成立 曾现进 15

热点

- 智慧旅游年领跑中国旅游智慧化建设 王春风 18

观点

- 旅游信息视阈下的智慧旅游 李云鹏 24
- 我国智慧旅游发展现状综述及问题分析 曾现进 30

研究

- 智慧旅游：智慧让旅游更精彩 大地风景旅游研究院 34
- 旅游业二次革命：智慧创新旅游发展
- 标准呼之欲出 构建智慧旅游评定规范
- 智慧景区：国内智慧旅游先行实践者——九寨沟
- 智慧酒店：纽约Yotel带给中国酒店的震动
- 智慧旅行社：Booking.com发展中的智慧化启迪

案例

- 济南市智慧旅游建设实施方案 曾现进 / 丛小南 58

CONTENTS

Mar 2014

17

Preface

Smart Tourism Adds Charm to Creative Landscape

Jianhua Wu

Focus

Events of BES in 2013	<i>Chen Yingying</i>	10
BES Successfully Co-organized the 3rd Annual Conference of China Tourism Industry Development	<i>Hanxue</i>	12
Dream of BES, Landscape of Market: Annual Meeting of BES in 2014	<i>Hanxue</i>	13
BES Guanyin Cultural Tourism Zone Project in Suining Awarded "ITIA" Prize	<i>Hanxue</i>	14
Beijing BES Smart Tourism Technology Co.,Ltd. has been Founded	<i>Zeng Xianjin</i>	15

Features

Year of Smart Travel Leads Intelligence Construction of China Tourism	<i>Wang Chunfeng</i>	18
---	----------------------	----

Opinion

Smart Tourism in Perspective of Tourism Information	<i>Li Yunpeng</i>	24
The Situation and Problems of China Smart Tourism Development	<i>Zeng Xianjin</i>	30

Research

Smart Tourism: Wisdom Makes Tourism More Fantastic	<i>BES Tourism Research Institute</i>	34
1.The 2 nd Revolution in Tourism Industry: Intelligence Innovates Tourism Development		
2.The Coming Standard: Establishing Evaluation Standard of Smart Tourism		
3.Smart Scenic Region: Jiuzhaigou Valley, Pioneer of China Smart Tourism		
4.Smart Hotel: Shocks to Chinese Hotels from New York Yotel		
5.Smart Travel Agency: Smart Enlightenment of <i>Booking.com</i> 's Development		

BES Project

Construction and Implementation Plan of Smart Tourism about Jinan City	<i>Zeng Xianjin / Cong Xiaonan</i>	58
--	------------------------------------	----

SMART TOURISM ADDS CHARM TO CREATIVE LANDSCAPE

智慧旅游，为创意风景博彩

文 / 吴建华



吴建华

北京大地风景智慧旅游科技有限公司
总经理
风景大地（北京）旅游投资管理有限公司
高级顾问

如今，人们可以借助互联网或是便携式终端上网设备，轻松感知旅游资源信息。在移动互联网以及大数据蓬勃发展的时代背景下，大地风景正在期待中国旅游业完成一场智慧型变革，特别是城市或景区建设中，为旅游加入“智慧配方”，让游客体验更加立体、欢乐的旅游，最大程度为景区及游客提供人性化、便捷化服务，推动智慧旅游产业高速发展。

自2008年，IBM首次提出了“智慧地球”的概念，其主要思想是将新一代IT技术应用在各个行业，即把感应器嵌入和装备到全球每个角落的电网、铁路、桥梁、隧道、公路等各种物体中，并且被普遍连接，形成“物联网”，而后通过超级计算机和云计算将物联网整合起来，以更加精细和动态的方式管理生产和生活，从而达到全球“智慧”状态，最终形成“互联网+物联网=智慧地球”。

本期内刊聚焦智慧旅游，并不只因为国家旅游局发布“2014智慧旅游年”的年度宣传主题，或者大地风景智慧旅游科技有限公司的成立，更因为被称为旅游业的“二次革命”的智慧旅游，即将展现出的其蓬勃生命力。

“智慧旅游”的核心内涵是指泛在化的旅游信息服务，即旅游信息服务无所不在，并使旅游信息的各种属性得到充分挖掘，与游客有机互联，最大限度地满足游客对旅游信息的需求。

智慧旅游发展的实质是旅游智慧化，主要包括四个方面。一是景区智慧化，是指通过旅游智慧化建设创新旅游景区服务模式，即“智慧景区”建设，为游客提供更加便捷全面的信息服务；二是酒店智慧化，是指通过旅游智慧化建设创新酒店发展，即“智慧酒店”建设，

为游客提供更舒适的人性化服务；三是旅行社智慧化，是指通过旅游智慧化建设创新旅行社运营模式，实现游客信息平台建设，即“智慧旅行社”建设，为游客提供个性化线路制定服务；四是旅游公共服务智慧化，通过旅游智慧化建设创建旅游公共服务，即“智慧旅游公共服务”建设，让单个旅游者可以便捷地享受旅游过程。

智慧旅游的建设与发展对旅游活动中各主体均具有重要价值，最终将体现在旅游管理、旅游服务和旅游营销三大层面，其中，旅游管理与旅游营销主要针对旅游管理部门，而旅游服务主要针对普通游客。

首先，智慧旅游发展促进了旅游管理部门的管理理念发生重要转变，即从传统的旅游资源掌控转变到现代意义上的旅游“治理”，即以消费者为核心，以满足消费需求为理念不断完善管理制度与手段。通过智慧旅游，旅游管理部门能够即时、动态、直接了解城市、景区内游客数量；通过实时监控系统，及时发现和排除区域或景区内的各种隐患与险情，为区域或景区应急管理提供强有力的技术支持。

其次，智慧旅游建设能够显著增强旅游服务能力。第一，游客能够通过PC机、手机等多种客户端快速了解区域、城市或景区资源、适合季节、门票信息、周边配套服务等关键信息；第二，通过手机APP等方式，强化游客与城市或景区的交互能力，游客通过传统互

联网或移动互联网完成旅游景区选择、购票、交通方式选择及购票等服务；第三，智慧旅游建设能够强化游客之间的交互作用，促进网络旅游社会的形成，促进游客对城市、景区及配套设施的全面了解和客观评价。

最后，智慧旅游的出现很大程度上促进了城市和景区营销水平的提升。通过移动互联网技术，旅游管理部门以更快捷的方式将城市或景区信息传递给旅游消费者，反过来，消费者通过PC客户端、手机客户端等方式对城市或景区信息进行访问和传播，旅游管理部门通过服务器端对这些游客的年龄、消费能力、空间位置等信息进行收集与数据挖掘，从而完成对旅游市场的有效细分，提升旅游营销的精准度。

如今，“智慧旅游”不再是一个空泛的概念，而是对应一个个言之有物的落地项目。然而，从事“智慧旅游”建设，也应该始终秉承“智慧从心出发”的服务理念，精心设计每一个智慧环节：从顶层设计概念出发，全程把控技术开发实施以及项目运营管理，潜心钻研智慧旅游体验式互动发展。智慧旅游如今正乘井喷之势，而在乘势而上之时，更需践行“格物致知”的普世价值观，以核心技术牵头，深化智慧旅游顶层设计研究以及产品开发。此刻，敬请翘盼2014智慧旅游——以“智慧”造势，以“创意”博彩！

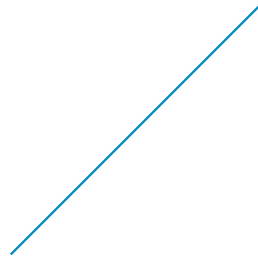
BES

01

FOCUS / 关 注

BES SUCCESSFULLY CO- ORGANIZED THE 3RD ANNUAL CONFERENCE OF CHINA TOURISM INDUSTRY DEVELOPMENT

大地风景成功协办第三届中国旅游产业发展年会



旅游产业发展年会由专业媒体和行业协会共同主办，凭借自身的业界影响和平台优势，以独特视角和专业标准，梳理年度工作，预测发展趋势，点评行业热点，发布年度重要事件，宣传先进典型，引导产业科学发展，为业界搭建了年度性、专业化、高端化的宣传展示平台。

Annual Conference of China Tourism Industry Development is hold by professional media and industry association. With its industry influence and platforms advantage, it has unique perspective and professional standard. The conference checks annual works, forecasts development trend, reviews industry hotspots, publishes annual important events, promotes advanced models, leads industry develop scientifically and builds up an annual, professional and high-end oriented platform to tourism industry.

BES SUCCESSFULLY CO-ORGANIZED THE 3RD ANNUAL CONFERENCE OF CHINA TOURISM INDUSTRY DEVELOPMENT

大地风景成功协办第三届中国旅游产业发展年会

文 / 韩雪

旅游产业发展年会由专业媒体和行业协会共同主办，凭借自身的业界影响和平台优势，以独特视角和专业标准，梳理年度工作，预测发展趋势，点评行业热点，发布年度重要事件，宣传先进典型，引导产业科学发展，为业界搭建了年度性、专业化、高端化的宣传展示平台。

Annual Conference of China Tourism Industry Development is hold by professional media and industry association. With its industry influence and platforms advantage, it has unique perspective and professional standard. The conference checks annual works, forecasts development trend, reviews industry hotspots, publishes annual important events, promotes advanced models, leads industry develop scientifically and builds up an annual, professional and high-end oriented platform to tourism industry.

2014年1月5日，由中国旅游协会、中国旅游报主办，大地风景协办的第三届中国旅游产业发展年会在北京顺利落下帷幕。国家旅游局党组副书记、副局长王志发，国家旅游局副局长杜江，国家旅游局党组成员、副局长杜一力，国家旅游局党组成员、中纪委驻局纪检组组长刘金平，国家旅游局党组成员、副局长吴文学到会致辞。

本届年会由“产业论坛”和“年度发布”两大板块组成。其中，“产业论坛”以“让智慧为旅游插上翅膀”为主题，我集团总裁吴必虎教授，副总裁杨小兰女士分别参与主题演讲、业界对话两个环节，与来自全国有关省市区旅游局（委）、大型旅游企业集团领导以及旅游研究者围绕“把握十八届三中全会赋予旅游业的机遇与挑战”、“旅游行业如何顺应新型城镇化大势”、“智慧如何为旅游插上腾飞的翅膀”等话题，共同进行了深入的研讨对话，为做大做强旅游产业献计献策。

在“年度发布”板块中，我集团获得组委会颁发的“2013‘美丽中国’旅游智力服务突出贡献机构”奖。该奖为奖励大地风景率先提出的“旅游型城镇化”发展理论，以及一直致力于将国际先进理论与本土特色相融合，创新理论发展，探索出

符合本土的旅游发展模式，为“美丽中国”建设做出了积极突出的贡献。

年会上，我集团副总裁黄晓辉先生对大地风景进行了推介。黄晓辉先生在大地风景“乡村梦”中，展现我集团对于乡村旅游的研究与探索：主要包括城乡社区的探索、乡村精品酒店投资、乡村体验教育、乡村商品开发、乡村记忆平台建设五大部分。

为了更有利地推进中国旅游产业的发展，“年度发布”板块还发布“2013十大旅游新闻”、“2013旅游产业发展关键词”、“2014旅游热点预测”以及“2013年中国旅游风云榜”推选项目，受到广泛关注。 BES



DREAM OF BES, LANDSCAPE OF MARKET: ANNUAL MEETING OF BES IN 2014

大地之梦, 市上风景

——2014大地风景年会召开

文 / 韩雪

年会是大地人一年一度的团圆盛会，来自全国各分院的同事齐聚一堂，共同总结过去、展望未来。

Annual meeting is a grand party of BESers. Colleagues from all branch institutes in China get together to review the past and to look forward to the future.

2014年1月23日，大地之梦，市上风景——2014大地风景年会在北京军都旅游度假村隆重举办。大地风景旗下大地风景旅游景观规划院、大地风景建筑设计有限公司、风景大地旅游投资管理公司、北京读道创意机构，大地风景上海院、西南院、华南院三个分院的数百名骨干精英，从全国各地赴京参加此次盛宴。此外，值得关注的是，大地风景的四个新成员大地虹斯帕温泉规划设计院、大地蜗牛（北京）景区管理有限公司、大地风景智慧旅游发展有限公司、FS娱乐旅游设计院也派代表共享大地狂欢盛会！今后，大地风景各成员将一起携手共进、紧密合作，整合资源，强强联手，研究和市场“两手抓、两手都

要硬”，在2014年继续打造高品质的产品与服务！

年会的“年度评选”环节中评选出优秀团队和优秀个人。优秀团队由状元分院、最佳服务部门、金牌团队、品牌项目奖和优秀科研奖五大奖项组成，优秀员工评选出了大地之星、管理之星、三业之星、明日之星共13人。优秀团队与优秀个人的评选的意义不仅仅在于对优秀团队与个人2013年努力工作的认可，更在于对全体员工的鼓励与凝聚。获奖同事们发表的各种或激动人心或感人肺腑的获奖感言引起了大地人的共鸣，增加了大地人的凝聚力，坚定了大地人2014年不断开拓创新的勇气与决心。

2014年，让我们怀揣全新的希望与梦想，怀揣对大地和工作的热爱，在旅游行业这片充满生机的热土上不辍耕耘！ **BES**



BES GUANYIN CULTURAL TOURISM ZONE PROJECT IN SUINING AWARDED "ITIA" PRIZE

遂宁中国观音文化旅游区项目荣获“艾蒂亚奖”

文 / 韩雪

艾蒂亚奖作为中国旅游投资业唯一的奖项，是中国旅游投资类的“奥斯卡”大奖，本届获奖者代表着中国旅游投资领域在2013年度所取得的最高成就。

"ITIA" is the only prize of China tourism investment industry. It is called the Oscar of China tourism investment industry. And the prize-winners represent the highest achievements in China tourism investment industry in 2013.



2014年1月18日，“第三届中国旅游投资艾蒂亚奖颁奖盛典”在北京天伦王朝酒店三层王朝广场举行。经过30位评委的投票，公布了105项提名奖名单，最终42个获奖者在颁奖典礼上揭晓。我集团规划项目《遂宁中国观音文化旅游区总体规划》荣获“中国最佳旅游规划设计奖”，集团副总裁王珏女士上台领奖并发表了精彩的获奖感言。

《遂宁中国观音文化旅游区总体规划》致力于打造以佛教文化为基础、以观音文化为核心、以现代科技为助力、以艺术创新为前提的现代宗教文化创意旅游综合体，最终建设一个观音圣境，吉祥遂宁。规划以“跳出观音做旅游，放大观音做产业”为出发点，提出采用“核心区+控制区”的管理措施，形成“一环一带两镇三园”的格局，其中，三园为广德观音文化园、灵泉禅修养生园和观音湖休闲度假园，是建设的核心和带动整个旅游区发展的引擎。

艾蒂亚奖作为中国旅游投资业唯一的奖项，是中国旅游投资类的“奥斯卡”大奖，已举办两届。创办三年来已经取得了业界和新闻界的认可，今年的艾蒂亚奖评选质量又有进一步提高，本届获奖者代表着中国旅游投资领域在2013年度所取得的最高成就。

据本次“艾蒂亚奖”评委会秘书长、国际旅游投资协会总干事王琪先生介绍，按照艾蒂亚该奖项的传统，本次评选在全国范围内聘请了30位著名旅游投资家、专家学者和旅游投资机构负责人作为评委，评委提名和社会报名历时一个月，共有382个候选个体参加竞选。

BEIJING BES SMART TOURISM TECHNOLOGY CO.,LTD. HAS BEEN FOUNDED

北京大地风景智慧旅游科技有限公司成立

文 / 曾现进

公司拥有强大的系统开发能力，目前有三大核心技术管理平台领先业界，能够为景区和城市快速搭建智慧旅游核心模块，促使智慧旅游突破概念设计而走向实际应用。

The company has powerful abilities of system development and has three leading core technology management platforms. It can quickly build smart tourism core modules to scenic regions and cities and help smart tourism to be actual application instead of conceptual design.

2014年1月7日，风景大地（北京）旅游投资管理有限公司与北京同享天下科技公司合作成立北京大地风景智慧旅游科技有限公司。新年伊始，双方将乘“智慧旅游”之势，充分发挥各自所拥有的技术优势以及渠道优势，整合跨界资源，创新战略联盟，为中国智慧旅游事业贡献精彩。

大地风景智慧旅游科技有限公司提出了智慧旅游建设的“1+1+1”方案，服务内容涵盖智慧旅游规划设计、智慧旅游系统平台开发和智慧旅游运营管理，提供包含景区、开发区、城市等多空间尺度的智慧旅游一体化解决方案。



公司拥有强大的系统开发能力，目前有三大核心技术管理平台领先业界：①景区实时监控系统“看现场”，②景区及城市营销服务系统“E手游”，③景区虚拟体验系统“720°”。基于这些核心技术，公司能够为景区和城市快速搭建智慧旅游核心模块，促使智慧旅游突破概念设计而走向实际应用。

公司根据不同业态，运用领先的系统开发和大数据分析技术，全方位展示智慧旅游创新科技。4G时代的到来以及智能手机的普及，将给智慧旅游带来前所未有的发展先机。我们将利用国内顶级物联网应用技术，开发智慧旅游产品，为“智慧城市品牌营销”、“智慧景区管理”发展提供强有力的智力支撑。 **BES**

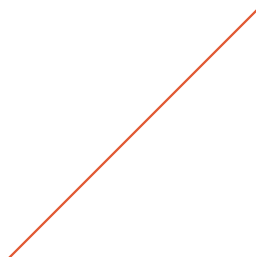
02

FEATURES

热点

YEAR OF SMART TRAVEL LEADS INTELLIGENCE CONSTRUCTION OF CHINA TOURISM

智慧旅游年领跑中国旅游智慧化建设



国家旅游局将2014年定为“智慧旅游年”，在智慧旅游城市发展和在线旅游市场繁荣的契机下，我国智慧旅游发展前景乐观。

National Tourism Administration appointed the year of 2014 to be “Year of Smart Travel”. With opportunities of smart tourism cities’ development and online tourism markets’ prosperity, the future of China’s smart tourism is promising.

YEAR OF SMART TRAVEL LEADS INTELLIGENCE CONSTRUCTION OF CHINA TOURISM

智慧旅游年领跑中国旅游智慧化建设

文 / 王春风

国家旅游局将2014年定为“智慧旅游年”，在智慧旅游城市发展和在线旅游市场繁荣的契机下，我国智慧旅游发展前景乐观。
National Tourism Administration appointed the year of 2014 to be “Year of Smart Travel”. With opportunities of smart tourism cities’ development and online tourism markets’ prosperity, the future of China’s smart tourism is promising.



图1 旅游智慧化演示

国家旅游局将2014年旅游宣传主题定位为“美丽中国之旅——2014智慧旅游年”，表明智慧旅游已经成为我国旅游发展的一个新趋势，烟台提出2014年建设“一部手机玩转烟台”，游客可以通过手机在试点四面山景区实现“智能化”出游。另外阆中古城打造智慧旅游景区、九华山加强智慧营销建设、乐山推出“二维码电子护照”……可见继黄山、九寨沟之后，中国智慧旅游正在大踏步前进，“2014智慧旅游年”将会进一步推进和领跑中国旅游智慧化建设。

一、我国智慧旅游建设的政策引导

2004年，黄山和九寨沟成为国家“十五”科技攻关计划重点项目数字景区示范景区，自此掀开了我国数字化景区建设的新篇章。2005年，在全国的风景区启动了数字化建设的试点工作，2006年城建司编制印发了《国家级风景名胜区数字化景

区建设指南(试行)》，对旅游景区的数字化建设逐渐走上规范化道路。

《国家中长期科技发展规划纲要(2006-2020)》第三部分(重点领域及其优先主题)中第7点(信息产业及现代服务业)首先提到“重点研究开发金融、物流、网络教育、传媒、医疗、旅游、电子政务和电子商务等现代服务业领域发展所需的高可信网络软件平台及大型应用支撑软件、中间件、嵌入式软件、网格计算平台与基础设施，软件系统集成等关键技术，提供整体解决方案”。从政策层面上把旅游和云计算结合起来，并提出将基于云计算技术的旅游信息平台作为信息产业优先发展。

2009年，国务院出台《关于加快发展旅游业的意见》，第五条和第十条分别指出要“建立健全旅游信息服务平台，促进旅游信息资源共享”和“以信息化为主要途径，提高旅游服务效率。积极开展旅游在线服务、网络营销、网络预订和网上支付，充分利用社会资源构建旅游数据中心、呼叫中心，全面提升旅游企业、景区和重点旅游城市的旅游信息化服务水平”，这就从宏观上为旅游智慧化建设指明了方向。

二、各地地方政府的利好政策

北京市、上海市、江苏省、浙江省、福建省、四川省、吉林省、河南省、青海省、广西壮族自治区等地方政府积极制定本地区智慧旅游的总体规划和智慧旅游发展方案。例如《江苏省“十二五”智慧旅游发展规划》明确了江苏智慧旅游建设的核心和发展模式，积极提升以游客为本的高效旅游信息化服务，特别是

实时性、互动性以及信息服务主体的主动感知性。

《规划》明确规定了“十二五”期间，旅游信息化和旅游公共服务体系两大建设将成为江苏旅游产业在新时期快速发展的重要支撑。从省级层面规范了智慧旅游建设与试点的主要建设项目为“一一二五七”工程：“一”是一个国家智慧旅游服务中心；另一个“一”是一个为游客提供旅游资讯服务的超级门户；“二”是两个优化平台，覆盖全省的12301旅游公共服务热线、旅游咨询服务中心和旅游行政管理系统；“五”是鼓励旅游IT上市企业、智慧景区示范工程、智慧酒店示范工程、智能旅游购物示范点和智慧旅游示范城市建设等五项示范工程；“七”是智慧旅游营销平台工程、智能移动终端应用平台工程、旅游企业数字接待平台工程、旅游安全质量保障平台工程、智慧旅游服务卡平台工程、综合决策分析及知识库系统平台工程、智慧旅游体验互动平台工程等七大新建工程。

除了制定智慧旅游的总体规划和智慧旅游发展方案外，很多地区出台了公共服务平台的扶持政策，助力智慧旅游发展。2013年宁海出台的《关于进一步加快服务业提升发展的若干意见》，积极鼓励新业态项目的招商，激发旅游要素的发展潜力，加大了引进客源的奖励幅度，鼓励走专业化、规模化的道路，加大旅游项目土地进出让金的返回力度，加大招机构、引人才的奖励力度。2012年温州市政府出台《加快电子商务发展的实施意见》，在配套体系建设中，提出将实施温州全城WiFi的覆盖应用，并推广应用移动电子商务、移动小额支付，构建温州快速电子商务化的消费模式，全方位实现城市网络化，构建涵盖旅游目的

地营销与旅游商务的综合旅游服务品台。

三、国内智慧旅游建设现状分析

我国智慧旅游建设现在虽然依然存在着智慧化管理理念相对落后，相关技术人才比较缺乏，集成程度不高，盲目跟风等问题，但是整体来看已经取得了一定的进展。黄山、九寨沟等重点景区，已经初步建成了以景区办公自动化为基础，以大屏幕、触摸屏等技术手段为载体，以多媒体技术和虚拟现实技术为表现形式的景区数字化系统，在视频监控、GPS等技术支持下，实现了对旅游消费者进行安全监控，对交通进行指挥调度，协助旅游目的地网络营销等基本目标，信息化建设取得一定成效。另外，国家级风景名胜区行政监管体系初步建成，地理信息资料、规划资料、卫星遥感影像资料和监测核查资料等资料的收集和整理，上百家国家级风景名胜区中央数据库建设正在不断的完善和整理，为我国智慧旅游发展奠定基础。

四、智慧旅游前景乐观

支撑智慧旅游的技术逐渐成熟和完善，有关政策环境日益优化，在“2014智慧旅游年”、智慧旅游城市发展和在线旅游市场繁荣的契机下，打造智慧旅游的时机已经到来，智慧旅游前景乐观。

（一）“2014智慧旅游年”引领智慧建设

国家旅游局《关于印发2014中国旅游主题年宣传主题及宣传口号的通知》，发布了2014年国内、境外市场的旅游宣传主题和口号，国内市场的宣传

主题和口号分别是“美丽中国之旅——2014智慧旅游年”，“美丽中国，智慧旅游”、“智慧旅游，让生活更精彩”、“新科技，旅游新体验”；境外市场的宣传主题和口号分别是“Beautiful China, 2014 -- Year of Smart Travel”，“Beautiful China, Easier to Visit”。通知并且指出，各地要结合旅游业发展方向，以智慧旅游为主题，引导智慧旅游城市、景区等旅游目的地建设，尤其要在智慧服务、智慧管理和智慧营销三方面加强旅游资源和产品的开发和整合，促进以信息化带动旅游业向现代服务业转变，努力提升旅行社、旅游景区（点）、旅游酒店等旅游企业的现代科技管理水平和服务水平，创新发展模式，推动我国旅游业又好又快发展。

（二）智慧旅游城市为智慧旅游服务体系搭建平台

智慧旅游城市成为旅游城市发展的新方向。将智慧城市理念应用在旅游领域中，应用一种更智慧的方法，减少资源浪费，降低公共管理成本，建立公共服务体系，让信息技术的发展惠及旅游行业乃至全民，为智慧旅游的构建提供了环境依托。2012年5月，北京、武汉、成都、南京、福州、大连、厦门、洛阳、苏州、黄山、温州、烟台、无锡、常州、南通、扬州、镇江和武夷山等18个城市入选首批“国家智慧旅游试点城市”，2013年国家旅游局又公布了“第二批国家智慧旅游试点城市”名单，包括天津等共15个城市。试点城市在智慧旅游建设的实践中提出并实施的符合地方特色的方案及手段措施，为智慧旅游服务体系搭建了智慧平台，引领旅游产业转型升级。

（三）在线旅游市场繁荣推进旅游智慧化发展

互联网的发展，使新兴的在线旅游市场发展势头迅猛。首先，旅游电子商务的发展非常迅速，有酒店预订的携程、艺龙，有门票预订的驴妈妈，有线路预订的途牛，有酒店管理的罗盘网……还有很多大大小小的专业的和与旅游相关的预订网络。第二，智能终端设备（智能手机、上网本、平板电脑等）的不断更新发展，推动了在线旅游的多渠道化，持有智能移动终端的用户越来越多，利用移动互联网进行在线旅游预订的份额也会越来越多。会员登录后的信息

共享，使得游客可以随时随地地进行在线旅游产品消费，推动了在线旅游的大众化和普及化，也增强了旅游智慧化的需求。

参考文献：

[1] 国家旅游局将2014年定为“智慧旅游年”。来源：人民网-旅游频道。
[2] 《江苏省智慧旅游发展规划》通过专家评审。来源：人民网-旅游频道。
[3] 智慧旅游的作用与前景。来源：中国旅游报。 BES



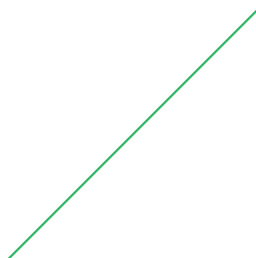
图2 山东智慧旅游活动现场

03

OPINION / 观点

SMART TOURISM IN PERSPECTIVE OF TOURISM INFORMATION

旅游信息视阈下的智慧旅游



旅游智慧化发展要从旅游信息的角度去探讨，实现从旅游信息消费到旅游信息服务的转变。

Tourism's intelligent development should be discussed in perspective of tourism information and should realize the change from tourism information consumption to tourism information service.

SMART TOURISM IN PERSPECTIVE OF TOURISM INFORMATION

旅游信息视阈下的智慧旅游

授课 / 李云鹏 文 / 王春风 整理

旅游智慧化发展要从旅游信息的角度去探讨，实现从旅游信息消费到旅游信息服务的转变。

Tourism's intelligent development should be discussed in perspective of tourism information and should realize the change from tourism information consumption to tourism information service.



课程时间：2013年11月7日

课程题目：旅游信息视阈下的智慧旅游

主讲老师：李云鹏

老师简介：

李云鹏博士，首都经贸大学旅游研究中心副主任，研究方向为旅游信息化、旅游电子商务、旅游网络营销，在旅游信息化、智慧旅游方面有过较丰富的研究成果。参与了十多项国家高技术研究发展计划（863计划），主持《旅游信息化“十二五”发展规划原则和思路》、《北京市“十二五”期间旅游业发展思路、措施》等项目，被国家旅游局信息中心以及山东、江西、北京等省（市）旅游局信息中心聘为顾问专家。

课程内容简介

2013年11月7日大地风景旅游研究院邀请首都经贸大学旅游研究中心副主任李云鹏老师讲授“旅游信息视阈下的智慧旅游”，通过一系列的实例对智慧旅游的概念进行了阐述，介绍了国内外智慧旅游的发展状况，并对智慧旅游在建设遇到的问题进行了解读。

本次课程主要包括以下三个方面的内容：

- 智慧旅游概念的新解读
- 国内外智慧旅游案例
- 我国发展智慧旅游的建议

课程内容精彩分享

从旅游构成上来说，不论是旅游的“吃、住、行、游、购、娱”六要素，还是旅游综合体的发展，都离不开旅游信息的支撑。从这个角度上来说，李云鹏老师认为旅游信息是旅游产业发展最基本的元素和细胞，希望从这个角度去深入探讨旅游的智慧化发展。

2013年8月8日国务院出台了《关于促进信息消费扩大内需的若干意见》将旅游信息消费提升到国家战略层面，鼓励终端产品创新发展，拓展新兴信息服务业态，促进公共信息资源共享和开发利用，加快智慧城市建

设，表明我国正在从传统的低效益生产方式向内涵式的生产方式转变，信息消费已经成为一种新的发展趋势，并且具有较大的上升空间。信息消费与旅游产业的结合促进了旅游与电子商务等其他产业的结合，如淘宝、腾讯、百度、苏宁易购、京东商城、天气预报等网站都相继设立了旅游频道，旅游与其他产业的融合又有利于诱发旅游信息消费，加快旅游产业的发展。随着时代的进步，信息通讯技术与旅游产业融合发展，微信、易信等新手段层出不穷，进一步加速旅游信息创新，促进旅游业真正融入到国民经济的步伐，

伴随着信息通讯技术的发展，旅游信息需求也越来越旺盛，呈现出及时性、系统性、关联性、可获取性和精准性等特征，为了满足游客对信息的需求，景区或政府、组织也更加注重信息服务建设，加快从旅

游信息消费到旅游信息服务的转变。

（一）智慧旅游概念新解读

旅游业是一个信息密集型和信息依托型的行业，行业特点决定了旅游信息在旅游发展中的重要性，也使旅游信息越来越作为一种资源被开发利用，旅游信息资源的开发有利于其他传统资源发挥更大的效益，促进了旅游资源升值，这也可以理解为旅游信息服务也是旅游信息创造特有价值过程。

1.智慧旅游的概念和内涵

智慧化是指在旅游信息化的基础上，游客可以随时随地便捷地获取精准的信息服

务，与智能化相比，智慧化更强调旅游者获取信息服务的便捷性。因此，智慧旅游是指旅游者个体在旅游活动过程中所接受的泛在化的旅游信息服务，它的基本属性主要包括两个方面：

- 旅游者个体：非群体
- 泛在化：随时、随地、随处，无障碍地享用计算能力和信息资源

2.智慧旅游典型应用领域

- 智慧酒店（杭州黄龙饭店）
- 智慧旅行社（上海金棕榈）
- 智慧景区（九寨沟）
- 智慧旅游城市（南京市）
- 面向智慧城市的公共旅游信息服务（宁波市）

3.智慧旅游与智慧城市的关系

2000年加拿大最早提出了智慧旅游，2006年欧洲提出智慧城市，从这点上来说，国外的智慧旅游要早于智慧城市。但我国智慧旅游的概念主要来源于智慧城市，2009年民间机构提出智慧旅游，2011年国家旅游局正式发展智慧旅游，并将2014年确定为“智慧旅游年”。

李云鹏老师认为智慧旅游并不是智慧城市的下属概念，智慧旅游与智慧城市有交叉但互不包含，属于两个不同层面的概念，在二者相互作用下产生了智慧旅游城市，可以说智慧旅游城市是二者的结合点。

(二) 国内外智慧旅游案例

1. 国外智慧旅游案例

智慧旅行社ltravel，与国内旅行社网站的推销式设计相比，ltravel有着新颖的、完全不同的界面，清晰、明了地为游客介绍景点亮点、价格、行程安排，并且明确标出行程中所包含的服务类型以及不包含的服务类型，使游客仿佛在翻阅一本智慧化的旅行指南，最后游客还可以根据自身的需求设计旅游线路。在智慧城市建设中李云鹏老师以俄勒冈州波特兰的智能公交为例，指出其通过实现乘客的及时准确的信息查询，实现智慧化服务。通过这些案例我们可以看出，智慧旅游的建设需要进行大量的信息整合，波特兰市的导航可以为陌生的游客规划最优的线路，而我国国内的APP在很多时候却很难做到，这不仅仅是技术问题，更重要的是我国信息共享系统不畅通，成为我国进行智慧化建设亟需解决的一个重要问题。

2. 国内智慧旅游案例

在国内智慧旅游案例介绍中，李云鹏老师选取了比较具有代表性的IBM智慧酒店、岳阳楼三维智慧景区、上海爱旅游介绍我国智慧酒店、智慧景区、智慧旅游城市，我国智慧化更多的是体现在虚拟旅游，360度全景展示，餐饮住宿预定等，与国外相比在技

术层面的差距并不是很大，尤其是爱旅游基本上实现了与游客需求无缝连接。

(三) 我国发展智慧旅游的建议

在我国智慧旅游发展中需要更多地考虑旅游信息服务，而不是让游客被动地消费旅游信息，这就需要在旅游信息服务过程中实现多样化，包括：

- 渠道多元化
- 方式多样化
- 信息实效化
- 信息简捷化

智慧旅游的发展需要对各种信息进行大量有效的整合，这一点在规划建设中是非常难以实现的。目前需要根据不同发展阶段逐步推进，利用国内150个城市进行智慧城市建设的机遇，把旅游信息服务放在智慧城市发展的服务体系之中，依托智慧城市发展公共旅游信息服务体系，李云鹏老师认为这是目前我国进行智慧旅游建设一个比较可行的途径。

1. 信息共享和信息服务体系

智慧旅游建设中的一个重要问题就是信息共享和面向服务对象的信息服务体系的不顺畅，我国现有的信息服务体系看似比较完备（如图1），如通过12580、旅游目的地等的服务热线为游客提供及时的信

息服务，但这只是一个大众服务体系，各种信息服务体系之间信息孤立，缺乏互联互通。

同时我国的信息更新往往具有滞后性，很难为游客提供及时有效的信息，因此，我们需要不断完善这



图1 一部手机随游凤凰城

一信息服务体系。下图2是智慧城市框架下的旅游信息服务模型，构建这一平台整合各种信息，使游客在游前、游后都可以得到实效、准确的信息支撑，李云鹏老师认为这才是作为城市应该建立的信息服务体系。通过这一平台，最终建设“云池”，通过云池整合之后的动态信息再发布给不同的媒介，为游客提供终端服务。

2.传统与现代整合——旅游智慧化

现在我国很多景区都陷入两个极端，一是极力发展最新科技，建设最先进的营销体系；二是坚持固步自封，如五岳之首泰山的网站非常简单，不能满足游客的基本需求。知名景区应该如何完善自身的产品体系和信息服务体系，如何进行智慧化建设，美国黄石公园就是一个非常典型的范例。美国黄石公园通过游客中心、教育中心、旅游小册子、微模型、指示、历史图片、电影等各种途径进行推荐。从内容设置上也是以游客为中心，相当于黄石公园的百科全书，为了更好的满足游客的信息需求，黄石公园还开发了自己的手机APP，让游客随时随地都能感受到黄石公园的

方便周到的智慧服务。

另外针对我国旅游网站方面存在的问题，李云鹏老师介绍了巴西旅游局网站建设的经验，VISIT BRASIL非常简洁地向游客介绍游客关心的问题，通过视频与电子地图的有机结合满足游客对信息的需求，这对我国很多地方的旅游网站建设具有很大的借鉴意义。

3.智慧旅游的终极未来

旅游将来会从传统的旅游服务逐步过渡到智慧旅游，并且伴随着人们生活的智慧化，智慧旅游也会逐渐走进大众的生活，成为智慧生活的一部分。

智慧亮点

▲ 以游客为中心，通过云计算中心形成信息的动态评价体系，建设景区、游客、政府的共享信息服务平台，为游客提供动态的准确的信息消费，才能让游客真正享受智慧旅游。

▲ 根据游客信息服务的方式建设智慧景区、智慧酒



图2 我国现有的信息服务体系

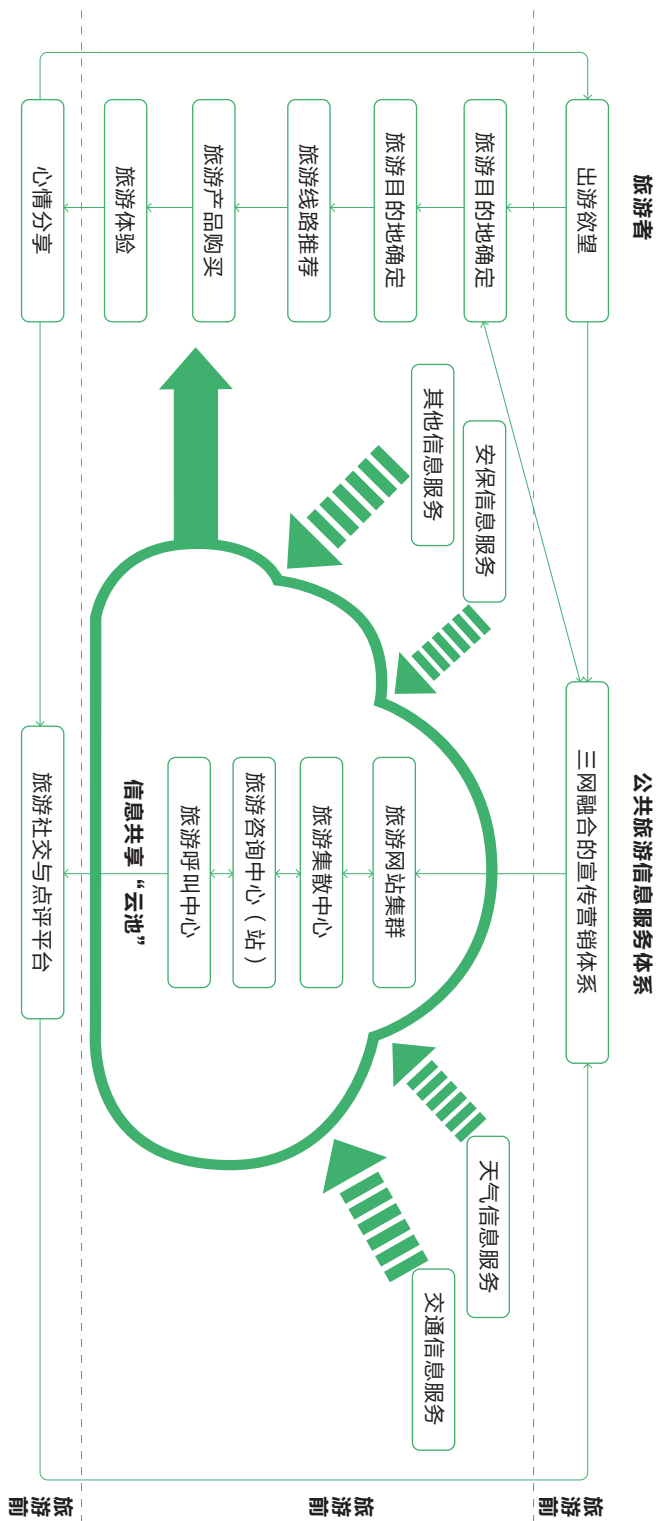


图3 智慧城市框架下的旅游信息服务模型

CHOOSE THE BEST WAY TO VISIT BRAZIL

A country so rich in experiences and landscapes such as Brazil can be shown in many different ways and still be amazing. You can choose here the best way to visit it: watch videos made by those who have been to the country, venture into the streets of 12 cities, take a tour of the most beautiful scenery, follow our day-to-day life on Facebook. Discover Brazil. You're most welcome!

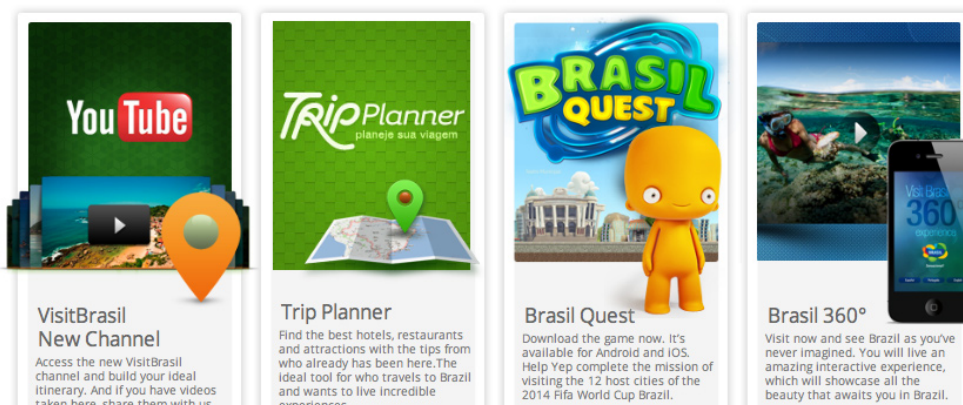


图4 巴西旅游局网站

店、智慧城市指标体系。

- ▲ 建设智慧旅游实验室，引进最新的技术和服务理念，为智慧旅游提供智力支持和建设样板。
- ▲ 智慧旅游发展中欧洲做的最好，对信息进行完全整合，能为游客提供更好的服务。
- ▲ 未来信息共享和信息服务体系的建设将可能以实际消费的信息量来计算。 **BES**



图5 VISIT BRASIL 利用电子地图和视频向游客介绍信息

THE SITUATION AND PROBLEMS OF CHINA SMART TOURISM DEVELOPMENT

我国智慧旅游发展现状综述及问题分析

文 / 曾现进

截止目前，我国已有六十多个省市提出了智慧旅游发展规划，并有多地区初步完成了智慧旅游建设，智慧旅游成为我国旅游业的二次革命。
Until now, there are more than sixty cities proposed development plans of smart tourism. And lots of regions have preliminarily finished the construction of smart tourism. Smart tourism has been the 2nd revolution of China's tourism industry.



图1 南京旅游游客助手APP

“智慧旅游”这一概念最早是在“智慧城市”的基础上发展而来，是“智慧城市”在旅游城市和城市旅游两大领域的推广型应用，是将服务对象由城市居民向外来游客的内涵式延伸，也是数字旅游发展的高级阶段。自2010年江苏镇江市率先提出“智慧旅游”概念之后，全国各地“智慧旅游”建设如火如荼。

2012年5月，国家旅游局公布了我国首批“国家智慧旅游试点城市”，包括北京、武汉、成都、福州、大连、厦门、黄山、温州、烟台、洛阳、武夷山、南京、苏州、无锡、常州、南通、扬州、镇江等共18个城市。2013年11月，国家旅游局发布了《关于印发2014年中国旅游主题年宣传主题及宣传口号的通知》，“美丽中国之旅——2014智慧旅游年”成为2014年旅游宣传主题。截止目前，我国已有六十多个省市提出了智慧旅游发展规划，并有多地区初步完成了智慧旅游建设。智慧旅游成为我国旅游业的二次革命，“2014智慧旅游年”将会进一步推动我国旅游业的“智慧化”发展。“智慧旅游”的发展，将最终体现在旅游管理、旅游服务和旅游营销三个层面，并

将极大改善游客在食、住、行、游、购、娱等各个环节的旅游体验。

一、国内“智慧旅游”发展现状

1.镇江市

2010年，镇江在全国率先创造性提出了“智慧旅游”概念，开展“智慧旅游”项目建设，开辟“感知镇江、智慧旅游”新时空。智慧旅游的核心技术之一“感动芯”技术也在镇江研发成功，并在北京奥运会、上海世博会上得到应用。镇江市计划用1~2年的时间，建设起“一感知体系（智慧旅游感知体系）、一平台（智慧旅游云服务平台）、一中心（智慧旅游运营中心）、一联盟（智慧旅游产业联盟）、一智慧旅游谷（智慧旅游产业基地）”的智慧旅游框架。通过五个一重点项目及相应示范项目的建设，推动智慧旅游在全国范围内的低成本推广，为行业提供普遍的资源感知能力，有序整合各类旅游资源，提高产业中各主体的信息获取能力和业务运作效率。

2.北京市

2012年5月10日，北京市旅游发展委员会正式发布了《北京智慧旅游行动计划纲要（2012—2015年）》，计划用四年的时间，通过物联网、云计算等现代信息技术，实现旅游与科技全面融合，推进旅游产业整体升级改造，打通限制北京旅游业快速发展的最后一道“瓶颈”，让旅游更加透明化、立体化、互动化。北京市计划到2015年，将在全市初步建立“智慧旅游”政务管理体系，“智慧旅游”公共信息服务体系，旅游业态“智慧旅游”服务体系三大“智慧旅游”体系；建设旅游公共服务信息系统、“智慧旅游”电子商务系统、“智慧旅游”便民服务体系、“智慧旅游”电子政务系统、旅游应急指挥系统等九个“智慧旅游”系统建设；完成虚拟景区旅游平台、

景区自助导游平台、城市自助导览平台等六十个“智慧旅游”建设项目；积极开展“智慧旅游”各业态建设试点示范项目建设，制定和出台奖励、补贴、扶持等政策和评定办法，推出若干个“智慧饭店”、“智慧景区”、“智慧旅行社”和“智慧旅游乡村”，初步实现旅游行政服务职能智能化运行、旅游者“智慧旅游”、旅游企业网络运营等高度融合的旅游公共服务便捷实用的发展态势，形成“智慧旅游”引领北京旅游发展的良好格局。

3.南京市

2011年4月13日，南京“智慧旅游”建设正式启动，并率先编制完成总体规划，制定了具体的三年行动计划并实施建设，一期重点建设项目已初步完成。一期项目共收录近2万名导游、114家星级酒店、510余家旅行社以及各旅游景点、景区和乡村旅游点的基本数据。重点建设项目包括智慧旅游中央管理平台、“南京游客助手”手机客户端、城市旅游行程规划系统、智慧景区信息化应用系统、新型游客互动式体验终端、乡村旅游网络营销平台等。

4.宜兰县

台湾宜兰县在智慧旅游建设过程中，充分整合了智能手机、APP、彩码、Mifare卡、NFC智慧店头机等现代通讯、互联网技术和平台，以求最大程度、最便捷地满足旅游者在食、住、行、游、购、娱等方面的需求。宜兰打造成为台湾第一个全方位智慧旅游示范县，并在2012宜兰绿色博览会上迈出了智慧旅游的第一步。

除了以上城市之外，其他地区智慧旅游建设项目也纷纷上马。其中，宁波市打造智慧旅游中央管理平台和旅游资源数据库，推出了“虚拟旅游社区”，布置宁波旅游公众查询系统终端设备；福建海峡旅游网上市超市、呼叫中心平台已正式运营；洛阳市在全市景区推行二维码手机电子门票；焦作市投资六千多万元

全面实施数字化景区建设，建成了国内领先的IC卡指纹门禁验票系统、智能监控、GPS车辆定位、LED信息发布、网上预订等系统。

二、“智慧旅游”问题分析

由上可知，全国各地区“智慧旅游”建设热情高昂，很多地区制定了当地的智慧旅游发展规划，并初步完成了智慧旅游相关项目，但值得注意的是，目前国内“智慧旅游”发展也存在着较多的问题。

第一，“智慧旅游”的概念众说纷纭，没有统一的、标准的、科学的定义，缺乏理论支撑，同时技术标准不统一。国外在2000年曾提出过“智慧旅游”的概念，国内“智慧旅游”概念出现至少有三年时间，到目前为止，有关“智慧旅游”的定义不下十个。同时，我国很多地区的“智慧旅游”建设处于探索阶段，缺乏统一的标准体系，甚至很多“智慧旅游”项目建成之后因标准不统一、技术不兼容而浪费了大量的人力物力。

第二，“智慧旅游”概念炒作较多，实际落地项目较少，成功的“智慧旅游”案例几乎没有。“智慧旅游”是江苏镇江市率先提出的概念，随后南京、广州、北京等地区开始围绕“智慧旅游”开展相应的建设。国家旅游局长表示，用十年的时间把我国旅游业初步实现基于信息技术的“智慧旅游”。地方政府对“智慧旅游”热情很高，但很多企业为了迎合政府、得到政府项目而打着“智慧旅游”的噱头，却没有做出像样的产品出来，很多所谓做“智慧旅游”的公司并没有真正搞清楚智慧旅游到底做什么东西。

第三，“智慧旅游”建设要求较高的信息化水平，包括景区、酒店、交通、购物、娱乐等场所的信息化建设，缺乏良好的信息化基础运营环境，就无法奢谈“智慧旅游”。很多地区的信息化基础较为薄弱，这些地区建设所谓的“智慧旅游”将成为美好的愿景，也因此浪费了大量的资源。

第四，很多地区的“智慧旅游”建设方从智能化向机械化偏移，很多智慧旅游项目建成之后，实际效果并不理想，同时也因缺乏后期数据分析的服务支撑而成为面子工程。

三、北京大地风景智慧旅游科技有限公司“智慧旅游一体化解决方案”

针对目前国内智慧旅游市场对智慧旅游“说得多、做的少、言过其实”等现象，北京大地风景智慧旅游科技有限公司整合全球领先的信息化系统集成平台，将“远程实时监控系统、数据管理系统和大数据分析系统”融为一体，研发形成了独家智慧旅游服务平台，并提出了从智慧旅游规划到智慧旅游实施、智慧旅游运营的包含景区、开发区、城市等多空间尺度的“智慧旅游一体化解决方案”，弥补了市场空白。

公司拥有强大的系统开发能力，目前有三大核心技术管理平台领先业界，包括景区实时监控系統“看现场”、景区及城市营销服务系統“E手游”、景区虚拟体验系統“720°”，基于这些核心技术，公司能为景区和城市快速搭建智慧旅游核心模块，促使智慧旅游突破概念设计而走向实际应用。 BES



图2 三亚智慧旅游网站



活动地点：大连旅游旗舰店

天猫网址：<http://dltour.tmall.com>

优惠时间：2014年1月1日——2014年12月31日

活动时间：每周周五上午十点正式开始

优惠细则：

- 1、半价票一款，限量10份，每位用户限购1张，先到先得！
- 2、特价票四款，不限份数，不限数量！

图3 大连开展“智慧”星期五 推进智慧旅游发展

04

RESEARCH

研 究

大地风景旅游研究院

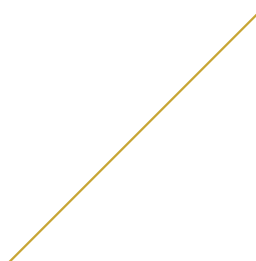
BES Tourism Research Institute

大地风景国际咨询集团下属的专门性研究机构，其主要职能是结合旅游规划行业特点，对理论界与实践领域的国内外前沿趋势、热门话题进行专题研究，并对集团的重要项目成果进行总结、汇编，致力于通过对研究成果的定期发布，搭建大地风景国际咨询集团与外界沟通的平台，不断推动旅游规划界的发展。

The BES Tourism Research Institute is a professional institute within BES International Consulting Group. Its main responsibilities are to conduct research on the leading national and international trends and hot topics in tourism planning theory and practice; to gather and report project achievements of BES International Consulting Group; to maintain an international platform for linking China with the rest of world; and to advance tourism planning industry development.

SMART TOURISM: WISDOM MAKES TOURISM MORE FANTASTIC

智慧旅游：智慧让旅游更精彩



近年来，各地景区掀起5A级景区创建热潮，5A不仅对景区本身是一种提升和宣传，也是提高区域旅游品牌核心竞争力及美誉度的一个有效途径。

In recent years, 5A tourism attraction construction is very popular in china. 5A as a "famous brand" not only helps scenic spots to promote itself, but also becomes an effective way to improve core competence and reputation of regional tourism brand.

THE 2nd REVOLUTION IN TOURISM INDUSTRY: INTELLIGENCE INNOVATES TOURISM DEVELOPMENT

旅游业二次革命：智慧创新旅游发展

文 / 郭潇

智慧旅游发展不是单纯的技术成功，而是要将各种技术与当地特色和游客需求紧密结合，形成一个全面覆盖的智慧旅游系统。

The development of smart tourism is not only the success of technology, but also a combination of technologies, local features and travelers' demands.



图1 “智能导游”演示图

智慧旅游被称为旅游业的“二次革命”，它是一种融合了通信与信息技术并以此为基础、以游客互动体验为中心，一体化服务于游客、企业、政府的旅游新形态。旅游业应该抓住这一契机，从各个层面、多个角度来诠释智慧旅游及相关概念的真正内涵，并进行智慧旅游构建探索，创新发展旅游模式，使旅游业真正从智慧化中获益，也让智慧真正使旅游更精彩。

一、智慧旅游概念解读

智慧旅游是旅游者个体在旅游活动过程中所接受的泛在化旅游信息服务，但智慧旅游中信息服务是指为单个旅游者提供的无处不在的旅游信息服务，也就是基于旅游者个体特殊需求而主动提供的旅游信息服务才是智慧旅游。智慧旅游发



图2 韩国“iTour Seoul”应用服务系统

展的实质是旅游智慧化，主要包括四个方面，一是通过旅游智慧化建设创新旅游景区服务模式，为游客提供更加便捷全面的信息服务；二是通过旅游智慧化建设创新酒店发展，为游客提供更舒适的人性化服务；三是通过旅游智慧化建设创新旅行社运营模式，实现游客信息平台建设，为游客提供个性化线路制定服务；四是通过旅游智慧化建设创建旅游公共服务，让单个旅游者可以便捷地享受旅游过程。

二、国外智慧旅游发展态势

在智慧城市建设的基础上，现在国外很多地方都在进行旅游智慧化建设，打造智慧旅游城市，已经取得了较好的成效。

（一）英、德开发“智能导游”

2009年，英、德两家公司在欧盟资助下协作开发了一款智能导游软件，用以促进文化旅游发展。该软件以“增强现实”技术为基础，让游客通过声光与影像，“亲身”体验被遗忘的历史时光。

当游客身处某地时，只需用手机摄像头对准眼前古迹或废墟，手机里的全球定位系统和图像识别软件就能判断位置，从游客所在的视角，在手机上显示这处古迹在全盛时期的样貌，还能展示遗址上残缺部分的虚拟重构。如游客来到科洛西姆圆形竞技场，就能从手机里看到角斗士格斗的画面，随着游客走动，手机上的画面还能自动变化，如同亲身游览。

此外还有路线规划功能，通过交互路线规划工具，量身定做专属于游客自己的旅行方案，帮助游客远离大众线路，独辟蹊径，相当于一个全职导游。

（二）韩国“i Tour Seoul”应用服务系统

首先，通过官方网站和姐妹网站把最核心的旅游资源，以及旅游的节庆活动放在上面，让游客全面了解首尔，了解首尔最具代表性的旅游资源和特色，作为游客体验的指示灯。

其次，针对前端的智能手机应用，开发了“i Tour Seoul”掌上移动旅游信息服务平台。通过网站 www.visitseoul.net 和移动手机网站 m.visitseoul.net 来进行旅游咨询服务。

再次，构建智能交通体系。通过智能交通游客可以很方便地了解到各个站点之间的线路设置，方便游客出行。

最后，附加服务。为时间充裕的游客提供深度游推荐路线，各种优惠券，电子书、电子报等。在机场的SHOW漫游中心提供iPhone租借服务。

（三）比利时“标识都市”项目

比利时首都布鲁塞尔于2012年6月正式推出基于智能手机的微电子旅游大全“标识都市”（TAGTAGCITY）



图3 比利时的“标识都市”点，如博物馆、纪念物，以及商店购物场所中都有二维码，可以通过手机扫描这些二维码获取信息。这与我们用二维码扫描到的网址信息不同，几乎将旅行手册所提到的所有信息都以二维码的形式体现。比如这个地方最好的食品是什么，最吸引人景点是哪个，正在进行的促销优惠都有哪些，达到目的地的最佳线路设计等。为了激发游客参与的积极性，他们还可以通过扫描二维码获得积分，当积分达到一定的程度就可以直接到商店里兑换成礼券

或优惠券，直接消费，这一措施不仅方便游客旅行，同时也为游客的旅游带来新的惊喜，提高了游客满意度。

目前该系统收集了布鲁塞尔等比利时城市近600多个旅游点，而且继续保持每周增加50个旅游景点、商家的速度。“标识都市”此前开通了英语、法语、荷兰语、德语等四个版本，在2012年9月21日推出中文版。

三、我国建设智慧旅游新启示

英德、韩国首尔、比利时布鲁塞尔智慧旅游的成

项目，使布鲁塞尔成为世界上第一个数码移动旅游城市。

现在布鲁塞尔完全用二维码技术和城市的信息进行对接。一共有600个不同的景区景

点，都不是单纯技术上的成功，更多是将各种技术与当地特色和游客需求紧密结合，从而开发出一系列应用，覆盖“食、住、行、游、购、娱”等各方面的细节，形成了一个全面覆盖的智慧旅游系统。这样的智慧旅游系统，是目前国内智慧旅游建设所应考虑和借鉴的，游客需要系统、全面、智慧的服务，满足这一需求，才能传递出智慧旅游的真谛。

（一）智慧旅游对旅游发展的催生作用

智慧旅游的发展对旅游产业的整体提升具有巨大的推动作用，催生了旅游高品质、高质量的发展。

首先，对于旅行者而言，智慧旅游能为游客提供更细致、贴心的服务，让游客的游览过程更加便捷，提升游客的游览品质。而且，智慧旅游顺应了旅游者散客化、个性化和旅游常态化的发展，提高了旅游者游前、游中、游后的整体体验与满意度。

其次，对政府而言，智慧旅游可以实现对本地旅游更高效的监督和引导，通过区域旅游大数据的研究，抓住新兴的旅游业态发展机遇，促进区域旅游的可持续发展。

再次，随着景区门票经济时代的结束，尽快找到新的盈利方式迫在眉睫。智慧旅游可以让景区为游客提供更细致的服务，提升游客旅游体验，从而间接获得盈利的机会。比如景区通过大数据，对游客信息进行收集与分析，更加了解游客的喜好，如哪个景点游客最多，哪个景点不受游客欢迎，可对游客较少的景点进行有针对性





图4 智慧旅游：费城机场启动室内数字媒体网络

性的整改，吸引游客二次游览。

最后，智慧旅游的发展将会促进旅游产业大融合，通过旅游智慧化将“食、住、行、游、购、娱”连在一起，信息集合运作，将旅游目的地各类信息的推介、网络营销的应用、客户的分析、客户关系管理等应用集成，实现资源共享、信息协同。

商贸、卫生等）的信息，并与其他智慧系统进行数据交换和共享。

整体可对接：智慧旅游能够无缝对接到层次更高的智慧化体系，如智慧城市。

四、智慧旅游创新旅游发展新模式

（二）智慧旅游建设理念

通过英德、韩国等智慧旅游分析以看出，智慧旅游建设必须从以下四个方面进行深入思考：

纵向能贯穿：充分挖掘旅游信息资源，全面覆盖游客、旅游经营者、旅游管理者三类主体需求，提供完整的旅游应用服务。

横向能融合：对三类主体提供的服务，功能上相互配合和补充，数据层面最大限度共享，执行上协同联动。

外围能扩展：扩展和融合来自相关行业（如交通、

智慧旅游建设，不仅有利于旅游业的健康发展，还给游客、政府、景区都会带来很多创新发展思路，有利于旅游发展模式创新。智慧旅游发展模式主要有两个角度，一是基于游客体验创新旅游发展，以“游客”为中心，围绕游客进行一系列产品创新。另外一种就是从旅游全产业链整体角度思考，用智慧旅游来带动旅游业纵向和横向的可持续发展，包含智慧旅行社、智慧酒店、智慧景区等，实现产业设计创新。

（一）景区个性化定制服务旅游模式

随着体验经济时代的到来，旅游消费者对旅游市场过程的每一个步骤都要求越来越多的参与，对于景区建设中所投入的大量科技元素和智能化技术，旅游消费者也希望能够有所体验，并从中获取独特的旅游经历。因此，智能化技术势必越来越多地应用于景区的主题创新。旅游活动创新和旅游产品创新中，满足旅游消费者的需求，并引导旅游消费者的潜在需求，从而实现技术从工具属性到战略属性的转折，实现信息化价值与景区核心价值的统一，将科学技术转变成为旅游吸引力的一种。

旅游个性化定制服务的发展，促进景区更加注重在传统旅游方式和旅游基础上融入相应的创意元素，更加重视旅游消费者的需求，使技术在服务景区管理者和景区经营者的同时成为服务旅游消费者的综合性技术平台，为我国智慧景区建设提供了新视角。

（二）构建以服务游客为核心的旅游模式

智慧旅游的终极目的就是为了实现游客旅行过程的便捷化、个性化、安全化、服务化，因此智慧旅游应该围绕“食、住、行、游、购、娱”旅游六要素，整体设计思路围绕三个服务：为游客、景区管理、第三方管理（旅游执法、公安、医疗卫生等）；设计框架围绕三个方向：线上（网站平台、数据平台）、线下（景区户外、室内智能导游终端）、手中（基于安卓、IOS、WP三大手机操作系统的智能导游平台）。

（三）创新在线旅游电子商务服务模式

即在线旅游与电子商务、GDS全球营销系统、GPS系统，这也是目前智慧旅游中应用比较广泛的三个方面。

首先，在线旅游与电子商务紧密结合。智慧旅游得

以全面覆盖，离不开电子商务和在线旅游的支撑，其在旅游产业等多方面应用的开发以及成功实施，都是建立在线旅游电子商务的基础之上，并与移动通讯密切结合。

根据美国CRG研究公司的统计数据，2012年全球旅游业电子商务销售额突破3620亿美元，占全球旅游电子商务总额的40%以上。目前，世界主要旅游客源地约60%的旅游产品订购都是通过互联网实现的，这体现了在线旅游电子商务强大的市场潜力。随着智慧旅游的发展，旅游在线电子商务将会迎来更广阔的发展空间。

其次，利用“GDS全球营销系统”。智慧旅游的“住、游”等在营销方面，借鉴了目前先进的全球营销系统，并开发出适合自身特色的O2O营销模式。

再次，应用“GPS全球定位系统”。GPS（Navigation Satellite Timing And Ranging Global Position System）逐渐成为旅游智慧化的一个重要标志，全球定位系统所支撑的各种应用将游客的“食、住、行、游、购、娱”等各方面的服务，充分地精准化、个性化，让游客时刻感受到智慧旅游的贴心。

如日本技术服务信息公司就设计了一种利用微型读取光盘（CD-ROM）和GPS接收机的“风景导航”系统。将该系统安装在旅游车上，便可计算出旅游车的位置，并向CD-ROM查询该区域的信息。当GPS接收机指示出旅游车上接近某处风景点时，一台电视监视器就能将光盘中的信息以画面和声音形式播放出来，经过一座建筑物时，电视还能播放出其内部景物，接近一座山时，就能显示各个季节的风光。如果光盘中没有某一地区的资料，那么显示屏仅仅显示旅游车在一张地图上的行驶图。

在更广泛的旅游市场上，小巧玲珑的手持型GPS接收机已被那些徒步旅行、森林荒漠探险、狩猎的游客



图5 科技推进旅游新体验

视为“护身符”，推动了专门的行业发展。

（四）科技化新体验式旅游模式

随着科技在旅游中的应用，游客的旅游体验方式也将会越来越多。如通过旅游电视博览会系统，游客就可以穿越时空画廊，畅游魅力都市，在家也可以坐享旅游视听盛宴，也许将成为一种新的旅游体验形式。酒店行业中将会更加注重人性化的设计，如‘智慧e房’将电视和网络多媒体进行了完美结合，通过全新的交互式应用，向星级酒店客人提供丰富的旅游资讯、精彩的娱乐内容和细致周到的客房服务。

随着智慧旅游的发展，旅游形态和业态都会发生一系列的变化，因为在旅游规划设计方面要不断地进行创新，与智慧城市相融合，逐步创建局域网式的完整旅游模式。 **BES**

THE COMING STANDARD: ESTABLISHING EVALUATION STANDARD OF SMART TOURISM

标准呼之欲出 构建智慧旅游评定规范

文 / 王春风

在智慧旅游繁荣发展的背后，亟需规范化引导，防止概念泛化甚至远离初衷。

With the prosperous development of smart tourism, we should provide normalized guidance to forbid conceptualization.

前瞻网调研发现，26.6%的中国内地用户曾经在2012年尝试通过智能手机进行在线旅游产品的预订或者获取优惠券，针对未来一年是否会通过手机预订旅游产品这个问题，有28%用户明确表示有此计划，表示有可能会考虑的高达40%，这表明智慧旅游正在成为一种时尚潮流。同时，通过百度、Google等公共搜索工具搜寻发现，智慧景区、智慧旅行社、智慧酒店等智慧化建设俯拾皆是。但在很多地方或景区，智慧旅游被当成“花瓶”，什么都往里面装，这就提醒我们，在智慧旅游繁荣发展的背后，亟需规范化引导，防止概念泛化甚至远离初衷。



图1 北京出台智慧旅游相关试行标准

一、各地智慧旅游评价体系解析

目前，国家尚未出台专门针对智慧旅游建设的规范，虽然国家旅游局颁布的《旅游景区质量等级的划分与评定》（修订）（GB/T17775-2003）对旅游景区有一套标准化的质量等级评定体系，但是涉及景区信息化、智慧化方面的指标内容不多，对智慧景区建设的指导意义不大。而各省市地区则已经在积极编制试行地区标准，如北京、天津、河北、温州、南京、秦皇岛等，其中以北京市旅游局制定的规范体系最为完整，分别发布了“智慧景区”、“智慧饭店”、“智慧旅行社”、“智慧旅游乡村”四个业态建设规范以及“景区自助导游系统”、“城市自助导览系统”、“旅游信息终端”、“虚拟旅游系统”四个专业建设规范。

从内容上看，现行的智慧景区建设规范大体都是以景区为基本单元进行构建，从通讯网络、景区综合管理、电子门票、门户网站、电子商务、数字虚拟景区、互动体验、智慧景区规划等方面对建设项目进行评估，部分规范还对景区进行了质量等级划分。如《北京智慧景区建设规范(试行)》就设计了共1000分的评分细则，从通讯网络、景区综合管理、电子门票和电子门禁、门户网站和电子商务、数字虚拟景区和虚拟旅游、游客服务和互动体验、智慧景区建设规划和旅游故事及游戏软件、项目创新等8个方面进行了详细的内容指导和量化规范。秦皇岛市制定的《秦皇岛市“智慧景区”建设规范(试行)》，则明确了“智慧景区”的质量等级分为5级，从高到低依次是5星、4星、3星、2星、1星，评分细则分为通讯网络、安全保障职能监控、电子门票、公共服务门户网站、互动体验等7大项。

除此之外，许多学者以及专业技术人员也对旅游评价指标体系进行了研究，如邓文峰、李霞等研究的智慧景区规范研究成果从游客体验、景区管理、旅游产品

3个维度进行了标准体系构筑，包括网络与通信服务、导游、导购、紧急帮助、规划和制度管理、资金投入水平、人力投入水平、游客管理、安全防范、交通、资源和环境保护、旅游购物、统一服务与管理、旅游产品开发、旅游产品运营、旅游产品推广等17个二级指标和41个三级指标。刘利宁的研究中则将评价体系分为硬件支持系统、综合应用系统和应用价值评价三大部分，分别从公共安全、景区环境监测、景区能源管理、办公管理、景区医疗、旅游交通、公共发布平台、智慧酒店、智慧购物、虚拟旅游等11个一级指标进行了评价指标建设。

二、智慧旅游评价标准体系关键点

智慧旅游指标体系的建设与完善直接关系到评价质量的高低，因此评价体系的确立是评价旅游智慧化的一个核心和关键环节。智慧旅游评价标准体系所含盖的内容非常广泛，不但涉及旅游业的相关信息，还要反应旅游信息化等方面的内容，这就要求必须有很强的综合性和系统性。

智慧景区规范另一个关键点就是景区智慧的体现，分为四个部分：

- 数据的采集和整合管理；
- 分析深入全面，展现直观生动；
- 快速可变的业务处理；
- 强力支持预测与决策。

因此，智慧旅游评价体系在构建中，首先，要注意景区智慧体系建设的全面性和综合性；第二，应该遵循系统性、认知性、可比性的规范建设原则；第三，注重人性化和细节化，充分考虑智慧景区的服务智慧化、管理智能化和运行职业化。

三、智慧旅游的规范化构建

（一）通信网络是景区建设的基础和保障

通信网络建设需要在国家信息基础设施建设的基础上，根据景区保护与发展的需要延伸，要能够实现彼此之间按需进行信息获取、传递、存储、认知、决策和使用。景区需要将电信网、互联网和有线电视网三网融合，保证通信的实时性和畅通性。

（二）物联网是景区实现智能管理的核心内容

智慧景区建设有两大依托技术，一个是信息技术，另一个就是物联网技术。景区要想实现智慧化管理，必须首先实现人与人、人与机器、机器与机器的互联互通，而其主要媒介就是物联网。景区要通过各种信息传感设备（射频识别技术、红外感应器、全球定位系统、激光扫描器等），把各类物品与互联网连接起来，进行信息交流通信，实现景区内人流、物流、资源的实时监控和指挥调动，从而实现景区的智能管理。

（三）信息管理平台的搭建

景区信息管理平台要实现资源监测、运营管理、游客服务和产业整合等功能，需要由地理信息系统、门禁系统、门户网站、电子商务平台、办公自动化以及其他配套系统（资源管理系统、旅游规划管理系统、环境监测系统、智能监控系统、LED信息发布系统、多媒体展示系统、网络营销系统和危机管理系统等）共同构成。

门户网站和电子商务平台：由于网络技术的高速发展，游客了解旅游信息越来越倾向于网络搜索，因此景区门户网站和电子商务显得尤为重要。门户网站作为景区网络营销的窗口，是景区与游客沟通的重要桥梁，也是将景区最新动态传递给上级主管部门的一个直观渠

道。电子商务平台则可以为游客提供旅游资源、旅游线路、景区文化等信息，实现航空、酒店、景区门票、保险等网上预订。门户网站和电子商务平台的发展，不仅方便游客出行，还能对景区进行宣传，创建景区的网络名片。

门禁系统：主要指电子门票的采用，售、验票信息能够联网，并能够实现远程查询。门禁系统可以缩短游客排队时间，降低门票成本，避免伪造门票，实时记录和分析进入景区的游客数据，提高游客管理水平。

（四）虚拟旅游项目是重要的加分项

运用三维全景实景混现实技术、三维建模仿真技术、360度实景照片或视频等技术建成数字虚拟景区，借助一定的技术手段使操作者感受目的地场景。北京故宫博物院推出的“超越时空”虚拟旅游项目，在实现虚拟参观紫禁城的同时，还为游客提供了公主、禁军等身份选择以及“网络导游”、网络合影等其他功能。

（五）游客的互动体验是检验的重要标准

智慧旅游与数字旅游最大的区别就是对与游客互动交流的关注，因此，游客在旅游信息获取、旅游计划决策、旅游产品预订支付、享受旅游和回顾评价旅游的整个过程中，感受到的智慧旅游带来的服务体验也是检验智慧景区建设的重要标准。

（六）战略联盟是智慧景区建设不可或缺的内容

景区资源实力有限，在智慧景区建设时要尽量整合各方面的资金、技术和人才资源，通过与科研院校、酒店、旅行社、航空公司、IT公司等签订协议，组建资源共享、优势互补、风险共担的战略联盟，提高景区智能管理水平。

（七）危机管理是景区智能管理的试金石

智慧景区的建设不仅要加强常态管理，更应该努力提升危机管理水平，能否能有效的应对各种危机是“智慧景区”建设成败的试金石。首先，景区要建设视频监控、人流监控、资源监控等智能监控系统。第二，要有高效的风险评估系统应急响应系统和危机决策系统，以应对自然灾害和各种社会事件对景区造成的冲击，避免和减轻危机事件造成的财产损失及人员损伤。

（八）创新是景区智慧化发展的动力

景区在建设、管理和服务游客等方面运用各种创新技术、手段和方法不仅可以提升景区服务质量、环境质量、景观质量和服务游客的综合满意度等，也可以提升

整个智慧景区建设的品级。但是，实际操作中必须要以实效为准绳，避免盲目引用不成熟的新技术造成建设资金的浪费，在技术方面要选择成熟度好，实用可靠并适度先进的技术。

参考文献：

- [1]北京智慧景区建设规范（试行）. 北京市旅游局官方网站. 2012.
- [2] 智慧旅游. 百度百科. 2013.
- [3]智慧景区管理与九寨沟案例研究. 章小平, 吴必虎主编. 2013.
- [4]刘利宁. 智慧旅游评价指标体系研究. 科技管理研究. 2013(6). *BES*

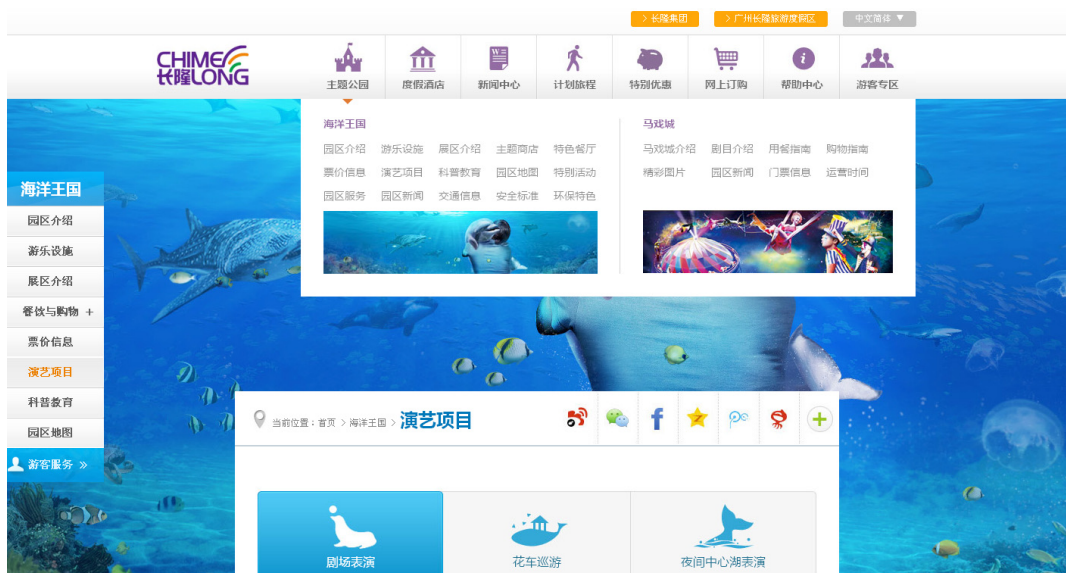


图2 广州长隆：科技创新推动景区发展

SMART SCENIC REGION: JIUZHAIGOU VALLEY, PIONEER OF CHINA SMART TOURISM

智慧景区： 国内智慧旅游先行实践者——九寨沟

文 / 陈瑛瑛 整理

2010年，九寨沟开全国先河，提出了“智慧九寨”管理模式，成为全国首个“智慧景区”。

Jiuzhaigou Valley put forward management models of “Smart Jiuzhaigou ” and became the 1st “Smart scenic region” in China in 2010.



作为传统景区，九寨沟有着独特、丰富的旅游资源，又有着国家级自然保护区、国家级风景名胜区、中国人与生物圈保护区、世界自然遗产、国家 5A 级景区等各种头衔，是我国观光旅游时期的佼佼者，得天独厚的自然资源令其他景区羡慕不已。然而纵使风光，也非一家独大，观光旅游时代，为数不少的名山大川依然可称为九寨沟的强大对手。休闲旅游时代的到来，伴随着人们越来越强烈的出行愿望，单纯的观光已经不能满足人们的出行要求，对服务的要求越来越高已经成为一种趋势，无形中左右着传统景区的命运。此时的九寨沟，成为国内首个提出“智慧旅游”的景区，站在潮流的前端，在这一转型时期牢牢抓住旅游者的眼球，成为国内首个智慧旅游景区的实践者。本文将循着九寨沟的智慧旅游之路，逐一揭示其在智慧旅游方面的发展，以期让更多智慧旅游的实践者提供些许参考。

一、全国首个“智慧景区”——九寨沟

2010年1月九寨沟承担的国家863重大课题《基于时空分导导航管理模式的RFID技术在自然生态保护区和地震遗址的应用研究》正式开题。九寨沟开全国先河，提出了“智慧九寨”这一管理模式。同年10月29日，全国首个具有自主知识产权的景区可量测实景影像服务平台通过评审验收，宣告九寨沟成为全国首个“智慧景区”。

2011年，九寨沟景区将根据3年来863个科研项目的实践成果，进行“智慧九寨”一期建设，着力于景区管理精细化、低碳化、移动化方向，通过该项目的实施将进一步提升九寨沟景区的旅游服务质量，整合景区旅游资源，加强旅游资源的共享，共同推动智慧景区的实施建设。

“智慧九寨”是九寨沟景区管理的智能化，它是建立在集成的、高速双向通信网络的基础上，通过先进的传感和测量技术、先进的控制方法以及先进的决策支持系统的应用，有效改善九寨风景区商业运作和公共服务关系，实现九寨沟旅游资源的优化使用、生态环境的有序开发和保护、游客满意度提升、产业效益最大化的目标。

2013年，九寨沟再次承担国家科技支撑计划项目：“跨区域多形态的实景三维智慧文化遗产及旅游综合服务系统研发及应用示范”项目正式启动。通过对中西部少数民族文化以及世界文化遗产的渊源、传承、保护的研究，结合互联网、移动互联网等成熟的信息化技术，打造数字化中西部文化遗产区域地理信息地图，构建全国首个跨区域多形态实景三维智慧文化旅游综合服务平台，打造区域旅游资源整合营销模式，开展跨区域文化旅游综合服务示范，创新文化旅游休闲服务模式，繁荣文化旅游服务经济，培育服务品牌。

“实景化景区智能管理与服务系统应用”作为“跨区域多形态的实景三维智慧文化遗产及旅游综合服务平台”旨在为九寨沟打造集管理运营、票务预订、游客服务、三维展示推广为一体的集成应用管理实景平台，融合移动互联网及4G移动终端技术，为游客提供基于实景位置服务的随时随地随身随需的个性化旅游服务信息，实现多行业旅游资源的智慧共享，推进智慧景区建设及相关经验推广应用，提升大旅游区域信息化服务水平，促进信息化产业同旅游产业的高度融合，引领新的现代服务型文化旅游产业大发展。

三大先进技术：

- 先进的传感和测量技术；
- 先进的控制方法；
- 先进的决策支持系统。



图 2011 年大地风景协办的第二届智慧景区国际论坛在九寨沟召开

解决三大矛盾:

- 景区商业运作和公共服务的矛盾;
- 旅游资源优化使用与生态环境保护的矛盾;
- 游客数量不断增加与游客满意度的矛盾。

“智慧九寨”的建设重点是通过信息化手段,解决旅游旺季景区景点游客拥挤、乘车站点的拥挤、车辆调度不畅等问题,实现优化的综合实时管理调度。智能化的管理系统在城市的交通、能源、城市管理等多个领域中已经得到了应用,同时该项技术也表现出了良好的发展前景。

网格化管理:以局属保护处、法规处、居管办、规划建设处作为试点职能部门先行实施,各景点一线的工作人员都配有“景管通”的3G手机,随时可向指挥中心报告。通过景区网格化管理与服务系统项目的试点实施,形成了监督发现机制,将管理工作变被动为主动。同时,管理局辖属职能部门转变管理模式,工作效率明显提高。景区应急处置能力也得到大幅度提高。

二、启示:初探“智慧景区”建设模式

现代科技的迅猛发展,特别是信息技术的发展,

使旅游景区管理手段、思维方式都发生了革命性的变化。旅游景区如何在新机遇背景下向信息化、互通化、智能化的“智慧景区”发展,需要形成一种能使旅游景区的深度、广度和高度都有长足发展的建设模式,该模式主要表现为:

(一)进行景区信息最透彻的感知

利用任何可以随时随地感知、测量、捕获和传递信息的设备、系统或流程,如物联网。通过这些新技术的应用,对景区地理事物、自然灾害、游客行为、社区居民、景区工作人员行迹和景区基础设施和服务设施进行全面、透彻、及时的感知,并进行分析,便于立即采取应对措施和进行长期的规划。旅游资源和景区生态环境的可持续,长期受保护与发展之间的矛盾制约,但只要能及时、全面、准确获取景区旅游资源、生态环境、游客等方面的信息,旅游景区管理者就能做出准确的决策和调控,从而缓解该矛盾,实现人与自然的和谐。

(二)实现景区成员更全面的互联互通

互联互通是指通过各种形式的高速、高带宽的通信

网络工具，将景区、社会和政府信息系统中收集和储存的分散信息及数据连接起来，进行交互和多方共享，对游客、社区居民、景区工作人员实现可视化管理，从而更好地对环境和游客进行实时监控，从全局的角度分析形势并实时解决问题，有效保护遗产资源的真实性和完整性，提高游客服务质量，实现景区环境、社会和经济全面、协调、可持续发展，使工作和任务可以通过多方协作得以远程完成，同时还可以将科研院所、研究机构、酒店、旅行社、航空公司、IT 公司等建立战略联盟，运用众人的智慧集管理景区，从而彻底的改变整个景区的运作方式。

(三)构建景区管理更深入的智能化

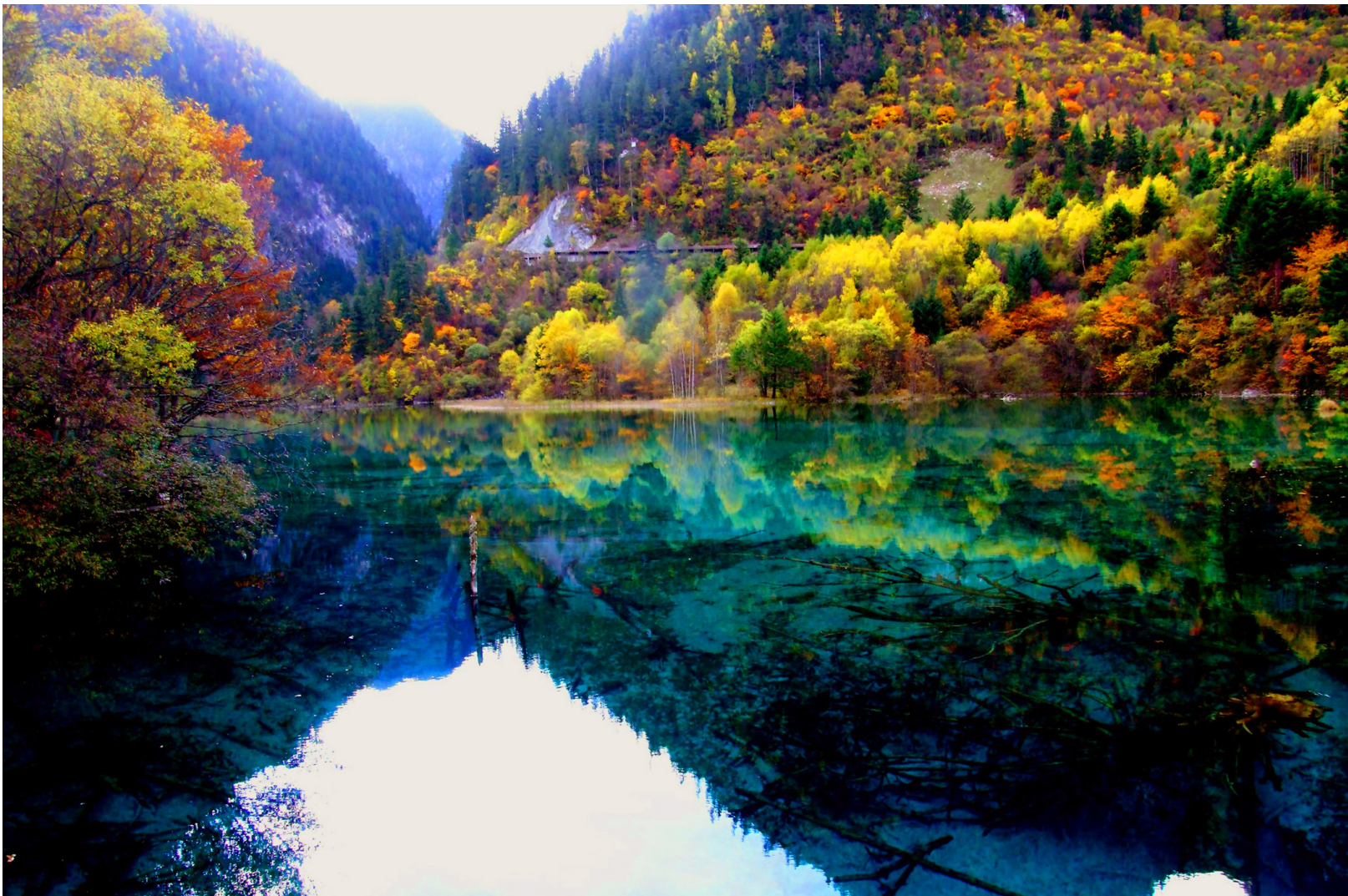
所谓的智能化是由现代通信与信息技术、计算机网络技术、行业技术、智能控制技术汇集而成的针对智慧景区应用的智能集合，通过深入分析收集到的数据，以获取更加新颖、系统且全面的洞察来解决特定问题；同时利用最新信息技术和管理理论改变景区管理局或管理

委员会的组织结构，优化和再造景区管理业务流程。随着信息技术的不断发展，其技术含量及复杂程度也越来越高，这就要求使用更为先进的技术来处理复杂的数据分析、汇总和计算，以整合和分析少量的跨地域、跨行业 and 职能部门的数据和信息，并将特定的知识应用于智慧景区中来，从而更好的支持决策和行动。

“智慧景区”将是整个旅游发展的大势所趋，主要体现在旅游服务智慧、旅游管理智慧和旅游营销智慧三方面。把信息化建设引入旅游景区是现代科技在旅游业中的应用，能为增强旅游景区现代化管理和自主创新奠定基础，变粗放管理为精细化管理，使景区由传统服务向信息智能化服务转变，有利于提升旅游的整体竞争力。

参考文献:

- [1] 新华网.九寨沟将变身国内首个“智慧景区”.
- [2] 大地风景. “智慧景区”建设模式初探. *BES*



SMART HOTEL: SHOCKS TO CHINESE HOTELS FROM NEW YORK YOTEL

智慧酒店：纽约Yotel带给中国酒店的震动

文 / 郭潇 整理

纽约Yotel酒店被称为美国十大高科技酒店之一，酒店设计风格新潮，酒店前台是“太空任务控制中心”，酒店客房就像一个个太空舱，智能客房让住客有一个太空式的旅行。

New York Yotel is one of ten high-tech hotels in America and has a modern design style. Hotel reception is a “Space mission control center”, and rooms are just like capsules to let guests have a space travel.



图1 Yotel 的行李机器人

酒店为旅游业提供了住宿，是旅游产业链的重要组成部分，同时酒店服务也是旅游智慧化建设的最直接的体现。在旅游产业链中，酒店业通常走在前列，最先进的技术和最时尚的产品经常在酒店业被首先运用，因此可以说酒店业的发展方向和水平在一定程度上代表了旅游业的发展，随着智慧旅游的提出和实施，智慧酒店也逐渐发展起来。就目前国内酒店发展水平来看，很多酒店对于智慧化建设还停留在无线WiFi覆盖、在线预订等基本功能上，但这些仅仅是智慧酒店的开始。随着物联网、云计算、移动互联网，信息智能终端新一代信息技术在酒店业的应用，为智慧酒店产业的发展提供了物质和技术基础，酒店智慧化建设将会成为未来酒店业的发展方向。

一、我国智慧酒店发展现状

根据2012年5月10日北京市旅游发展委员会发布的《北京智慧酒店建设规范（试行）》条例，智慧酒店是利用物联网、云计算、移动互联网、信息智能终端等新一代信息技术，通过酒店内各类旅游信息的自动感知、及时传送和数据挖掘分析，实现酒店“食、住、行、游、购、娱”旅游六大要素的电子化、信息化和智能化，最终为旅客提供舒适便捷的体验和服务。

近些年来我国经济国际化程度不断提高，使得酒店产业急速扩张，相比发达国家的酒店业，我国仍处于粗放式的传统管理模式。尽管酒店业规模扩张仍然是许多国家和地区，尤其是新兴市场的主要特征，但从全球来看，酒店业的产业结构调整和升级已势在必行。目前，丽晶大酒店、颐中皇冠假日酒店、岸琴御会所、金沙大酒店、普雷斯精品酒店等知名酒店的智慧化建设主要集中在智慧营销方面，这说明目前酒店的智慧化应用大多是处于智能化的初级阶段，应用的部门比较少，多数只是应用在售票系统，而在酒店客房服务系统、前台服务系统、餐饮服务系统和内部管理系统应用较少。

智慧旅游建设是国家旅游局在十八大精神指导下，促进旅游业经济发展和服务质量提升的一项重要举措。作为智慧旅游的一部分，智慧酒店的建设，是中国酒店业产业结构调整、升级的重大契机和必然选择。

从酒店的整体发展来看，今后决定一家酒店指数的，除了其历史、装饰、服务，不可避免地还有科技含量，科技逐渐成为评价酒店的一个重要指数。智慧酒店代表了未来酒店业发展的趋势，这种趋势是发展的主流，中国酒店行业正在向着真正现代服务业的方向发展。

二、纽约Yotel酒店的智慧化吸引全球游客

Yotel酒店是一家英国连锁品牌，纽约Yotel酒店坐落在纽约第十大道，被称为美国十大高科技酒店之一，酒店设计风格新潮，进入酒店有一种置身于太空的感觉，酒店前台就是“太空任务控制中心”，酒店客房就像一个太空舱，智能客房让住客感受一个太空式的旅行。

1.行李机器人YOBOT

纽约Yotel酒店采用世界上有史以来第一个机器人行李处理程序：一个长15英尺的机械臂——行李机器人YOBOT矗立在酒店大厅的玻璃窗后，负责为住客提供寄存行李、拿行李服务。

2.自助结算系统

纽约Yotel酒店的check in/check out是用电脑控制的，住客可以通过触摸屏登记入住、结账。

3.人性化客房

集放松、提神、交流和休息于一体的设计的客房，客房内设豪华寝具、提神的季风雨淋浴间、令人放松心情的紫色照明灯、及 YOTEL 内嵌平板电视、多个电源插座和 iPod 接口的“科技墙”。在 YOTEL 旗下所有酒店，所有客房和公共空间都免费提供超强 Wi-Fi。为了给客人提供更加人性化的服务，客人通过按钮控制可

以调节电动床的尺寸，还可以将床自动调整成看电视与睡觉两种模式。

4.多元化的餐饮服务

酒店的餐厅叫做DOHYO，日本式的座位，但食物是挺多元化的，欧式、日式等餐饮风格满足不同人士的需求。

5.商务会议及休闲

特色酒店有669间时尚客房，包括三间VIP两舱套房。VIP客房均设有工作站、免费Wi-Fi和能转换成台球桌的会议室风格桌。商务电话可以给客户提供一个免费的Revolabs FLX无线会议电话。

6.露天吧台

酒店还为客人设置了带有游泳池和健身房的宽阔的露天吧台，在设计风格中融入了娱乐、激动和惊喜的元素。

7.其他

此外，纽约Yotel酒店还将虹膜扫描感应器开房门等技术运用到酒店中。

三、智慧酒店的建设重点

智慧酒店建设是一个集成的综合系统建设，从纽约Yotel酒店的案例中，可以看出，智慧酒店是酒店未来发展的一种重要趋势，它具备比传统酒店更出众的特点和功能，从而能为住客提供更便捷、舒适、智能、个性化的酒店体验和服务。

1.高科技

现代日益更新的高科技是实现酒店智慧化的重要手段，而科技在酒店业的应用主要体现在三个方面，第一是顾客体验的智能化，如推出客房的智慧导航系统、VIP快速通道、电视门禁系统、Ipad点菜、自动窗帘、雾化玻璃、床头即插孔等等；第二个方面是与顾客交互的智能化，包括订房、身份识别、会议自动签到、客人车辆识别等；第三是内部管理的智能化，包括设备管

理、员工管理、流程管理等等。

2.信息化

智慧酒店，通过酒店ERP系统、OA系统、酒店中央预订系统、自助登记/入住系统、客房自助服务系统、智能点餐系统等，为游客提供高效、人性的信息化服务，让住客得到充足、便捷的信息服务。例如，把杂志、音乐、航班信息等功能加载到了酒店的电视机上，甚至可以通过电视机打印登机牌。

3.智能化

智慧酒店应拥有一套完善的智能体系，带给客户更加智能化的体验。智能体系包括酒店智能管理系统、智能娱乐休闲活动、智能信息服务、智能客房服务等，是一个依托现代技术的全方位智能化系统。例如，连接到iphone上的“猫眼”，通过iPhone手机的屏幕，就能够显示门外面的画面；或者酒店的自助订房、身份识别、智能温控系统等方方面面。

4.人性化

智慧酒店建设的目标是让住客满意，而人性化是最能提升住客满意度的方面。智慧酒店的人性化建设，需要从提供人性化的酒店设施、经营管理、酒店服务等多方面入手，以高科技为依托，在信息化、智能化建设中，充分考虑住客需求，体现人性化。

5.节能环保，绿色低碳

智慧酒店的绿色环保是其重要特征之一，也是酒店建设需要考虑的要点之一，这方面可以通过以下几个方面实现：

- 酒店的无纸化办公、环保办公用品的使用等，实现内部系统的绿色环保；

- 能源运行监测与控制系统，实时动态的监测、分析并精确控制酒店电力、燃气、热水、暖气等能源系统的运行，减少酒店能源的无效消耗；

- 采用节能型设备，降低能耗，例如采用节能的LED照明系统、冰蓄冷、地源热泵等新技术，从而降低能耗。 **BES**

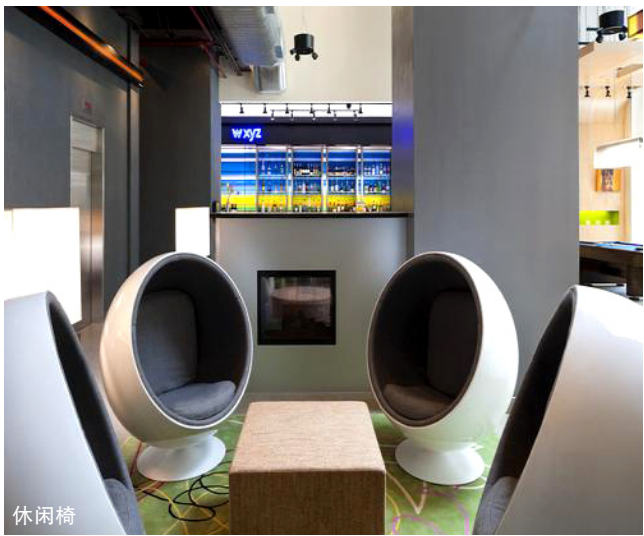
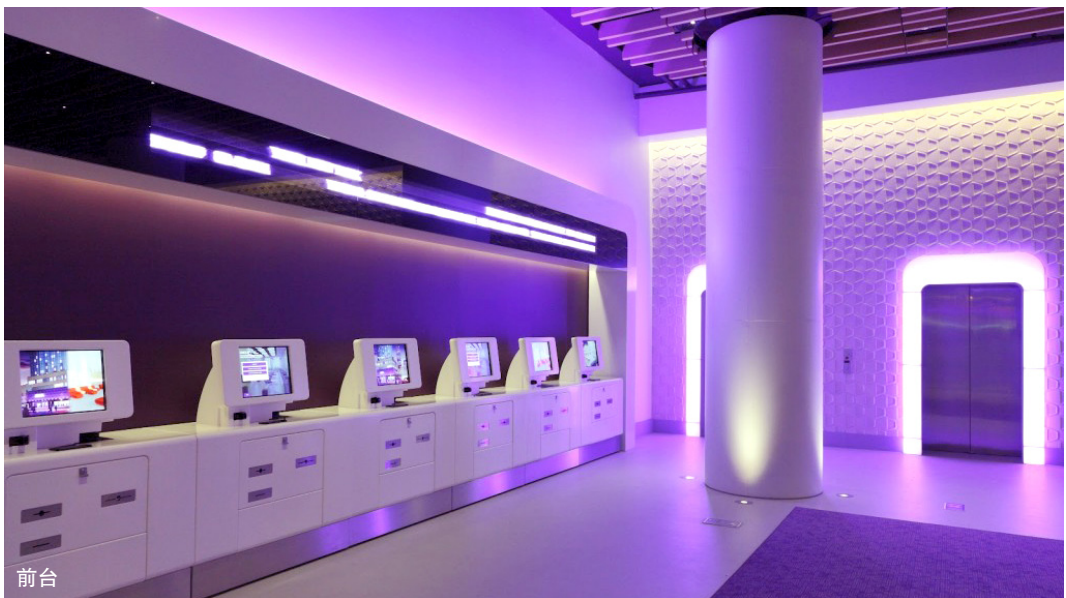


图2 纽约Yotel智慧化建设组图

SMART TRAVEL AGENCY: SMART ENLIGHTENMENT OF BOOKING.COM'S DEVELOPMENT

智慧旅行社： Booking.com发展中的智慧化启迪

文 / 王春风

Booking.com是世界上第一个酒店在线预订网站，最初的定位是针对欧洲市场，但是发展模式的灵活性和强效性，使其发展速度和规模完全超过了初始预期。

Booking.com is the 1st online hotel reservation website in the world. It focuses on European market. But its development speed and scale have totally exceeded expectations because of development patterns' flexibility and powerfulness.

将传统的旅行社销售模式放到网络平台上的在线旅行社(OTA, Online Travel Agent)模式正在成为旅行社智慧化的重要方向，近日，对欧洲200多家酒店所做的调查显示，在线旅行社已经成为欧洲酒店的主要分销渠道，其在线预订量约有50%来自Priceline 拥有的Booking.com，30%来自其他在线旅行社，其余20%的预订来自酒店自身的网站。本文针对Booking.com的智慧化设计进行分析总结，希望对我国的OTA发展和旅行社的智慧化建设提供一定的借鉴。

一、Booking.com 概况

Booking.com是世界上第一个酒店在线预订网站，2005年被Priceline公司收购，成为Priceline旅游市场细分战略中的重要一部分。Booking.com 最初的市场定位

是针对欧洲，但是其发展模式的灵活性和强效性，使其发展速度和规模完全超过初始预期，如今Booking.com已经开始涉足新兴地区的旅游业。以中国为例，无论是传统的在线旅行社携程，还是新兴的旅游社交网站蚂蜂窝、穷游网，在搜索或推荐海外酒店时都会优先跳转到Booking.com的网站。

二、Booking.com 智慧化建设亮点

(一)滚动式发展构筑庞大用户群

Priceline围绕酒店、机票、租车三大核心板块，构筑以用户为中心的进攻型战略体系，针对细分用户和区域市场平均每2~3年进行一次具有战略意义的收购，采取多模式滚动开发，积累了庞大的用户资源。目前，Booking.com 已经拥有38万家酒店的住宿资源，为顾



图1 Priceline的进攻性战略体系模式图

客提供170多个国家的在线预订服务，在世界各地的酒店预订取消政策，形成了显著的销售优势。有70多家办事处，共有超过4000人参与其中。

(二)基于目的地搜索的“结构性优势”

Evercore的一项证券调查报告称，Booking.com的转化率是行业平均水平的两到三倍，而且它在竞争中凭借“结构性优势”胜过了其他OTA对手。Booking.com的付费搜索是基于目的地的方式，而它的对手们的却是基于始发地的方式。“始发地模式”在搜索中添加目的地后，随着目的地数量的增加，市场团队与销售成果的关联度会降低，而Booking.com的“目的地模式”，则是基于目的地市场损益情况，能更好的优化市场投入，有利于更广范围内实现转化率提升。

(三)分销成本较低的佣金模式

Booking.com吸引了数量庞大的全球用户，除了其住宿资源丰富外还有一个原因就是其采取的相对较低的分销成本。Booking.com作为酒店的合作伙伴，相对于以预付模式为主，还需额外收取2-3%信用卡手续费的其他竞争者来说，分销成本更加低廉，再加上其灵活的

(四)强大的技术支持团队

Booking.com通过不断的新技术引进和技术人才培养，强化自己的技术团队，为其旅行社的智能化服务提供保障。以2013年为例，Booking.com先是在网站整合Rome2Rio的点对点交通方式搜索技术，增加自己的旅游搜索竞争力；又在12月宣布，对通讯服务供应商eBuddy进行“人才收购”，虽然eBuddy的应用要如何被整合到酒店预订服务中还未宣布，但是Booking.com此次举动很明显是在强化自己的线上支持团队。

(五)良好的网络平台建设

创建良好的网络平台，Booking.com网站提供了41种可用语言，近百种交易货币，以方便游客和商家信息共享。并通过调研和网站记忆功能，给出优先选择，减少游客在海量信息搜索里花费的时间。

(六)开发多途径预订渠道

使用移动设备预订住宿的用户人数迅猛增长，移动

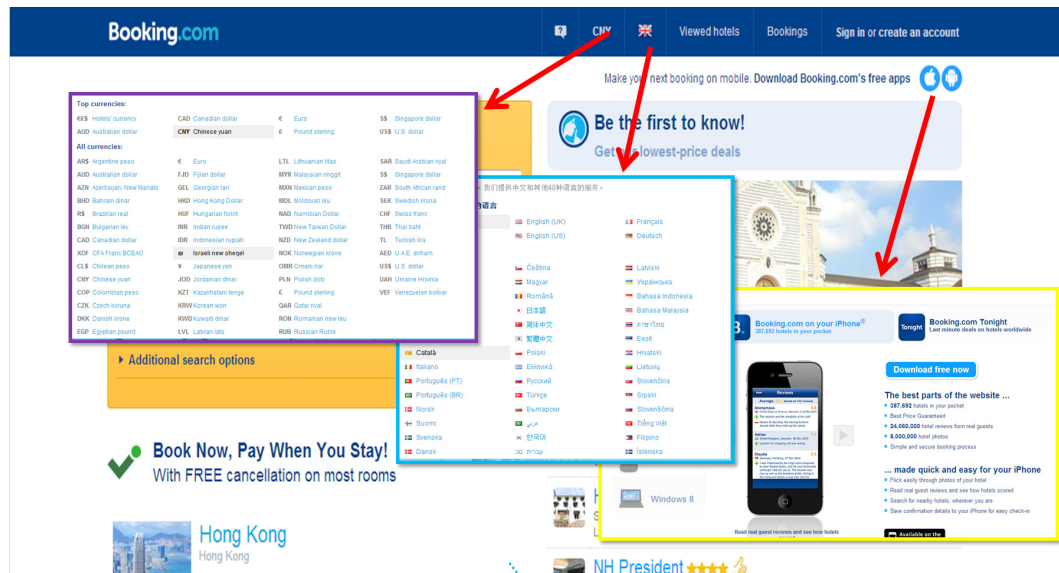


图2 Booking.com 在线预订网络平台



图3 Booking.com 多渠道预订系统

设备在网络住宿市场占有举足轻重的地位，Booking.com 的移动设备预订的交易量也由2011年的10亿美元增长至2012年的30多亿美元。Booking.com开发了适用于安卓、iOS及Windows8系统的应用程序，在过去3年间已拥有2000万次下载量。同时，2012年4月，Booking.com还推出了全球首个为顾客提供当晚酒店客房低于5折的Last-minute预订应用程序Booking.com Tonight，通过该应用程序，用户能以最低价预订全球多家酒店的客房。

三、对我国智慧旅行社建设的启示

(一) “以人为本”的设计理念

我国智慧旅游的建设，存在将数字化与智慧化混淆的问题，偏重于技术提升，而往往忽略掉智慧旅游建设的核心部分——实现人对旅游信息的智能感知和方便利用。旅行社作为第三方，如果不能帮助游客节省时间，提供清晰、明了的旅行指导和服务，也就失去了竞争优势，将顾客直接推给了供应商。而Booking.com在网站建设中的做法很值得我们借鉴，不仅提供多语言、多币种的全方位服务，还给予优先选项，帮助消费者解决信息过载问题，整个设计完全是以顾客的便利为首要考虑因素。

(二) 重视技术更新以及人才引进

在智慧旅行社建设中，如果说业务智慧化和智慧化是对智慧旅行社的基本要求，而新技术应用则是对智慧旅行社的成长性要求，交流顺畅，运作好的技术平台和提供技术保障的技术团队成为智慧旅行社正常运行的有力保障。在日新月异的当今世界，技术发展迅速，只有不断的更新技术，强化人才建设，才能不落后于时代。

(三) 多模式适应市场需求

Priceline 公司不仅在欧洲成功的采用了佣金模式

(Booking.com网站)，同时，根据不同市场和受众群体不同，还开发了适用于北美市场的创新模式(Priceline.com网站)和适用于亚洲市场的预付模式(Agoda 网站)。根据不同的用户和不同的市场，采取不同的经营模式，这就是Priceline的市场细分战略给国内旅行社发展带来的启示。

(四) 开发多渠道交流功能

近年来，随着智能手机的普及和消费者使用手机习惯的改变，很大程度上扩展了在线旅游业市场空间，这也成为去哪儿、携程、爱GO网等在线旅游企业向移动互联网发力的主要原因。旅行社能否成功开拓在线市场，让用户可以随时随地轻松获取信息成为智慧化的重要指标。因此，国内旅行社在智慧进程中，除了每户网站的经营外，对于各种系统应用程序和手机APP的开发也不容忽视。

(五) 在线平台中存异发展

在交易模式不断重合下，国内旅行社必须走创新发展模式，突破自己的服务瓶颈。旅游服务品类已经逐渐丰富，有景点门票、机票、火车票、酒店等预定，也有景点+住宿、景点+车票等套餐，当众多产品趋于同质化，有特色和个性的服务越来越少，最终也将没有竞争可谈。因此，在今后的发展中，要不断创新在市场细分的基础，针对不同市场特征退出更富有个性的服务和运营模式。

(六) 大数据加速旅游智能化

所谓大数据，就是为顾客以及会员都设立了一条主记录，用以收集他们的服务消费情况、预订信息以及其他选择行为。旅行社的大数据储存和筛选功能提供，减轻了消费者的数据负担，也让客户意识到服务的价值，为公司为游客设计更贴心的产品收集有效信息，让公司在竞争中脱颖而出。 **BES**

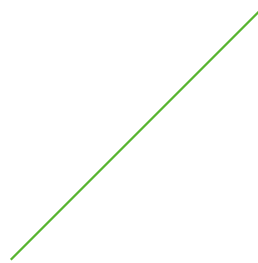
05

BES PROJECT

／
案 例

CONSTRUCTION AND IMPLEMENTATION PLAN OF SMART TOURISM ABOUT JINAN CITY

济南市智慧旅游建设实施方案



2013年底，国家旅游局提出了2014年中国旅游业宣传主题“美丽中国之旅——2014智慧旅游年”，正式开启中国智慧旅游元年。截止到目前，全国已有六十多个省市地区提出了智慧旅游相关规划，但大部分地区智慧旅游建设仅仅停留在纸面上。2013年，大地风景智慧旅游科技有限公司执行董事耿军民应济南市政府之邀，为泉城济南智慧旅游从旅游营销、旅游管理到旅游服务实施一体化解决方案，极大提高了济南市智慧旅游水平。济南市智慧旅游业已走在了全省乃至全国的前沿。

National Tourism Administration proposed publicity theme of China tourism industry in the end of 2013——smart tourism year of 2014, and opened the 1st year of China smart tourism. More than 60 provinces and cities had put forward smart tourism programs all over China, but lots of them just remain on paper. BES Smart Tourism limited company accepted Jinan government' request to provide integrating solutions of tourism marketing, tourism management and tourism service to Jinan smart tourism in 2013. And it improved the standards of Jinan smart tourism. Jinan smart tourism industry has been one of the leaders of smart tourism all over China.

CONSTRUCTION AND IMPLEMENTATION PLAN OF SMART TOURISM ABOUT JINAN CITY

济南市智慧旅游建设实施方案

文 / 曾现进、丛小南

2013年底，国家旅游局提出了2014年中国旅游业宣传主题“美丽中国之旅——2014智慧旅游年”，正式开启中国智慧旅游元年。截止到目前，全国已有六十多个省市地区提出了智慧旅游相关规划，但大部分地区智慧旅游建设仅仅停留在纸面上。2013年，大地风景智慧旅游科技有限公司执行董事耿军民应济南市政府之邀，为泉城济南智慧旅游从旅游营销、旅游管理到旅游服务实施一体化解决方案，极大提高了济南市智慧旅游水平。济南市智慧旅游业已走在了全省乃至全国的前沿。

National Tourism Administration proposed publicity theme of China tourism industry in the end of 2013——smart tourism year of 2014, and opened the 1st year of China smart tourism. More than 60 provinces and cities had put forward smart tourism programs all over China, but lots of them just remain on paper. BES Smart Tourism limited company accepted Jinan government's request to provide integrating solutions of tourism marketing, tourism management and tourism service to Jinan smart tourism in 2013. And it improved the standards of Jinan smart tourism. Jinan smart tourism industry has been one of the leaders of smart tourism all over China.



图1 济南市指挥旅游展示图

2013年底,国家旅游局提出了2014年中国旅游业宣传主题“美丽中国之旅——2014智慧旅游年”,正式开启中国智慧旅游元年。截止到目前,全国已有六十多个省市地区提出了智慧旅游相关规划,但大部分地区智慧旅游建设仅仅停留在纸面上。2013年,大地风景智慧旅游科技有限公司执行董事耿军民应济南市政府之邀,为泉城济南智慧旅游从旅游营销、旅游管理到旅游服务实施一体化解决方案,极大提高了济南市智慧旅游水平。济南市智慧旅游业已走在了全省乃至全国的前沿。

一、项目背景

2012年5月,国家旅游局公布了我国首批18个“智慧旅游试点城市”,2013年1月又公布了15个“第二批国家智慧旅游试点城市”,2013年底,国家旅游局提出了“美丽中国之旅——2014智慧旅游年”宣传主题,智慧旅游已经成为我国旅游业发展的二次革命,在中国大地逐渐发展起来。

早在2011年,济南市在“十二五”规划中就做出了建设“智慧泉城”的部署。2013年8月份,济南市政府出台智慧泉城实施方案,确定“十二五”末智慧泉城的建设目标。2013年10月,济南市入选国家首批全国“智慧城市”试点城市。在智慧旅游建设方面,济南市积极响应国家政策,主动把握旅游业发展机遇,在智慧旅游建设方面走在了全省的前沿。2013年,济南市政府与大地风景智慧旅游科技有限公司签约,共同建设泉城济南“智慧旅游”。

二、项目建设

北京大地风景智慧旅游科技有限公司执行董事耿军民进行项目建设时,秉承“专业、敬业、职业”的服务理念,立足于技术创新,运用移动互联网、物联网、大

数据挖掘等前沿技术,从旅游管理、旅游营销、旅游服务三大环节为济南市旅游业的“智慧化”改造升级。

1. 旅游管理环节

旅游管理是对游客和旅游经营者的管控和治理。通过智慧旅游提升济南市景区的旅游管理水平,有助于实现景区人流监控、应急管理、改善旅游环境、规范旅游市场行为等,这一目标可以通过景区实时监控系统来实现。

景区实时监控系统是通过在景区、街区的关键位置设置监控探头,将现场的实时画面传输给服务器,然后由服务器调配给监控中心、PC端、手机客户端,方便旅游管理人员使用。

景区实时监控系统有助于从以下方面提升旅游管理水平:

(1) 景区人流监控

济南市游客量较多,通过监控探头对人流进行实时监控,随时评估现场人流量,一旦人流数超出景区容量,可通过微信、短信、手机APP等方式通知游客。

(2) 旅游应急管理

通过实施监控系统,对景区或街区内的火灾、车祸、纠纷、踩踏等突发事件进行监控,有利于快速形成应急预案,提升应急管理能力。

(3) 旅游市场行为规范

通过建立实时监控系统,能够在多种客户端上对市场违规行为进行监控和取证,做到发现情况及时查处,既减少了巡逻人员配备,也提高了整治效率。

2. 旅游营销环节

智慧旅游营销的目的,一方面在于将济南市优秀的旅游资源、商业气息和人文底蕴通过移动互联网快速、大范围传播,并且将传播效果可视化,进一步强化济南市旅游品牌知名度,从而吸引更多游客前来消费;另一方面在于通过信息传播过程中产生的海量数据,深度挖掘游客消费特点,对旅游市场进行细分,为每类游客量身定做符合其需求的产品和服务,做到营销的精准化。

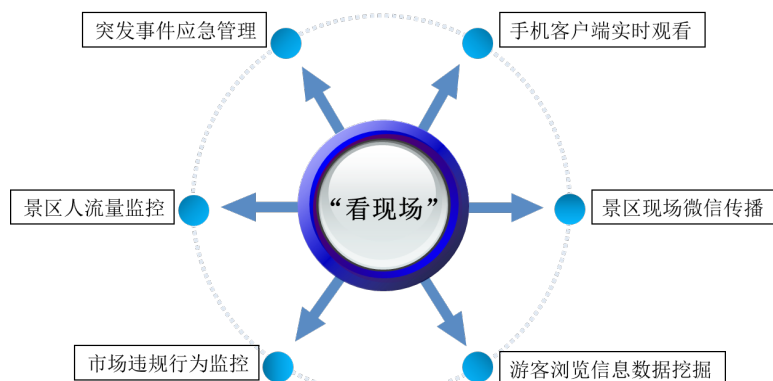


图2 景区实时监控系统



图3 手机客户端实时监控视频

智慧旅游的营销方式主要有：

（1）传播方式由被动变主动，由一对一传播向大范围网状传播转变

传统的基于互联网的旅游营销传播方式一是被动式，即旅游服务内容放置在门户网站上，被动地等待潜在游客的浏览；二是一对一传播，对旅游产品的传播是通过门户网站等单一节点传递到若干用户，用户之间很少直接进行旅游信息传播。这种传统的旅游营销模式，即使投入大量营销资金，其效果依然很差。在移动互联网的推动下，旅游营销传播发生了本质变化，即变被动为主动，通过短信息、二维码、微博营销、微信营销等途径，主动向其他用户传播东城旅游信息；网状结构，在互联网营销模式下，任何终端用户都是旅游信息的传播源，从而使传播途径形成网络结构，极大的增强了旅游信息的传播广度和深度。

（2）通过数据挖掘实现精准营销

基于智慧旅游理念，将旅游服务和旅游管理的功

能模块做到足够吸引消费，并整合到手机浏览器和手机APP上，让用户通过微信、微博、手机短信、QQ等多渠道进行广泛传播和点击查看，在用户浏览信息的同时，其查看的内容、访问深度、访问时间、所处空间位置等信息将被传送到后台服务器储存，然后基于上述数据挖掘客户的兴趣点、估计旅游高峰时段、识别客源地结构、评价推广效果等。

3.旅游服务环节

智慧旅游建设能够显著提升旅游服务能力，极大改善游客旅游服务体验。第一，通过二维码、多客户端网站建设、手机APP等多种智慧旅游技术，帮助游客获取旅游资讯；第二，游客可通过旅游体验系统对济南市景区进行体验。游客体验系统有助于游客足不出户的了解景区信息，如果用户对体验系统和景区质量表示认同，则会通过微博、微信等对其他潜在游客传播，从而有利于济南市旅游的品牌建设。



图4 济南市智慧旅游微信推送页面



图5 景区营销管理系统



图6 景区营销管理系统界面



图7 电子导览系统功能简介



图8 济南智慧旅游展示中心

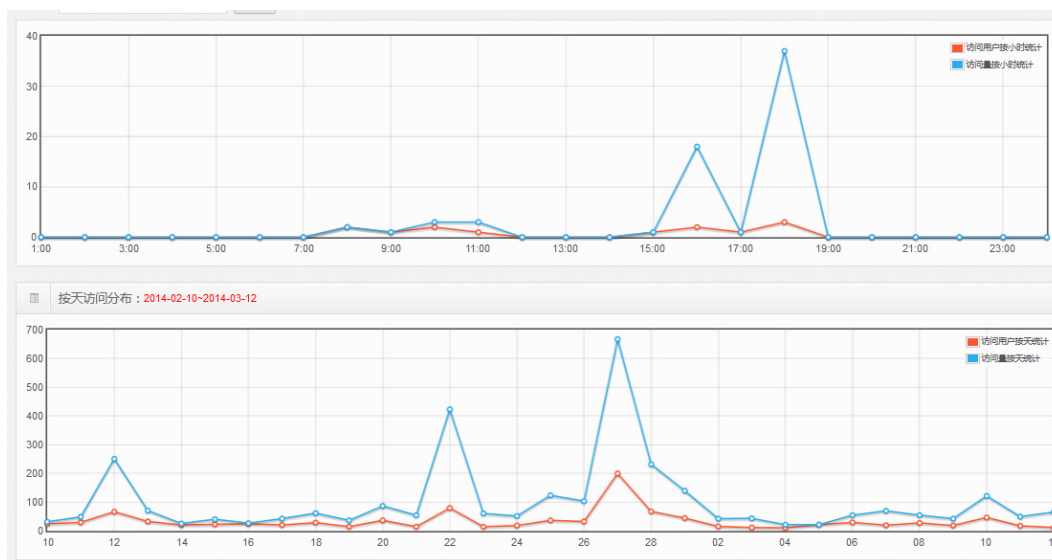


图9 实时访客统计

四、项目总结

济南市智慧旅游项目的建设实施，提高了济南市相关景区的旅游管理水平，改善了游客旅游体验，同时使济南市旅游品牌获得了较大范围的传播，旅游营销也有了针对性实施的科学依据，为实现精准营销提供了可能。截止到2014年3月10日，济南市智慧旅游APP页面总访问用户已达2万多人，人均访问深度2.18，传播比为1: 30（如图9）。根据游客数据分析，在济南市所有著名景点中，大明湖雨荷亭的访问量最高，其次是趵突泉。在访问游客中，北京、江苏、浙江、广东及山东本地的省市人数最多（如图10）。

客观来讲，济南市智慧旅游建设仍然还存在着较多的不足，比如系统的稳定性仍然需要进一步的提高，游客信息数据需要进一步的细化、挖掘，旅游服务方面还需要容纳更多的智慧旅游解决方案等。 BES

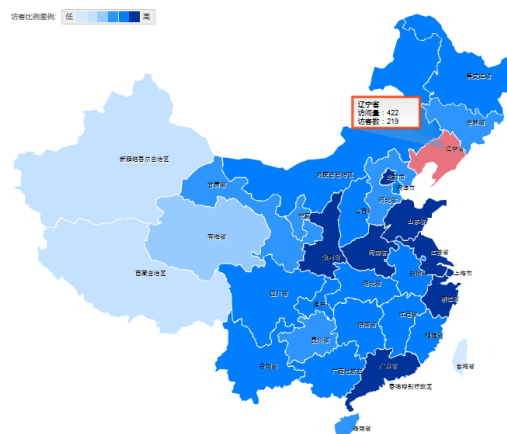


图10 访问游客来源信息

