

回顾与展望

□ 本报记者 张雪

智慧旅游更精彩

智慧旅游不仅丰富了游客的感官体验,也在激活中华优秀传统文化、赋予其新的生命力和时代价值方面发挥着重要作用。

以全息投影技术隔空出现的昆曲表演,现场作诗的仿生机器人“李白”“杜甫”,通过数字技术再现的齐白石大师画作……不久前,这些科技感十足的项目集体在由文化和旅游部资源开发司、江苏省文化和旅游厅主办的智慧旅游发展大会上亮相。大会全景呈现了我国智慧旅游发展的最新成果,并搭建了交流平台,通过供需对接活动促进智慧旅游项目进一步落地。

智慧旅游是数字经济和旅游业深度融合的重要领域,是推动旅游业高质量发展的重要支撑。《“十四五”旅游业发展规划》提出,实施国家智慧旅游建设工程。经过这些年的发展,智慧旅游早已不局限于管理、运营手段的提升,而是进入为游客创造更丰富生动的旅游体验,全面推进旅游服务方式更新、消费模式升级的新阶段。

带来全新玩法

戴上VR设备,一秒“穿越”到1000多年前洛阳古城的繁华盛景中,你可以感受“乘坐”马车时扑面而来的凉风、在水面快速“穿梭”时溅起的水花……这一次,以热门IP《风起洛阳》为蓝本打造的“奇境穿越X-META元宇宙乐园”将VR全感剧场“复刻”到了智慧旅游发展大会现场,短短20分钟的体验片段吸引参观者排起了长队。

“我们的VR全感剧场2023年2月率先在上海落地,最大的特点是通过数实融合在小空间里构建大世界,全方位调动游客的感官体验,获得独特的感受。”上海沉浸科技开发有限公司首席运营官雷振中表示。《风起洛阳》VR全感剧场一经落地就迅速俘获了消费者的心,2023年中秋国庆假期,上海、洛阳门店运营场次260余场,洛阳门店接待人次较节前增长130%。

眼下,随着人们的旅游需求从简单观光向深度体验转变,混合现实、光影技术、人机交互等数字科技正在进入旅游景区、度假区、主题公园、文博场馆、产业园区、休闲街区等空间,创造着互动性与沉浸感并存的新场景,为游客带来耳目一新的游玩体验。

“科技赋能打造沉浸式感官新体验,是满足用户多样化和旅游消费需求的有效途径。”北京第二外国语学院旅游科学学院副院长、数字文旅研究中心主任邓宁表示,当下数实融合的旅游目的地创新产品已经成为拉动消费的重要引擎之一。“通过互联网娱乐和数字文化IP所孕育的强大内容流量,结合旅游目的地的独特历史文化资源,借助虚拟科技手段打造具有高沉浸感、高市场价值、高社会影响的新兴文旅项目,将对提升目的地整体竞争力和丰富游客在途体验产生极大的推动作用。”邓宁说。

激活传统文化

在智慧旅游发展大会展示现场的数字皮影戏大屏前,参观者用



游客在敦煌夜市游览。

新华社记者 陈斌摄

可以现场作诗的仿生机器人

“李白”“杜甫”。

本报记者 张雪摄



参观者在体验数字古琴。 本报记者 张雪摄

过去一年,国内文旅市场全面复苏,各大景区再现人山人海的热闹景象,演唱会、音乐节等文艺演出应接不暇,“特种兵式旅游”“进淄赶‘烤’”“城市漫步”等旅游热词频频出圈……

不仅国内旅游市场迎来久违的烟火气,出境旅游也逐步回暖。在各项利好政策的支持下,沉寂3年的中国游客再次踏出国门探索世界。回顾过去一年,文旅市场在消费者需求变化的驱动下,呈现出值得关注的亮点。

消费细分折射出多元需求。为一顿美食奔赴一座城市,为一场演出飞往全国各地,为一只熊猫打卡整个动物园,为一套写真体验民族风情……2023年,文旅市场朝着个性化、多样化的趋势发展,传统的景区已经不再是游客出行的唯一动力,取而代之的是各式各样的旅游新玩法。

无论是追求快节奏、高效率的打卡式旅游,还是强调慢下来、深度游的City Walk;无论是年轻人涌入夕阳红旅行团开始“蹭老式”消费,还是上班族解锁不知名的小城市实现“反向”旅游,都反映出当前消费者对有个性、更多元的旅游体验的迫切期待。在此背景下,更细分的旅游产品、更灵活的线路设计、更新奇的出行体验、更丰富的服务供给将成为吸引游客与城市产生更多连接的流量入口,也是激发旅游市场巨大潜力的重要方向。

品质升级呼唤行业创新。会玩能花,但要货比三家。如今,市场信息高度透明,旅游业已经从卖方市场转向买方市场。日趋理性的消费者坚持“把钱花在刀刃上”,旅游产品不仅要经济实惠,还要品质高、服务好。消费者对旅行的理解也不再局限于走马观花、游山玩水,而是对文旅产品的内涵提出更高要求:既能放松心情、感受自然的馈赠;又要体验文化、接受人文的熏陶;还应虚实结合,来点别样的体验。不仅是旅游产品本身,与旅游相关的交通、住宿、餐饮等也是影响出游品质的关键环节。

过去一年,为了更好地满足消费者的期待,文旅行业也在积极探索和创新。有的不断拓展业务边界,在旅游产品中注入文化、休闲、体育、研学等要素,提升产品附加值;有的加强物联网、人工智能等技术的应用,为传统旅游打开增量空间;有的重点关注中老年人、Z世代等群体,搭建有针对性的消费场景;有的从开发理念、投资模式到商业形态进行全链条创新,努力打造文旅IP。在消费者品质升级和兼顾理性需求的带动下,旅游从业者正努力把复苏“风口”,顺应品质化旅游新趋势,以更多优质的文旅产品撬动旅游市场的无限活力。

文旅市场强势复苏的同时,也暴露出一些亟待解决的问题。博物馆预约一票难求、酒店客房临时涨价、民宿客栈“滤镜”过重、部分景区“围墙挡景”……这里面,既有因旅游旺季产生的供需矛盾,也有因市场监管不到位、城市管理不科学带来的问题。对此,相关部门应当积极应对,拿出合理有效的解决方案,让消费者澎湃的旅游热情得到更有力的承接,在新的一年里继续释放更大潜力。

释放文旅新期待

康琮艳

智慧旅游的深度体验中感悟文化之美,陶冶心灵之美。”文化和旅游部副部长杜江表示。

提升游览体验

“技术有技术的开发路径,旅游有旅游的发展规律。不管旅游如何数字化、网络化、智能化,都要遵循旅游发展规律。旅游发展规律的最终导向就是要以游客为中心,紧紧围绕提升游客的旅游体验来下功夫、做文章。”杜江说。

发展智慧旅游,除了以科技赋能打造文旅消费新产品、新场景,也离不开依靠信息化等手段提升旅游服务水平,让游客游得省心、舒心、安心。

2022年10月,文旅部发布了《智慧旅游场景应用指南》,重点选取了智慧信息发布、智慧预约预订、智慧交通调度、智慧旅游停车、智慧游客分流等10个具有普遍适用性的智慧旅游典型场景。

这些应用在帮助游客获取信息、提高服务效率、改善服务体验方面发挥了重要作用。”近

年来,我们整合各类资源,建设‘君到苏州’文化旅游服务总入口,围绕游前、游中、游后全过程需求,实现涵盖吃、住、行、游、购、娱六大类别的全方位服务。”苏州市副市长查颖冬介绍,游客通过“君到苏州”APP、微信小程序、微信公众号就可以完成文博场馆预约、景点及演出购票、文创产品购买、酒店预订等服务。“我们还在推动景区、度假区加快安装环境感知、安全感知、图像感知、身份感知等物联网感知设备,运用数字技术加速景区服务体系全面升级。”查颖冬说。

中国移动通信集团有限公司党组书记、总经理董昕表示,当前,新一轮科技革命和产业变革深入发展,不断催生新产业、新业态、新模式,其中科技赋能文旅方兴未艾。加速推动文旅行业数字化转型,要实现行业管理数字化,从传统以人工为主向信息化、智能化手段延伸,如旅游监管平台、AI智能监控等;游客服务数智化,从传统线下服务向智能化、便捷化途径延伸,如线上预约、AR导览;宣传推广数智化,从传统媒体向新型渠道延伸,如短视频直播、视频彩铃等。“这些趋势变化,不仅推动了供给侧改革,提升了行业运转效率,也将为游客带来超越期待、倍加精彩的体验。”董昕说。

新茶饮消费活力足

本报记者 王宝会

新品芭比粉·水仙及系列活动,吸引众多消费者品尝。

新茶饮持续走俏,这与消费者追求消费升级、健康饮食的观念不谋而合。一杯茶里既有鲜果、茶叶,又有牛奶、糖;一杯茶外又连接着不同领域的产业链。近年来,新茶饮品牌以茶叶为起点,在产业链环节压降成本,打造与传统茶饮不同的消费方向,市场潜力较大。目前来看,新茶饮行业有两个新趋势较为明显。

一是回归茶文化。喜茶近日发布的《2023年度报告》显示,传统名优茶成为新茶饮的主角之一。截至2023年年底,喜茶门店数已突破3200家,门店规模同比增长280%,有超过1亿用户成为喜茶的会员。新茶饮要回归茶本身,好茶才是立身之本。喜茶相关负责人称,茶本就是日常饮品,新茶饮也可以成为更多人的日常,很多年轻人通过以真茶为基础的新式茶饮,开始接受、喜爱上了茶。

二是从源头升级茶饮品质。记者梳理发现,多家头部企业深入上游茶园、果园、牧场和工厂,规范原料的种植、生产和制作,通过研发创新为消费者带来不一样的味觉体

验。2023年以来,新茶饮企业持续强化供应链、食安管控、中后台服务等实力,为各地消费者带来高品质体验。喜茶经典的绿妍茶叶甄选茶园所在的云南普洱思茅区是茶马古道的起点,自古就是普洱茶的重要产区;奈雪的茶为打造更高品质的正宗大红袍茶,其研发团队深入原产地武夷山寻茶,并特别邀请“大红袍制作技艺非遗传承人”监制。奈雪的茶创始人彭心表示,奈雪重磅推出“寻香中国茶”项目,通过研发创新为消费者带来年轻化的新茶饮体验。

其实,新茶饮赛道并不平静,时不时就有新的茶饮门店入驻商场。除了上述常见的头部茶饮品牌外,还有包括乐乐茶、霸王茶姬、沪上阿姨等众多品牌也在深耕新茶饮行业。天眼查数据显示,现存新茶饮相关企业33.8万余家,其中,2023年内新增注册相关企业5.4万余家;2023年内新茶饮领域融资事件超30起,融资金额超19亿元。中国食品产业分析师朱丹蓬表示,新茶饮市场进入一个大浪淘沙的周期,在这样的背景下,新茶饮企业要打造自身的可持续发展的模式。2023年以来多家新茶饮企业加速融资甚至开启申请上市之旅,通

过借助资本市场的赋能,构建企业的“护城河”并在供应链的完整度,以及在整个拓店的速度方面提速,这都需要资本市场的加持。

食品安全是新茶饮赛道的关键一环。一杯奶茶里包含多种原料,任何一种原料出现问题将会影响品牌的声誉。业内人士表示,新茶饮品牌要严把质量关,及时披露其产品的生产细节信息,才能为消费者带来自然香的真茶消费体验。

消费者在奶茶店门口排起长队,等待品尝新茶饮。(资料图片)



本版编辑 李丹美 编 倪梦婷