

关于ChatGPT对旅游业影响的九大预测

□ 邓宁

ChatGPT是当下最流行的IT话题,其所带来的讨论热度在近几年互联网行业非常少见,它标志着一度被更多新的概念(例如元宇宙)所淹没的人工智能技术又以王者归来的气势回归大众视野。在经历3年疫情后的当下,互联网和资本圈由于各种各样的原因普遍缺乏兴奋点之时,ChatGPT成为一款现象级的消费端互联网产品。从去年11月上线以来,月活跃用户规模达到1亿,是目前所有互联网应用达到亿级用户量最快的产品。这表明近几年人工智能技术在大模型方面的飞速发展带来了革命性变革,使得AI真正具备了通过图灵测试(机器可以假乱真模仿人类)的能力。ChatGPT非常直观地让用户感知到了其非同寻常的实用性和解决问题的能力,它完全改变了以往语音助手时代生硬、刻板、复制式的播报,真正可实现智能化组合并形成接近人的思维能力的解决方案。其所带来的更多技术和互联网革命令人兴奋,众多互联网巨头也纷纷加入。

3月15日,OpenAI发布了最新一代版本GPT-4,ChatGPT实现再次进化。GPT-4不仅展现了更加强大的语言理解能力,还能处理图像内容。面对ChatGPT在整个互联网行业掀起的巨浪,预测一下其对旅游业可能产生的影响具有一定的现实意义——毕竟旅游行业甚至还未完成数字化的改造,就可能面临新一波从数字化向智能化跃进的浪潮,而这种跃进貌似就在眼前。

一是旅游信息服务形式将产生重大改变。可以预见的是,目前目的地主要的移动信息公共服务平台,例如一机游、各类OTA、小程序、APP等,会被ChatGPT或类似应用取代。无论是更早的网站、目的地官网,还是目前盛行的各类手机APP,包括小红书、抖音

在内的最新内容平台,游客在其中甄别有价值的信息并做出旅游决策的成本依然不低,用户阅读内容并进行决策往往需要花费大量精力。如果ChatGPT类应用真的可以用问答式的方法精准提供目的地旅游信息,对游客信息获取体验将产生重大影响。

二是导游职业面临更为迫切的转型压力。一部分以重复简单背导游词方式带团的导游可能首先面临冲击,未来初级知识和内容将变得廉价,对目的地的介绍甚至是文化的展示,ChatGPT不会亚于一般导游,且带有交互和几乎无边界的知识,不受时间、空间、价格、语言的局限;导游职业可能更讲求个人魅力、情绪调动、审美调性等,导游可能会向着KOL(关键意见领袖)的方向发展,普通廉价型导游被取代的趋势似乎不可逆转。

三是旅行社在信息差方面的价值将被极大削弱。目前旅行社存在的一个很大价值其实就是异地旅行过程中信任的不对称所产生的信息差价值,往往是去往距离较远、不便、未知因素多的目的地,旅行社的价值越大(例如出境游等),这一价值在ChatGPT成熟后可能将被极大削弱。当然目前ChatGPT可能还只是作为信息查询的工具,未来则会形成基于ChatGPT类的服务模式,完全可能从线上走到线下提供无微不至的服务,这点在基于搜索和推荐的移动互联网上已经被充分证明。

四是基于AI的旅游私人助理将变为现实。早些年其实出现过若干款基于AI技术的自助游客人线路规划助手APP(例如妙计旅行等),只是当年旅游行业数字化程度不高,市场接受程度也不够,整个市场还不相信这样的产品。只有当ChatGPT这样的颠覆式应用发生在通用领域,用户才能真正接受在旅游行业用AI进行行程规划。

五是旅游目的地营销的范式将被颠覆。试想,如果基于ChatGPT的应用用户量达到10亿量级,ChatGPT这样的AI模型成为基础服务,互联网信息搜索的逻辑将随之被颠覆。那么,目前基于搜索和智能化推荐的移动互联网广告模型也将被颠覆。旅游目的地营销将更加适配ChatGPT所定义的一套推荐机制和信息检索方式。目的地未来做营销的方式可能是基于ChatGPT的AI学习算法设计标准的信息外露方式,使其更好地被ChatGPT发现并推荐给用户,作为影响用户旅游决策的依据。如何在公网上留下更多有价值、可获得、有特色的信息被ChatGPT捕获,也可能孕育一批新的数字营销企业。

六是旅游OTA的服务将被转变为如何适配或引入AI引擎。未来OTA有可能丢失掉游客出行主要入口的角色,一方面,其自身也会积极开发类ChatGPT的产品引擎,例如携程就已经宣布接入百度类ChatGPT服务“文心一言”,开发基于AI的线路规划等服务。另一方面,更可以想象的是,OTA将成为通用AI引擎(或消费互联网入口)的一部分,用户可能会直接从ChatGPT中预订景区、酒店、机票等。

七是旅游领域可能出现新的基于AI的数据共享模式。ChatGPT归根到底需要依赖线上数据进行信息检索,未来如果真的出现旅游智能助手,政府、平台、景区如何规范数据共享方式,既保证数据安全又保证一定的AI用户体验,可能是行业需要思考的问题。

八是旅游信息的高实时性催生更多线下传感器的布设。ChatGPT如果真被作为一个智能旅游助理出现在旅游场景,可能将是旅游行业前所未有的革命。旅游的线下属性决定了以问答的形式实时进行目的地数据同步几乎不可能做到,但可能更多会

出现类似基于景区自身传感器的一些私域ChatGPT应用,而这些也有赖于更多线下传感器的布设和数据共享,实则类似于今天区域或景区一机游的ChatGPT版本。

九是旅游管理与咨询行业也将产生变革。如今ChatGPT可以帮程序员写出代码,未来在可交互的模式下,ChatGPT甚至可以帮助旅游行业进行管理和咨询的初级工作,由此至少会对旅游智库、专家、咨询等提出更高的要求。旅游规划、市场分析,乃至政策的制定,都可以先从ChatGPT获取基础性的意见和方向。可能到那时,如何更好地使用ChatGPT类AI工具提高工作的质量和效率,也是咨询类人才必备的技能。

当然,要实现以上几点还需要解决很多问题,既有技术方面的,更有现实数据共享的可行性问题。首先,交流流畅度的提升。目前ChatGPT中文回答明显卡顿,如果要成为真正实时性要求较高的旅游助手类应用,还任重道远。其次,从文本向声音和形象的转变。ChatGPT未来可能以数字人的声音,结合输出形式的多样性,丰富游客的使用体验。这也许是诸多困难里最容易克服的。再次,超级APP间的数据开放与共享。数据在互联网巨头间的不可共享性,可能决定了未来ChatGPT作为旅游助手角色也只能存在于产品内部。内容丰富、数据优势明显的平台具有更大的优势,公开数据的可流动性和数据本身的质量也是AI类应用未来发展潜力的一个决定因素。最后,数据开放与隐私保护的悖论。ChatGPT究竟可以多大程度被用于旅游信息服务,数据开放与隐私保护两者之间不够清晰也很难清晰的边界可能成为最主要的决定因素。**(作者单位:北京第二外国语学院旅游科学学院)**

深化世界遗产保护利用 推进文旅深度融合发展

——以杭州市为例

□ 李斌

党的二十大报告提出:“加大文物和文化遗产保护力度,加强城乡建设中历史文化保护传承,建好用好国家文化公园。坚持以文塑旅、以旅彰文,推进文化和旅游深度融合。”杭州市拥有西湖文化景观、中国大运河(杭州段)、良渚古城遗址3项世界遗产,拥有5项(7个子项)联合国教科文组织人类非遗代表作。深化世界遗产保护利用,发挥世遗综合带动效应,推进文旅深度融合发展,既是杭州的重要责任,也是杭州旅游业高质量发展的现实途径。

一、杭州三大世界遗产保护利用综合效应初显

近年来,杭州持续深化三大世界遗产的保护、传承、利用,及时出台《杭州西湖文化景观保护管理条例》《杭州大运河世界文化遗产条例》,修订《杭州市良渚遗址保护管理条例》,以地方立法加强世遗保护。《杭州市历史文化名城保护条例》也已进入立法程序,整体推进历史地段、传统风貌建筑等文化遗产保护。修订《良渚古城遗址保护、大运河国家文化公园等规划,完善配套管理制度。

杭州建立了市历史文化名城(世界文化遗产)保护委员会,并明确西湖风景名胜区政府、良渚遗址管委会(良渚遗址管理局)、市园林文物局(大运河综保委)专责三大世遗保护管理,还设立了世界遗产保护杭州研究中心、西湖世界文化遗产监测管理中心、良渚古城遗址世界遗产监测管理中心、京杭运河(杭州段)综合保护中心等保护监测研究机构。西湖博物馆总馆、良渚博物院、京杭大运河博物馆等单位承担文献资料的收藏、展示、教育工作。

杭州市遵循“保护第一、加强管理、挖掘价值、有效利用、让文物活起来”的方针,推动文化遗产和文物资源的保护管理和开发利用。实施多轮西湖综合保护工程,打造了免费开放“西湖模式”;在对大运河(杭州段)河道和6个遗产点保护整治的同时,实施京杭大运河二通道、大城北地区建设等工程,加快推进大运河国家文化公园建设,打造大型活态遗产保护利用“运河样板”;实施良渚遗址综合保护工程,积极探索大遗址保护融入经济社会“良渚方案”。建立了杭州世

界遗产联盟、杭州文化遗产保护促进会、西湖学研究会、良渚文化学会、大运河(杭州)党建联盟等组织,引导鼓励社会参与世遗保护管理。

通过积极推进世界遗产的保护传承、价值挖掘、研究交流、展示利用等工作,杭州世遗综合效应开始显现。2020年,杭州将西湖和良渚申遗成功日设立为“西湖日”“良渚日”。每年“文化和自然遗产日”“杭州西湖日”“杭州良渚日”,联动开展宣传推介活动,深挖世遗价值和人文内涵,推进文旅融合。世遗区域对游客吸引力持续提升,尤其是大运河沿线、良渚遗址区域的文旅融合发展进入良性轨道。

二、新时代杭州深化世界遗产保护利用的思考

新时代,杭州既要“一盘棋”推进世界遗产保护,也要挖掘三大世遗的文化景观价值,深化文旅融合,提升传承展示和活化利用水平。

(一)杭州西湖:深化国家级风景名胜区分区与世界文化遗产地叠加融合
从1982年被命名为国家级风景名胜分区、2007年被评为国家AAAAA级旅游景区,到2011年被列入世界文化遗产名录,杭州西湖实现了质的跃升。“文化景观”作为世界遗产的一个独特类别,其核心是人与自然的共同创作,兼具自然遗产和文化遗产的价值特征。从世界遗产“突出普遍价值”的更高定位看,要从体现西湖自然山水、城湖空间特征、西湖景观格局、西湖十景、西湖文化史迹、西湖特色植物等6个方面深化“突出普遍价值”认识,发挥“景区+世遗”叠加融合优势,实现西湖大型活态遗产高标准保护,使遗产更好地惠及民生,形成遗产保护与旅游发展的新模式。

(二)大运河:推动由遗产保护向国家文化公园发展

从2014年入选世界文化遗产名录,到2021年国家印发《大运河国家文化公园建设保护规划》,大运河保护利用已从“点线”遗产保护转向整体建设国家文化公园。虽然大运河(杭州段)局部区域综合保护和开发利用起步早,但从区域整体讲,无论是文化遗产的保护传承利用还是国家文化公园建设,任务都很重。大运河(杭州段)世遗遗产点包括江南运河嘉兴—杭州段、浙东运河萧山—绍兴段河道和富义仓、凤山水

城门遗址、桥西历史街区、西兴过塘行码头、拱宸桥、广济桥等6个遗产点。除了做好河道和遗产点保护外,应按规划,挖掘沿线世遗和非遗价值内涵,加快完善基础设施和服务功能,提升承载力,增强对游客的吸引力,加强与大运河沿线城市的互动交流,提升保护传承、展示交流、开发利用水平,打造“文化河”“致富河”“幸福河”。

(三)良渚古城遗址:以建设国家考古遗址公园深化保护利用

良渚古城是“实证中华五千年文明的圣地”,2019年申遗成功意义重大。作为典型的土遗址,如何更好地发挥遗产展示、价值挖掘、活态利用、教育引导等功能是重大课题。在加强大遗址保护的同时,要加强国家考古遗址公园建设,完善配套设施和体验互动环境,增强对游客的吸引力,探索创新文化遗产活态利用的有效路径,使良渚古城遗址区域成为“中华文明展示地、文物保护标杆地、文旅融合样板地、共同富裕示范区”。

三、发挥杭州世遗综合带动效应的文旅融合路径

3项世界文化遗产、5项联合国教科文组织人类非遗代表作,形成了杭州“世界遗产名城”的雏形,为杭州从国家历史文化名城迈向世界历史文化名城打下了基础,也为杭州旅游高质量可持续发展创造了重大机遇,提供了独特条件。杭州可发挥世界遗产综合带动效应,推进文旅深度融合,串珠成链、点面结合,让文化遗产活起来,使文化旅游火起来,打造世界遗产典范城市和世界级旅游目的地城市。

(一)串珠成链,开发营销世遗旅游

过去,杭州给世人的印象是国际风景旅游城市,现在,杭州发展世遗旅游的条件成熟,而且“一湖、一河、一古城”的地域空间、历史文化、人文精神关联度大,有利于线路设计。比如,以水为脉,打造“一城坐拥三世遗、一河串起湖与城”旅游品牌;以史为轴,将“三世遗”与南宋皇城遗址、钱塘江古海塘、新登古城墙、天目窑遗址、跨湖桥遗址、吴越国王陵考古遗址、海城古城等申遗备选项目串珠成链,串联古镇古村落和非遗项目,构建世界遗产群落线路,彰显杭州古都形象,提升旅游竞争力。可与杭州都市圈、大运河

沿线城市联手,共同开发世遗旅游品牌。还可以设计杭州世遗文化统一形象标识,将文化遗产与景观旅游、美丽乡村、特色小镇等业态深度融合,推广世遗文化内核和存世价值。

(二)活化利用,深化文旅融合体验

我国入选联合国教科文组织人类非遗代表作名录的古琴艺术、中国蚕桑丝织技艺、中国篆刻、中国二十四节气、中国传统制茶技艺及其相关习俗等5个项目,由杭州提供的子项就达7个:浙派古琴艺术、余杭清水丝绵制作技艺、杭州织造技艺、金石篆刻、半山立夏习俗、西湖龙井、径山茶宴。杭州还有国家级非遗48项、省级非遗184项。不少非遗本身就是三大世界遗产的有机组成部分,如大运河沿线就有水乡社戏、余杭滚灯、三家村藕粉制作技艺等一批非遗项目。可创新金石篆刻、丝绸、茶叶、瓷器、中医药等传统元素活态传承利用,既增强游客体验,又增加当地群众收入。

(三)统筹资源,优化文博旅游服务

借助杭州博物馆、西湖博物馆、良渚博物院、大运河博物馆、南宋博物院、茶叶博物馆、丝绸博物馆、杭州国家版本馆、印学博物馆以及艺术馆等公共文化资源,开展文化遗产专题性、特色性展陈,开发研学等新型文旅项目,增强文博的历史研究、社会教育、文化传播、公共服务等功能。同时,对内,优化文旅融合基础设施和服务设施,用好数字化、信息化等手段,提升服务品质;对外,用好杭州亚运会召开契机,开展境内外营销和招商活动,增强杭州文旅的国际吸引力和影响力。

(四)文创结合,推进文旅业态创新

近几年,杭州市讲好西湖故事、大运河故事、良渚故事,已成功开发了《印象西湖》《遇见大运河》《听见良渚》等实景舞剧、主题演出、电视作品,还推出了“良渚玉琮”等一批文创产品,培育了一批文化名企。杭州可借鉴国内外先进城市的经验做法,以旅游的宣传优势带动文物资源活起来,统筹创建特色节会品牌,举办多样化文化活动,开发特色文创产品,迭代人文旅游产品,培育知名文旅企业,推进产业创新发展。**(作者单位:杭州市社会科学院)**

随着市场化、工业化和城市化进程不断加快,我国乡村地区出现了一些虽有一定旅游资源但产业升级乏力、空间闲置加剧、“三留”群体增多的村庄。这类村庄如何才能实现产业、生态、文化、人才、组织振兴?通过数字乡村、远程办公和创意旅游有效利用农村闲置房屋与公共设施等沉睡资产,为探索这一问题的创造性解决方案提供了另一种思路。

一、数字乡村战略与远程办公带来的机遇

近年来,国家制定并实施了数字乡村发展战略,将其作为乡村振兴的战略方向和建设数字中国的重要内容。2019年以来,陆续印发了《数字乡村发展战略纲要》《数字乡村发展行动计划》《数字乡村标准体系建设指南》,启动了国家数字乡村试点工作。中共中央、国务院《关于做好2023年全面推进乡村振兴重点工作的意见》提出,“深入实施数字乡村发展行动,推动数字化应用场景研发推广”。据农业农村部信息中心牵头编制的《中国数字乡村发展报告》,截至2022年底,我国已经实现了“村村通宽带”“县县通5G”。可以预见的是,城乡“数字鸿沟”将大幅缩小,农村互联网普及率、移动支付普及率、5G通信网络覆盖率、快递配送服务覆盖率将明显提升。全面释放“数字红利”,吸引数字工作者或数字创意企业,带动社区更新、产业再造与人口集聚,是实现乡村振兴目标的一条路径。

新冠肺炎疫情暴发之后,一些单位开始推行居家式远程办公,让2020年成为事实上的全民远程工作元年。2022年2月,携程集团宣布推行“3+2”混合办公模式,成为我国率先面向大部分员工推出远程工作+坐班办公制的大型企业。虽然长期效果仍有待观察,但作为全国最大的在线旅游服务商,携程此举无疑具有重要意义。随后,全国人大代表黄细花在2022年全国两会期间提交了《关于推广“3+2”混合办公模式的建议》。远程办公将打破居住地和 workplace 之间的传统联系,让创意阶层可以根据自己的偏好选择工作地点,有更多选择居住地的空间。在远程办公革命的影响下,创新、创意人才更加可以“用脚投票”,家庭可能会被吸引到较小的城市、现代化的郊区或有户外设施的农村地区。

二、日本神山町空心村转型发展的启示

神山町位于日本德岛县境内的东北山区,有温泉、瀑布、溪流、烧山亭、高山植物园等旅游吸引物,以及长期热情招待参拜者所孕育的传统文化习俗。之前,该片区产量曾是日本第一,杉木砍伐是传统的支柱产业。后来,林业衰退,年轻人不断外流,这里成为人口老龄化、产业空心化、空间闲置化村庄的典型代表。

在当地公益组织“神山国际交流协会”(后改名为非营利组织“绿谷”)的努力下,神山町陆续实施了“送娃娃回家”、接收外籍语言教学助理、卫生包干和艺术家进驻项目,提高了神山町的知名度、包容性和社会资本的关注度,增强了社区居民的认同感、凝聚力和参与能力。后来,在Sansan株式会社建设神山实验室的启发下,他们及时启动了向尝试工作方式转型的企业出租空房的“卫星办公室”项目,吸引了Sansan、Platease、Kinetoscope、Dunksoft等10余家科技创意企业入驻,雅虎、谷歌等IT企业亦不时派员工前去短期工作。随着越来越多的工程师、艺术家、创作者等创意工作者移居至此,闲置已久的老旧民居被改造成了办公场所、餐厅、民宿、画室或其他类型的文化交流空间,各类店铺和服务设施越来越齐全。移居者为解决神山町面临的问题贡献自己的力量,有的还在此开启了自己的创业生涯,如种植有机蔬果、留下自己创作的艺术品、拍摄神山人真实生活的纪录片。这又进一步丰富了当地的观光资源,提高了对游客的吸引力,使其成为充满活力的乡村旅游目的地。

神山町从濒临消失的偏远山村村庄变身充满创意活力的工作一旅游复合空间,为我们洞悉未来工作地点与方式变革、思考乡村旅游理念与内容创新、找寻乡村振兴新动能力量提供了启发。乡村应依托社区精英培育“灵魂人物”,建立具有策划与执行能力的民间组织,立足自身的生态环境与文化底蕴优势,捕捉技术与产业变化带来的机遇,引进创意阶层和创新型企业,探索符合自身实际的内生发展、外向整合、创意驱动的发展道路。除日本神山町之外,葡萄牙的维德蒙特村、克罗地亚边境地区的莱格勒镇不同程度地践行了这一模式,美国阿肯色州的Life Works Here计划、亚利桑那州的Remote Tucson计划、西弗吉尼亚州的As-

远程办公环境下乡村振兴模式创新的思考

□ 李庆雷 黄诗琪

cent West Virginia计划也体现了这一理念。

三、远程办公环境下旅游促进乡村振兴的新模式

在互联网不断普及、信息通讯技术日新月异的今天,创意阶层几乎可以在任何地方进行工作,并非一定要集中在城市写字楼的格子间里。实际上,一部分创意工作者已经率先进行了数字游牧型的工作与生活方式,游历在印尼巴厘岛、泰国清迈、葡萄牙里斯本等地,在沙滩、咖啡馆或共享办公空间利用便携式计算机工作。考虑到办公空间租赁成本、员工通勤时间、身心健康状况和创意工作效率,一些新锐企业支持将办公地点搬到城郊或乡村,有利于促进闲置设施的再用、就业机会的增加、人气的提升。随企业而来的创意阶层是乡村旅游发展的新动能,将为乡村带来新的理念、力量和血液,加快乡村旅游项目、业态与产品创新的步伐,促进乡村全面振兴目标的实现。

受益于脱贫攻坚与乡村振兴战略的实施,乡村地区的基础设施与公共服务得到了根本性改善。随着数字乡村建设的推进,乡村地区的信息设施与服务也将得到极大提升。数字技术将为乡村规划建设、经济发展和社会治理全面赋能,为激活闲置资源、吸引外来人才、培育新兴产业创造良好条件。一些交通便利、生态环境优良、文化底蕴深厚的村庄,可以尝试借鉴日本神山町的模式与做法,鼓励村“两委”成员、驻村干部、集体经济组织带头人或返乡创业人员牵头成立非营利机构,凝聚村民共识,提升参与能力,梳理挖掘潜在资源,培育开放环境,形成创新创业氛围,夯实内生发展的基石。邀请专业人员参与指导,清查闲置废弃的住宅、校舍、村部、厂房等可用场所设施,整理位置、面积、建筑风貌、新旧程度等基本信息,评估其使用价值及维护成本,确定分类利用方向。灵活运用各类网站和自媒体,对外发布信息,吸引科技创意类企业入驻,对闲置设施场所进行适当改造,探索建设自用的远程办公场所、员工工休基地,或者对外服务的共享办公空间、数字游牧旅居基地。支持企业及其员工利用乡村资源开展各类创意活动,发现、描绘、传播乡村之美,激活文化遗产,振兴传统工艺,研发文创产品,培育特色景观,策划节事活动,创造旅游吸引物,吸引都市居民前来休闲旅居,带动社区居民参与接待服务。

目前,我国个别地区已经出现了这一模式的萌芽,如贵州省贵阳市观山湖区高寨村的数字视听产业生态村落项目、浙江省杭州市瓶窑镇南山村未来乡村科创园的数字文旅创客中心、云南省大理市大理镇西门村的706青年空间与Dali Hub共享办公空间,但尚未形成大规模运营的成熟经验。建议位于环城游憩带上的传统村落、历史文化名村、少数民族特色村寨或其他具备条件的空心化村庄,结合企业帮扶、条件下乡和拯救老屋行动,率先探索实施这一模式,积累经验后总结推广。

(作者单位:云南师范大学地理学部旅游与地理学院,云南旅游产业研究院)