



为文旅产业数字化转型发展赋能 ——2020中国数字文旅产业创新发展论坛在龙岩市永定区举办

近日,为落实文化和旅游部关于发展数字文旅产业的要求,由福建省龙岩市人民政府主办,中国旅游报社、龙岩市文化和旅游局、美团承办的2020中国数字文旅产业创新发展论坛在福建省龙岩市永定区举办。本次论坛以“数

字引领 推动文旅产业高质量发展”为主题,先后举行了新基建数字文旅大数据中心成立仪式、大型文化和旅游企业与龙岩市战略合作协议签约仪式、美团文旅大脑赠送仪式,发布了《5A景区数字文旅发展水平调研报告》。同时,

来自文化和旅游部、龙岩市人民政府、美团等单位的多位嘉宾上台致辞、发表主旨演讲、开展业界对话,各抒己见、亮出观点,为数字文旅产业发展集智聚力、共谋发展。本报摘录了各位嘉宾的一些精彩观点,以飨读者。

业界对话



论坛期间,“美团大学美景学院”执行院长赵立松、阿里云智能一文旅行业解决方案总监刘振宇、腾讯产业生态合作总监郝景然、华邮数字文化技术研究院院长陈洪、浙江力石科技董事长兼CEO陈海江、摩登天空文化发展有限公司文旅和政府事务总监朱靖等嘉宾围绕“文旅产业数字化转型探索与实践”主题展开对话,世界旅游城市联合会专家委员会副主任张辉主持对话。

主持人张辉: 数字文旅时代已经到来,通过物联网、互联网、云计算、大数据、区块链形成的数字技术,再加上VR、AR等情景技术相互碰撞,会产生很多新兴的业态。那么,什么是数字经济?对数字文旅有何见解?

朱靖: 所谓的数字文旅,就是在传统旅游行业的基础上,用数字技术、互联网技术,为旅游内容、旅游服务、旅游管理以及市场营销赋能。

陈海江: 我们是一家做数字文旅的企业,对于数字文旅的理解,就是把所有的业务数据化,产生海量的数据;而这些数据可以业务化,带来更精准的大数据营销。

陈洪: 数字文旅,就是数字技术全面介入和支撑下的文化旅游的价值挖掘、塑造以及价值转化的全过程。

郝景然: 随着数字经济时代的到来,已经深刻影响到我们社会当中的各个不同的业务单元,包括政府制订战略、老百姓消费体验等。腾讯集团提出要深度去拥抱产业互联网,其中就包括数字文旅。

刘振宇: 数字经济、数字文旅,核心问题是增长。中国消费者的需求是在快速变迁的,这与整个产业链的供给侧就会形成链式反应。“云上旅游”“云会展”等就是为了匹配链式反应而推出的。

赵立松: 数字经济最重要的是对客户的数字化。外卖这个行业早在宋朝的时候就已经有了,但是到了今天,借助移动互联网和数字化平台,美团解决了几百万人就业的问题。对于文旅行业的数字化,应该分为管理的数字化、营销的数字化和服务的数字化。

主持人张辉: 数字经济时代和大众化旅游经济时代的叠加碰撞,会不会发生大的革命?未来十年会对文化和旅游的产业形态、产品形态、服务形态和管理形态带来哪些变化?

朱靖: 我们是音乐行业,举办的“草莓音乐节”就和文旅有深度的融合。因为今年疫情,音乐产业被迫在线上做了很多的尝试,但还没有真正突破成为商业模式。要利用好新技术带来的时代机遇,是企业将来发展的主要方向。

郝景然: 希望通过腾讯平台,实现更多的连接,推动线上业务,开展比较深度的合作。现有的技术方式可以很大程度的去改善或改变文旅场景的体验,从营销的宣传端,用科技的手段去助力景区将变得更方便、更安全、更快捷。

陈海江: 数字文旅融合是相互赋能的。在互联网行业的上半场更注重讲流量,把组团式产品从线下搬到线上来。到了互联网行业下半场,机会就在供应链这一端,把本地好吃好玩的产品都数字化。

陈洪: 大数据与大众化旅游结合,个性化的服务将在今后的一段时间显得更加重要。过去跟团旅游会提前查一点资料,现在有了大数据、人工智能和新基建之后,游客在旅游体验过程中,时时可以获得更精准的信息化服务。未来,还将演变成提供伴随式的智能化服务。

刘振宇: 这种颠覆式的变革一定会来的。这个产业发展到一定阶段以后,自然带来一个因自身内部变化所形成的外在表象,所以本质是消费,驱动力是科技。IP引发的流量消费,会带来整个产业链的变革。

赵立松: 进入大数据时代后,现在的景区越来越拥抱互联网,疫情倒逼很多文旅产业加强线上化发展,通过网红直播、短视频等项目把流量带进来。

主持人张辉: 数字经济会带来革命,但是现在仅仅是需求端有变化。现在无论是政府还是市场推动融合的过程中,不是文旅融合,而是数旅融合。问题是什么?

赵立松: 我一直觉得数旅融合最终还是要讲效益的。当然功能还是要安全,但最终还是要找到最适合自己的方式。

刘振宇: 在推动数旅融合的过程中,应该注重产业链的重构,而不是重复做产品。过去旅游做得更多的是线路牵引,现在更多的要做文化牵引;要让数据多“跑腿”,让人少跑腿。

郝景然: 整个产业的改变是供需双方的。做每个项目,政府在前要立好方向、树好标杆,投资企业要像呵护自己的孩子一样用心去做每一个项目。

陈洪: 数旅融合现在有很严重的信息不对称的情况。推动供给侧改革,需要慢下来一些,静下来一些,更深层次一些,更深入地去解决一些根本性的问题。

陈海江: 一个产业的发展需要政府来做引导,但是数旅融合先要把整个产业运营理顺清楚,是否可以给涉旅企业带来收益,如果仅仅只是政府政绩,这很难带动。

朱靖: 无论是旅游也好,做文化内容的企业也好,其本质还是要依托内容。要去深入挖掘,把内容做好、做亮,这才是根本。

组版:海峡旅游(福州)传媒

文化和旅游部产业发展司副司长 李磊 推进数字文旅产业融入国家战略和发展大局

党中央、国务院高度重视发展数字经济,先后出台了网络强国、数字中国、“互联网+”等一系列战略、规划和举措。近年来,数字文旅内容日益丰富,数字文旅消费规模不断扩大。特别是今年疫情发生以来,以数字内容为核心的数字文旅产业异军突起、逆势上扬,以线上内容为核心的数字文旅产业体现出巨大的活力和潜力。文化和旅游部就数字文旅产业创新发展多次作出部署,提出狠抓线上发展,加快产业数字化、数字产业化,释放数字化对文化产业和旅游产业的放大、叠加、倍增作用。

人民对美好生活的向往为数字文旅产业发展提供了广阔空间,也对数字文旅产业高质量发展提出了更高要求。数字文旅产业要进一步融入国家战略和发展大局,做好以下三个方面工作:一是坚持正确导向,以社会主义核心价值观为引领,守正创新,用数字文旅的新技术促进产业创新发展,增强人民群众的获得感、幸福感,并讲好中国故事,展示中国形象。二是坚持创新供给,用好现代创意、科技创新和社会资



本等新动能,开发新型文旅产品,提高品质内涵、丰富表现形式。鼓励依托地方特色文旅资源,开发具有鲜明区域特点和民族特色的数字文旅产品,助力扶贫开发。三是引领带动消费需求,要丰富网络音乐、网络动漫、云演艺、知识服务、数字艺术等数字内容,发展可穿戴设备、智能家居数字媒体等新兴数字文旅消费,发展基于5G、超高清、增强现实、虚拟现实等技术的新一代沉浸式体验型文化和旅游消费内容,加快形成以国内大循环为主体、国内国际双循环相互促进的新发展格局。

北京第二外国语学院旅游科学学院副院长 邓宁 数字文旅助力文旅产业融合与行业高质量发展

数字文旅是以互联网和新技术为基础,促进文化和旅游产品融合创新、服务体验升级的业态总和。它不是单纯的数字文化,也不是之前的智慧旅游,更能凸显文旅科技融合的理念。

如今,数字文旅已经成为文旅融合的重要抓手和桥梁。未来,数字文旅建设可以从“三个O”的角度进行思考,第一个是Offline 2 Online,例如云看展、云直播、VR/AR体验、3D展示等产品为大众服务;第二个是Online 2 Offline,随着文旅不断融合,推动主题乐园、IP落地、游戏动漫等业态与旅游深度融合;第三个是online&offline,全面采用预约制成为常态。

随着未来数字经济的发展,文化产业发展除了注重讲好故事以外,还要重视留存和转化,包括内容传播以及互动



体验;利用个性化推荐导流,跨界合作等,增强互动体验;旅游产业发展则应从服务、管理、营销等多个维度进行数字化转型升级。鼓励文化IP进行二次开发,加大与旅游相结合的力度;传统旅游营销也需要文化和数字化相助力,讲好旅游目的地故事。

中国移动咪咕动漫总经理 廖智勇 5G促进智慧文旅产业融合发展

5G除了能提供高带宽、超高清外,还能为文旅行业带来新体验、新消费。在文旅产业开发过程当中,旅游热点、人群热点、旅游产品、旅游景点等都可以数字化。结合前期实践,归纳起来主要体现为五个“新”,即新文博、新文展、新演艺、新文创、新传播。

其中,新文博就是利用5G结合AR技术,开发出系列产品。博物馆的展品是静态的,我们联合华邮数字文化技术研究院推出“AR探究镜”,通过扫描馆内展品,使用AR设备叠加出多种虚拟场景,还原它的历史背景,让展品“活”起来,游客可以更直观地了解它的特点和当时的环境;新文展,是通过5G在线上实时通过AR的方式,看到了云博物馆;新演艺,今年转型做了云演艺、云包厢、云看球、云看演唱会等系列活动;新文创,即打造新IP,最



主要是提供有文化内涵的产品,核心是产品有内涵、有品质。随着数字化和文旅产业的发展,要讲好中国故事,最核心的就是标准的制订。期望通过标准入手,通过产业联盟上下游的力量,去做好文旅产业的文化内容、游客服务,从而推动全产业链的共享。

龙岩市副市长 王建生 发展数字文旅产业 打造有温度的幸福龙岩

习近平总书记指出:“文化和科技融合,既催生了新的文化业态,延伸了文化产业链,又集聚了大量创新人才,是朝阳产业,大有前途。”举办“数字文旅产业创新发展论坛”,正是深入贯彻落实习近平总书记重要讲话精神,落实文化和旅游部关于发展数字文旅产业要求的一项重要举措。

近年来,龙岩市高度重视智慧旅游和大数据应用,在数字文旅产业领域做出大胆尝试,智慧景区、智慧酒店创建工作取得较好成效。“一机游龙岩”智慧旅游平台的正式上线,代表龙岩智慧旅游进入新的发展阶段。下一步,龙岩将积极做好与美团、携程、同程、驴妈妈、途牛等各大旅游平台的对



接,加快推进数字文旅产业发展,持续打造“红色文化之城、生态康养之城、国际旅游目的地”,全方位推动高质量发展超越,建设闽西南生态型现代化城市,打造有温度的幸福龙岩。

美团文旅促进与合作中心总经理 路梦西 “文旅产业生活”数字化转型的探索

随着互联网的发展,有三个文旅在线消费趋势值得特别关注。第一是在线的消费率大大提升。相关数据显示,在2020年上半年,人均的邮费(快递费)支出增长10%,大家对电商平台、互联网平台销售的依赖达到了10%以上的增长;第二是文旅与本地生活的融合大大加速。2个小时就可以到达另外一个城市,使用同一款App来进行旅游消费已经成为消费的习惯;第三就是文旅的消费群体“Z时代”的消费特征非常鲜明。通过美团平台监测到的数据显示,今年端午节假日景区门票等消费中,“90后”占了49%。他们的出游更加高频,出行决策周期更短,更注重体验和参与性,热衷旅行内容的“种草”和旅游经验的分享。

美团作为生活服务平台,在数字文旅领域已经率先开展了有趣的实践和探索。现在在美团和大众点评上,“吃住行游购娱”多达200多种生活品类、630万的生活服务业商户,已经构成了非常细致、无孔不入的生活服务网。



近年来,美团还在技术、人才、产品、管理、营销、服务等方面积极推动融合和跨界发展。首先,在技术层面上,有3亿多间夜酒店预订和1亿多张景区门票的基础数据。在美团客户端和大众点评客户端上,有“Z时代”跟大家分享旅行经验和消费推荐;在人才数字化方面,“美团大学”拥有2000多位讲师和3000多门课程,不仅做餐饮外卖的培训,还做酒旅门票新基建的培训。美团牵头做的景区门票预约标准,现在已经被列为行业标准。

国家文化科技创新服务联盟秘书长 刘兵 文化科技融合驱动的沉浸式文旅体验新业态

从需求的角度来说,人均GDP超过4000美元,精神文化消费需求将会快速上升。2019年我国人均GDP超过了1万美元,线上和线下都已产生非常大的文化消费需求。如今旅游已经从观光经济转向了体验经济,从资源驱动转向了创新驱动,从单点旅游转向了全域旅游。随着新基建技术的发展,文旅产业链进一步整合,场景创新已经成为文化旅游新兴产业的核心驱动力,IP开发是文旅产业的核心价值的实现和提升核心。沉浸式产业已经成为文旅产业的制高点和核心竞争力。

沉浸式产业是进入二十一世纪后,全球经济形态从“产品经济”“服务经济”向“体验经济”转变过程中产生的一种全新经济业态。它的特点是文化与科技深度融合、知识与技术密集、模式创新、产品附加值高。

今年7月,在文化和旅游部产业发展司的指导下,沉浸式文旅新型业态培育平台正式成立,它将通过跨界融合和



协同创新,提供从IP开发、创意与空间设计、软硬件系统集成、投融资与运营管理的沉浸式产业全链条服务,面向历史文化街区复兴、城市公共空间活化、景区升级与产业提升、城市消费和夜间经济激活等,构建线上线下协同的文旅消费产业新生态,打造一批具有创造性、艺术性、科技感、体验感强的沉浸式文旅体验新场景,推动文化科技领域成果转化、集成创新和项目孵化,最后实现人流转化为现金流。