

“2022智慧旅游创新企业和项目”名单出炉——

挖掘数据价值 回归服务本义



游客佩戴AR设备体验智慧旅游 视觉中国 供图

□ 曹燕

近日，“2022智慧旅游创新企业和项目”名单出炉，北京市慕田峪长城旅游服务有限公司、深圳华侨城欢乐谷旅游公司、泰山景区打造无证明智慧景区、南京牛首山智慧旅游系统建设等企业入选。景区智慧旅游的发展，依托数据资源整合共享，打通数据壁垒。关键是挖掘、释放数据价值，以润物细无声的方式融入景区、目的地管理、营销及服务模式的创新，更简便、高效、贴心地服务游客。

数据蕴含价值

景区实时预约数据、客源地分析、游客年龄占比、游客性别比例、智慧停车场实时剩余车位、缆车单程票和往返票比例……这一系列内容都显示在慕田峪长城景区的可视化大数据分析平台上。

北京市慕田峪长城旅游服务有限公司常务副总经理罗星提及：“景区实时预约系统能够实时掌握游客预订票情况，有利于景区及时调整服务接待工作。通过游客进出园数据，可以实时监测到是否达到景区最大承载量、是否有游客聚集等情况。环境指标监测可以实时反映景区当前天气

条件、温湿度、PM2.5、PM10、负氧离子、风力等天气指标，保证景区安全运行。”

可视化大数据分析也可以做到对销售的精准分析和策略调整。罗星介绍，当大数据监测异常订退票、渠道销售异常增长或异常降低时，可以设置阈值，让系统自动提示销售异常情况。同样，通过票种销售的对比分析，摆渡车、缆车的乘车率占比情况，系统可以设置阈值，一旦出现低于平均乘车率情况，予以自动提示。

慕田峪长城景区可视化大数据分析平台还会实时监测景区窗口、OTA、旅行社团队等不同渠道的销售情况，动态掌握景区内客源地分布，便于公司适时调整不同区域销售策略；掌握客群年龄层分布，便于根据不同年龄段适时推出适合的产品。另外，平台还可以通过技术手段，采集对标景区的业绩信息，了解同行业景区实时客流量情况。

通过这样的数据联动，景区还可以掌握入园游客的活动轨迹。2021年4月，两名外籍游客违禁翻越长城，造成不良影响，慕田峪长城景区通过全网票务系统、监控系统联动定位了两位游客信息后，将其列入“黑名单”，限制购票参观资格。

用智慧破除“证明”困扰

景区网上预约售票早已经不是什么新鲜事，但如何做到对客群的精细化预约服务，考验着景区智慧。

泰山景区每年吸引着大量游客，门票优惠政策带给游客真金白银的实惠。这些优惠政策面向学生、老年人等特殊群体，大多需要景区票务人员人工核验证件，效率不高。特别是节假日高峰期，窗口处极易造成人员聚集拥堵。为此，泰山景区决心运用“智慧”破除“证明”的困扰。

泰山景区信息中心相关负责人介绍，学生是泰山游客的主力军，泰山景区每年接待学生约80万人次。以往，学生游客需携带学生证到窗口排队购票，才能享受优惠。打造“无证明智慧景区”后，泰山景区申请教育部学籍信息与智慧票务系统连接，从而实现了学籍信息网上快速认证。学生游客只需在网络预约购票时，选择“学生票”入口，输入个人身份信息，系统后台便能通过共享数据分析自动验证出票，省去了线下人工核验学生证的麻烦。

为了方便老年游客预约，泰山景区推出“老年关怀版”网络购票方式，从老年游客的视角出发进行设计，解决老年游客购票过程中遇到的痛点。据介绍，“老年关怀版”界面，字体更大，“交互更简单，突出展示了老年游客更关心的价格、个人信息、购票政策等信息，预约流程也是能简尽简。

“无证明智慧景区”还可以适用于更广泛的客群。据介绍，依托“爱山东”身份证电子信息数据，泰山景区开发了“景区码”，从而实现免实体身份证扫码检票。游客打开微信、支付宝或“爱山东”App扫描小程序，通过人脸识别后生成“景区码”二维码，在景区各进山口检票闸机上就可以扫码检票。这样，游客不需携带、出示实体身份证也可入园。

管理和服务要跟上

暑期是黄果树景区旅游高峰，黄果树智慧旅游公司董事长张目介绍，之前景区被游客投诉主要集中在“排

队太久”，他认为主要原因在于游客到景区游览时段主要集中在10点—14点、景区管理运营手段单一、景区和目的地公共服务信息共享少。因此，时空协同、管理协同、部门协同非常重要。

2019年起，黄果树瀑布景区将全天划分为9个时段分时预约，分线路预约，在监控中心对停留在景区的游客数量进行控制，机动调配景区车辆，避免景区道路拥堵，实现了景区人流的“削峰填谷”和“错峰引流”，游客体验有所提升。

“整个景区的最大承载量不是取决于景区的面积有多大，而是取决于景区里面那几个必打卡点。”张目提及，黄果树景区有三个必打卡点，所有游客到了黄果树都是先去大瀑布拍照，还有天星桥和陡坡塘也是很火的打卡地，这时就需要分区。以前游客是自由选择去哪玩，现在景区会按照区域组织园内交通，引导游客按照时间节点错峰、错区游览，保证景区游览平衡。另外，景区管理要跟上，光有技术手段和理念还不够，需要整个景区管理的协同，包括车辆指挥、酒店管理、保洁人员管理等。

值得一提的是，景区智慧旅游的发展正在渗透游客体验的各个细微环节，润物细无声。例如在济南天下第一泉景区，游客只需要关注景区官方微信平台，点击菜单栏右下角的“景区服务—智慧卫生间”，就可以查询天下第一泉景区的智慧卫生间信息。更贴心的是，进入“寻公厕”页面，不仅可以看到男女厕所具体数量、使用情况，还可以一键导航前往厕所位置。当前，越来越多的景区增加了智慧共享区内的便民服务项目，如自助寄存柜、共享婴儿车、共享轮椅、共享充电宝、自助口罩机等，更好地服务游客。

罗星说：“智能化的工具并不意味着替代人工，单纯依靠工具会缺少‘温度’。旅游本身就是体验经济，注重情感交互和情绪体验，人和人之间的交流非常重要且不可替代。未来景区服务还是要结合技术的发展进行适时的调整和完善。”

很多景区已经在智慧旅游的运营端发力。近两年来，多个景区推出和景区文化特色契合的数字藏品，与景区营销紧密结合，打造与年轻用户互动的新玩法；黄果树旅游集团启动“安旅通”平台建设，以黄果树景区为核心，利用流量优势、品牌价值，完善公共服务体系和地服体系，整合旅游资源要素和周边产业融合，努力实现“黄果树+N”的营销裂变，促进目的地消费；牛首山景区在票务营销、二次销售等方面，充分考虑到游客的消费习惯及消费场景，通过游客画像的建立，针对不同人群进行商业布局，实现精准营销，通过增加旅游产品组合、营销活动策、活动效果评估，积极探索旅游景区营收的新增长点。

对此，一些景区业者认为，不能运营的景区智能化体系不是好的景区智能化体系，景区智能化转型升级的核心是“运营”。以运营为目标搭建的景区智能化体系是加快建设智慧旅游景区的重点，更是实现智能化转型升级的关键，也是为未来打开更大想象空间。

厕所时要着重考虑家庭需求，这是人性化服务理念的体现。”

另外，苏州乐园森林世界景区的男女厕位比例是1:1.23。考虑女厕更易出现拥堵，所以女厕位数量一定要高于男厕，这一点在2022年全国旅游厕所革命优秀案例评选中，采取一票否决制。也就是说，如果女厕位比例不够高，无法进入评选环节。

一个可以“尽兴玩一整天”的乐园，不能只有游乐、潮流演艺、创意零售。当游客在真实与虚幻的场景中穿梭，体验欢乐，有温度有记忆点的如厕体验，也会是一次旅行美好的注脚。



涂鸭森林主题厕所 景区 供图

焕新南岳古韵 衡阳有声有色

□ 王兰兰 本报记者 高慧

天下南岳，独秀衡阳。南岳衡山素有“五岳独秀”“中华寿岳”“抗战名山”等美誉，是无数游客心中向往的诗和远方。日前，首届衡阳市旅游发展大会在衡阳市南岳区举行，打造以南岳衡山为代表的历史文化名片，焕新古韵，提升衡阳城市旅游的魅力，让城市愈发有声有色。

创新主题产品

夜幕降临，祝融小镇华灯如昼，游人如织，绚丽的灯光和欢快的音乐交织，点亮了南岳的夜晚。游客们穿行于古街小巷，赏非遗文化、听鼓乐齐鸣、逛创意集市、穿汉服“飞天”……沉浸式古风国潮氛围让游客恍如穿越时空。

“穿上古装‘飞起来’的感觉真是又美又仙，第一次体验古装飞越，圆了我从小的仙女梦。”近日，游客王女士和朋友特意从市区赶至祝融小镇体验“天外飞仙”项目。

立足本地资源，挖掘市场需求，今年暑期开始，南岳区策划打造沉浸式古风国潮小镇，推出“南岳七点半”夜经济品牌活动，构建“夜游”“夜秀”“夜购”“夜宴”“夜宿”“夜养”等夜经济产业链。

“祝融小镇推出的系列沉浸式古风体验活动不仅好玩、好看，同时也能让孩子在游玩过程中学到传统文化知识。”湖南省衡阳市雁之旅旅行社有限公司总经理李焱介绍，今年暑期共接待近千名中小学生在南岳研学旅行。

在首届衡阳旅游发展大会中，“人间烟火 衡阳味道”也是重要内容。南岳区文化旅游广电体育局相关负责人介绍：“南岳区正以省级旅游休闲街区——南岳庙街为中心，打造辐射万寿广场、祝融小镇、红星村、水濂村的高品质夜间聚集区，让夜间烟火气成为当地经济增长和文化传播的新引擎。”

聚力康养产业

近期，南岳衡山千年银杏迎来最佳观赏期。在六朝古刹福严寺的灰瓦白墙间，四棵树龄超过千年的古银杏树灿烂夺目，吸引不少市民游客前往打卡。每年中秋假期，许多游客会选择来南岳登高赏月，夜宿衡山之麓，伴着漫天繁星，听着阵阵松涛，享受“明月松间照”的意境。

五岳独秀，秀在其林。南岳闻名遐迩，其森林覆盖率和生物种类居五岳之首，是得天独厚的氧吧。同时，南岳也是中华五岳唯一的产茶福地，因独产唐代“贡茶”南岳云雾茶，被评为“中国寿茶文化之乡”。

近年来，南岳区立足自身资源优势，将文旅和康养有机结合，围绕“养德、养心、养生、养气、养神”和“药疗、食疗、理疗、心疗”等主题，陆续推出康养、茶旅、休闲、研学、科普等多种产品，满足当下人们对健康、旅游的多元化需求。

作为湖南对外开放的窗口、衡阳旅游发展的龙头，南岳被湖南省委寄予厚望，明确提出“建设世界级文化旅游目的地”，衡阳市委也明确要求“加快建设以南岳为龙头的文旅康养中心，打造国家全域旅游示范引领区、康养融合发展示范区”。

发展全域旅游

长沙游客张女士将南岳之旅行程安排得满满当当：第一天参观南岳大庙，登祝融峰，晚上游览祝融小镇；第二天游览红色景点；第三天到红山村骑行游玩，傍晚到水濂村吃土菜，感受乡村休闲的惬意……在张女士看来：“现在南岳周边新增了很多游玩项目，体验很丰富！”

去年7月，南岳区陆续推出“抗战名山、游干摇篮”等三大红色旅游新路线；今年5月，发布梵音古道、曾国藩古道与徐霞客古道“三条古道游”精品线路，引进天天见水梳、石鼓酥薄月、雁峰酒业等一批“衡阳老字号”和“网红产品”签约入驻南岳。

近年来，南岳充分发挥首批国家全域旅游示范区的品牌效应，立足丰富独特的文化旅游资源，深入实施“旅游+”和“+旅游”战略，全面布局多元业态，激发南岳文旅市场消费潜力，推动旅游产业转型升级，实现古色、绿色、红色交相辉映。

在湖南省委、省政府出台的《关于加快建设世界旅游目的地的意见》中，明确提出打造以南岳衡山为代表的历史文化名片。南岳区委书记刘浪介绍：“下一步，南岳将紧紧围绕‘打造世界级文化旅游目的地’的奋斗目标，舞好‘千亿产业’旅游龙头，坚持谋在深处、抓在实处、落在细处，高水平打造中南地区康养中心，高标准建设国家全域旅游示范区。”

广西北海侨港小镇：

浓浓“海味”引客来

□ 孟萍

在广西壮族文化和旅游厅近日公布的2022年国家4A级旅游景区名单中，北海市侨港小镇是一个特别的存在。

在上世纪70年代末形成的中南半岛难民潮中，中国政府本着“一视同仁，不予歧视，根据特点，适当照顾”的方针，为难民提供了基本生活保障和必要的就业机会，扶持和鼓励其发展生产，提高其自食其力的能力，其中北海市侨港镇是越南渔民难侨的最大安置点。1979年6月，中国政府与联合国难民署共同出资建立了难民安置点——华侨渔业公社，安置难侨7700多人，这就是侨港镇的前身。

侨港小镇具有发展滨海旅游业“海水、阳光、沙滩”的全部要素。小镇的侨乡历史文化、渔家民俗文化和渔港风情文化多元融合，其中尤为突出的是以渔家美食、越南美食为代表的渔家文化。2017年，侨港镇成为国家第二批特色小镇；2021年，侨港风情街获“自治区旅游休闲街区”和“自治区步行街”称号。侨港镇居民生活富裕，安居乐业，成为我国向海外展示安置归难侨、率先奔小康的靓丽窗口。

上世纪70年代末的归国华侨黄先生见证了侨港小镇从渔村变为北海热门旅游打卡地的过程。谈及往昔，他感慨万千，“几十年里，从传统捕鱼到海洋牧场建设，再到现在的电商直播带货，侨港小镇的现代渔业发展形成了产业链，老百姓的生活也越过越好。”

如今，侨港小镇分布着400多家各式店铺。这里的鸡丝粉、蟹仔粉、炒螺、糖水、春卷、炒冰等特色小吃吸引诸多游客纷至沓来，为居民提供了大量的就业、创业机会。

其中，侨港小镇知名度最高的是1050米长的侨港风情街，总营业面积6200平方米。“海鲜粥”“越南虾

饼”“蟹家风味海鲜粉”“北海手信”……各类美食店共200多家。独特的地域文化加上海鲜美味，造就了街区独具一格的风情，烟火气十足，常年吸引大批游客前来品尝。侨港风情街名声鹊起，夜经济也随之繁荣起来。

周结是侨港风情街上一家手信店的导购，也是一名在侨港镇生活多年的越南归侨。据他介绍，从本地渔民手上收购来的鳀鱼干、虾仁干很新鲜，外地游客都会买上一些。

在侨港风情街的手信店铺，每家都有自己的独特产品。除了各色农家海鲜干货，还有各类新式即食美食：罐装海鲜酱、即食银鱼仔、海鲜螺蛳粉、海鸭蛋蛋黄酥、海鲜预制菜，都是游客的心头好。

侨港镇美食协会会长吴玉明介绍，近些年，当地政府和美食协会举办“长桌宴”“开海节”等活动吸引客流。美食街商铺也纷纷打造独特装修风格，实现店铺提档升级。“游客喜欢去网红店铺‘打卡’，一些热门店铺常常需要排队。”

与侨港风情街一街之隔的就是号称“最美文艺渔村”和“虾米第一村”的电建村。电建村于2020年划归侨港镇，次年便开始了“最美文艺渔村”改造工程，除了开展“三清三拆”环境整治工作，还建设渔耕文化展示场所，展示渔家文化历史。

电建村民高妹家的干货店装修升级，产品从主要卖给本地人转向对游客出售，虾米加工坊还成为游客感兴趣的参观地。

近年来，侨港小镇按照国家4A级旅游景区标准进行规划建设，并不断完善景区服务项目，景区特色资源不断凸显，游客纷至沓来。据了解，近3年，侨港小镇接待游客约350万人次，年旅游收入达4.2亿元。随着“海鲜旅游”成为侨港小镇新风尚，已投入运营的侨港海滩越式夜市正以浓浓“海味”吸引四方游客。

观察

内外兼修 景区智慧化转型核心在运营

□ 曹燕

2020年，文化和旅游部等十部门联合印发《关于深化“互联网+旅游”推动旅游业高质量发展的意见》，明确指出要加快建设智慧旅游景区，到2022年建成一批智慧旅游景区、度假区，到2025年全国4A级及以上旅游景区、省级及以上旅游度假区基本实现智慧化转型升级。

在疫情防控常态化背景下，拥抱数字经济，为景区发展插上智慧的翅膀，是众多景区的愿景。当下，不少景区智慧旅游的建设多体现在景区公共服务上。比如，建设虚拟数字景区、实现虚拟旅游。南京牛首山信息中心相关负责人孙倩文介绍，智慧旅游系统通过基于静态图像无缝拼接的虚拟现

实技术，将9.51平方公里的牛首山核心区全景地图完美地呈现在游客眼前。游客可以通过浏览景区网站或关注微信公众号，使用虚拟旅游应用实现云端游览，犹如身临其境。

另外，很多景区在智慧旅游系统建设后，逐步增加了游客体验类应用。例如，扫码導覽系统让游客在景区的各个点位，通过微信扫描景点二维码，获取点位图文导览、语音讲解等服务。

以上都是景区智慧旅游的常规操作，是目前景区智慧旅游发展的主流标配。然而，景区智慧旅游建设是硬件的搭建，更是软件的提升。能否内外兼修，深度挖掘数据价值，与游客体验形成交互，才真正考验着景区智慧。

采访过程中，一些景区业者提及，

景区智慧化目前还停留在初始阶段。景区智慧化建设理念已经深入人心，但智慧化实现水平仍处在较浅层面。一些景区的智慧旅游建设碎片化，各个系统互不相干，形成一系列信息孤岛，一些智慧旅游系统甚至沦为摆设。问题的关键还是景区智慧化与游客多元化个性化的需求没有完全匹配。

文化和旅游部信息中心副主任信宏业将景区智慧旅游发展分为“渡难关”和“谋发展”两个层面。他认为，预约旅游以及通过电商、短视频直播销售门票和景区周边商品，都属于“渡难关”类型。“谋发展”则意味着景区按照自身定位，采取各类数字化手段，推动景区营销方式的转变，创新消费场景，引领培育游客的消费。

这里可以尽兴玩一整天”。

如果要问森林世界景区最让人暖心的部分，伍女士的答案是“这里的卫生间真的很可爱，有记忆点”。北京爱空间科技有限公司总经理兼技术总监侯亚军也提到：“苏州乐园森林世界景区内所有的厕所都围绕园区不同的主题营造，设计品质高，和森林园的气质契合，让人感觉温馨亲切。”

苏州乐园森林世界由森林树广场、藤蔓森林、水雾森林、涂鸭森林、冻原森林和黑暗森林六大主题区域组成。其中，涂鸭森林区域的厕所，墙面的蓝白色彩与竖向条纹搭配使空间显得明快、整洁。卫生间隔断的卡通涂鸭使整个空间充满童趣，同时与变色龙商店的设计元素呼应，营造出温暖而活泼的亲子空间。藤蔓森林区域的卫生间，整体的暖色调营造温暖浪漫

的氛围。多变的墙砖色彩与地面和谐统一，既有变化又不失设计感。立面涂料与墙砖的装饰，透露出森林粗犷的一面，与整个森林世界的主题呼应。在森林树广场的卫生间，整体设计偏热带雨林风格，暖色调与草绿色搭配，渲染活力与热情，彩色马赛克墙砖的运用又很灵动。

对于旅游厕所而言，独具匠心的设计主题提升了颜值，更重要的是回归厕所的本义。功能性是厕所最重要的内容，这体现了景区的服务理念。作为2022年全国旅游厕所革命优秀案例评选组的负责人，侯亚军对园区内主题厕所印象深刻之余，还特别提及，森林世界14座厕所中有14个家庭卫生间，儿童设施、无障碍设施和母婴室等人性化设施齐全。“这一点非常值得肯定，因为这个乐园突出了亲子氛围，如

全国旅游厕所革命优秀案例

苏州乐园森林世界：

围绕不同主题 契合园区气质

□ 曹燕

周末去哪里？苏州市民伍女士一家通常的选项都是苏州乐园森林世界景区——由苏州高新旅游集团打造的全新一代森林主题休闲娱乐项目。

苏州乐园森林世界景区就在“城市绿肺”大阳山国家森林公园东南侧，景色优美，植被覆盖率高，附近有象山、白鹤山、森林湖、象鼻岛等多处原生自然景观。伍女士称之为“真山真水的沉浸式体验”，市民游客可以在这里尽情享受自然之美。

而且，森林世界景区打造的6大森林主题区域将奇思妙想的森境营造与游乐科技完美融合，既有年轻人喜爱的惊险刺激，也有亲子家庭偏好的萌萌童趣，各个年龄段的游客，都可以找到属于自己的快乐。伍女士认为，“在