

文章编号:1005-0523(2014)02-0119-04

智慧城市背景下江西旅游业发展的策略

刘春莲

(华东交通大学外语学院,江西 南昌 330013)

摘要:智慧城市的发展及创新2.0使得旅游资讯的获取和旅游产品的购买变得更快捷和便利,也推动了智慧旅游的发展和自助游时代的到来。文章介绍了智慧城市在江西的发展,分析了在这一背景下江西旅游业发展的态势,最后探讨了江西智慧旅游的发展策略,如:加快数字化信息建设、加大网络营销的力度、实现多元化发展,开发个性化旅游产品,并指出智慧旅游发展的关键是以人为本。

关键词:智慧城市;智慧旅游;江西旅游业;以人为本

中图分类号:F59

文献标志码:A

1 智慧城市在江西的发展态势

随着物联网、云计算等新一代信息技术以及维基、社交网络, Fab Lab, Living Lab, 综合集成法等工具和方法的应用,“智慧城市”在世界范围内掀起热潮,我国一些城市也纷纷将“智慧城市”建设作为其“十二五”期间的重要任务之一,住房和城乡建设部更在2013年1月29日和8月5日对外公布了2013年度国家智慧城市试点名单,江西省有萍乡市、南昌市红谷滩新区、新余市、樟树市、共青城市、上饶市婺源县纳入试点名单中,其它县市也在积极启动智慧城市的建设之中,争取进入下一批的试点名单中。无线城市在交通、电网、社区、公共服务、医疗卫生、物流、环保、城市建设等领域为公众提供准确便捷的二维、三维互联网地图,为生活带来了便捷,同时为政府实现精细化、动态化、科学化管理提供决策依据。在2013年里,江西移动以“做大规模、创新效益,打造第一城市生活门户”为目标,打造智能交通、电子票务、智慧旅游、手机医疗和掌上教育五项精品应用^[2]。移动终端智能手机的发展和普及使得这五项应用变得解手可及,尤其在交通、旅游和医疗方面的应用和百姓的生活密切相关。

2 智慧旅游在江西的发展现状

在智慧城市强劲的发展势头下,随着自助游时代的来临,与普通民众生活息息相关的智慧旅游在江西蓬勃地发展起来。2012年江西启动了“江西智慧旅游工程”,2月14日,省旅游局与国内最大的网络公司——阿里巴巴集团建立合作关系,双方将共同致力于打造江西智慧旅游网的建设。网页上有知赣鄱、逍遥游、投客栈、品佳肴、购特产和自驾通的链接,更有进入与淘宝网合作推出的省旅游局独家授权的江西旅游旗舰店的链接,店铺里有近期旅游热门产品、庐山旅游及省内热门线路和海外线路的链接。江西智慧旅游网集江西旅游产品展示、营销推广、旅游产品预订、在线交易、线下服务等于一体的全功能旅游电子商务平台,用户可借助电脑、手机、无线终端等设备随时登陆体验。网站通过智游搜、百宝囊、一卡通等方式实现智能导航、智能导游、智能导览和智能导购四大基本功能。网站还能对用户的行为及习惯进行分析,自动

收稿日期:2013-09-26

基金项目:华东交通大学2013年度校级课题(13WY05)

作者简介:刘春莲(1977—)女,讲师,硕士研究生,研究方向为红色旅游,区域旅游地理与文化,旅游翻译。

提供个性化的旅行方案^[2]。与此同时,还与新浪、腾讯、搜狐签订了“江西风景独好”旅游品牌微博推广合作协议。另外二维码门票的使用极大地方便了江西的游客。

省内7大景区是最早一批(庐山、井冈山、三清山、龙虎山、婺源、景德镇、鄱阳湖国家湿地公园)纳入智慧旅游建设的,作为试点,它们将探索科技服务于旅游的新模式。另外,江西一些大的旅行社、宾馆,也将进入智慧旅游建设体系,它们和上述七大景区一起,作为重点试点单位,得到了省局的资金扶持,进行机器的购买和后台服务保障^[3]。其中“智慧庐山”在2013年初已成功上线运行,不仅向游客提供景区信息服务的手机应用,而且还能提供景点导航、门票销售、酒店预订、景点查看等亮点功能。

但是,目前江西各地旅游信息数字化建设及智慧城市的发展程度不一,有些地区大大滞后,这很不利于旅游信息服务的提高,不利于旅游公共服务体系的完善,不利于全省旅游资源的整合,不利于区域旅游合作的开展,从而不利于江西整体智慧旅游的发展。智慧城市的发展,为人们提供了更多更便利更快捷的旅游资讯,这也推动了自助游时代的发展,越来越多的人选择自助出游使得组团旅游大大缩水,在旅游业从团队游走向自助游的过程中,业界旅行社、饭店宾馆、景区、旅游行业组织及政府部门应该如何应对,使江西旅游业在新的一轮竞争中保持全国先进地位值得思考。

3 江西旅游业发展的对策

江西省智慧旅游的建设在一些方面走在了全国前列。“智慧旅游网”的建设、淘宝店的上线,在全国来讲江西省都属较快的。为使旅游向纵深发展,江西的旅游业在智慧城市的新形势下抓住机遇获取更大的发展,最关键的是以人为本,具体应从以下几个方面着手。

3.1 加大政府对智慧旅游建设的扶持力度

在智慧旅游的建设当中,政府应制定旅游信息工作规划,而且规划须有延续性,不能换一个领导就变一套方案,应提高政府工作的效率和效益;切实推动全省旅游景区、城市和旅游企业开展信息化应用,搭建服务广大游客、旅游企业及各级政府的数字化旅游信息共享平台,构建覆盖全省的旅游信息高速公路。对于一些资源禀赋高、区位优势好并适应当前自助游和休闲游的区域更要加大扶持力度。同时,政府部门的智慧旅游子系统主要应用于:在线信息服务、中小企业旅游营销、行业监督管理、智慧行政办公、应急指挥等几方面。通过数据挖掘、信息聚合为管理者在一个可视化的界面下进行多维度的展现和智能化的分析,实现政府更好地进行内部管理,进而为行业和游客服务。通过持续的投入和运作,将江西旅游官网打造成为境内外游客进入江西、了解本地旅游市场的重要门户网站,鼓励和推进景区(点)、旅游企业网站建设和网站功能提升,加强旅游产业链各个成员单位之间的互联互动,推动区域旅游信息交流和共享。

3.2 继续加强旅游信息数字化建设

江西各地都有一定程度的旅游信息数字化建设,各县市都有自己的旅游网站,但旅游公共信息过于分散,不全面,缺乏深度,信息准确性、可靠性弱,而且更新速度慢,内容不丰富,旅游公共信息供给途径少^[4],旅游信息服务滞后。这些不仅影响到“江西风景独好”品牌形象的推广,而且会降低游客的满意度,非常不利于在智慧城市的大背景下与周边省份的竞争。当前省内唯独“智慧庐山”上线运行,要加快井冈山、三清山、龙虎山、婺源、景德镇等其它景区的数字信息化建设,实现并完善旅游公共信息平台、旅游信息指示、旅游交通服务、旅游信息咨询、旅游投诉平台、旅游执法组织和旅游管理等系统的建设。同时要加快旅游信息资源数据库的完善,改变各区域系统自成体系,信息资源分散、信息共享困难、应用水平低下、形成彼此隔离的信息孤岛式的信息系统的局面^[5],提高各应用系统信息资源的有效、高效利用和共享,从而满足海量游客的个性化需求、实现旅游公共服务与公共管理的无缝整合^[6],把各地区尽早建设成介入式、互动式的智能化数字旅游城市管理应用,更好地满足自助游客的需求,提高游客的满意度。

要加大手机二维码在各区域各环节应用的推广。随着智能手机、平板电脑等智能终端的普及,手机二维码不仅实现旅游景区景点门票、旅行社和酒店等服务的预订,还为旅游者提供个性化、便捷的旅游咨询、

行程定制、智能导游、互动分享、应急救援等全方位的智慧化服务。

3.3 加大旅游网络营销的力度

在自助游火爆的形势下,利用智慧城市的便利,景区、旅游社和酒店可以游客为本扩大网络营销,开发一批新型游客体验终端,这些终端与官方网站、官方微博和微信实时互动,第一时间播报相关资讯,为暂时还没有使用智能手机的游客提供全面、快捷的信息服务。他们可以和淘宝网、同程网、携程网、识途网等知名旅游电商以及江西本土网站如地宝网、圈圈网开展营销合作,也可以经营自己的网站和数字平台,开展营销活动,提供更详细、更准确、更及时的旅游信息,为游客提供一站式的查询、推荐、导航、预订、行程规划、作品分享等旅行全程服务及服务投诉。不久前,江西教育学院旅游系副主任殷剑曾主持了一次“景区网络营销”主题的调研。调研结果显示,我省4A级以上的景区,有七成已经展开了网络营销^[7]。这还不足以适应智慧城市今后旅游发展的需要,各景区景点、旅行社及酒店努力的方向。旅游企业线上线下都应该立足于品牌建设,抓住有利时机并配合时节热点,在策划出品牌形象鲜明的景区营销方案后开展营销活动,只有这样的网络营销才是有效持久的。

3.4 实现多元化发展,开发个性化旅游产品

2012年10月30日下午,主题为“圣境庐山 如意随行”的庐山如意卡全国首发仪式在北京海航万豪酒店隆重举行。庐山景区一直致力于“智慧庐山 诚信庐山”建设,此次与海航旅业合作共同发行庐山如意卡,借助信息化技术手段,将景区旅游与电子支付相结合,是一种预付卡产品,持卡用户在享受刷卡商户优惠折扣的同时,还享有特定的权益和服务,全方位地为游客提供更为人性化地景区服务^[8]。在智慧城市和自助游时代到来的大环境下,结合游客需求、利用先进技术,庐山景区为江西旅游业的发展树立了一个好样板。景点景区、旅行社、酒店必须以人为本、以游客为中心,对受众进行细化和定位,开发出多元的满足个性需求的旅游产品。如可以针对不同年龄、不同职业的特点和兴趣开发出不同的旅游线路和产品。针对网络营销和传统营销的受众不同,可以制订不同的门票、酒店报价,针对网络高端人群以及年轻游客设置个性化的旅游产品。

自助游的井喷,旅行社传统业务遇冷,有些小旅行社今后还可能退出历史舞台。旅行社需尽快调整经营模式及结构,增加网络营销,小包或半包价团、单项服务成为主流(如代订酒店、代接送机、代订特色餐、提供导游专项服务),出境游市场和银发市场是旅行社今后生存和发展的途径之一。自驾游游客需要更贴心的服务,景区可以通过网络开展了解景点信息、预订门票、安排行程、指引自驾到达景区等个性化服务,同时打造旅游文化产品,丰富游玩内容,增加多彩的游客体验度假休闲项目,开发更多的旅游副产品,延长游客在景区逗留的时间。散客的增多,使酒店越来越依赖网络向自助游客进行营销,提供多元的酒店产品以满足不同游客的需求,可以在大堂设立旅行社、景区、交通服务点,方便散客的出游。酒店还可以和景点、交通等部门合作,打包成不同特色的含住宿、景点门票、往返车费的酒店度假产品。

3.5 加强各区域各行业的协调与合作

智慧城市更促进了全球一体化,使地球变小了,每个城市都是地球这个大系统中的一分子,各城市之间都有着千丝万缕的联系。在这个大系统中,各城市不仅只是竞争的关系,只要是有序的竞争,就是合作。各区域打破行政区划的界线,在合作中达到均衡,使双方都受益,甚至产生 $1+1>2$ 的效益。江西各地都有开展区域旅游合作,如:早在2010年5月12日庐山、景德镇、婺源召开区域旅游合作联席会议。会议建立了三地旅游局友好合作关系,形成旅游资源优势的互补、旅游产品的链接、旅游客源的良性互动,联手打造无障碍旅游绿色通道。目前,南昌市将以红角洲国际中心为依托,建设江西省旅游集散中心综合体,并开通南昌至省内重点景区(点)旅游专线,让南昌真正成为全省旅游集散地。另外,南昌将把长江中游城市群作为国内主要客源地,融入与武汉、长沙、合肥的旅游区域协作,共建区域无障碍旅游市场,实现旅游资源、旅游要素的互动共赢。智慧城市的发展要求各区域突破地域限制,实现资源互享、信息互通、客源互

送、交通互联、线路互推、政策互惠、节庆互动、争议互商。

智慧旅游的发展除政府部门及景区、旅行社、酒店等传统旅游服务环节外,还包含了交通、医疗、安全等旅游服务配备保障体系。要实现为游客提供从决策到返回旅游全过程一站式服务,就要求旅游景区、旅游社、宾馆、饭店、购物、金融、交通、医疗等一系列资源需整合在一起,实现跨行业合作,使旅游信息服务、旅游行程服务、旅游商业服务、旅游营销和旅游管理等子项目共同服务于旅游吃、住、行、游、娱、购各环节中。为适应智慧城市和自助游的发展,旅游景区、旅游社、酒店需拉长产业链,提供多样化、复合型、个性化的旅游产品,这些都不可避免地要打破行业界限实现跨行业的合作。

3.6 提高旅游业相关人员的素质及服务质量

智慧城市不仅是“智”,智慧中的“智”是技术、智能,“慧”是人。信息技术的智能化应用,要注重“人机结合、人网结合、以人为本”,包括人的智慧参与、以人为本、可持续发展等内涵^[10]。智慧城市中创新2.0就是以人为出发点,是以人为本的创新,以应用为本的创新。在智慧城市建设的进程中,要注重市民的参与。智慧旅游的发展也要重视人的主观能动性,各景区、旅行社和酒店等环节在进行数字化建设当中,不仅仅是提高硬件设施,更要提高软实力。2012年国家旅游局公布的全国游客满意度排名中,南昌九江赣州均排50名之后,游客满意度偏低的一个重要原因就是接待能力和服务跟不上,服务水平不高。因此在加大旅游信息化建设的同时,也要增加对人的投入。加强旅游从业人员素质建设,抓好旅游从业人员的岗位培训和导游人员的分级分类培训,重点加强导游员队伍的建设,特别是对红色旅游、乡村旅游和文化遗产旅游从业人员的培训。整合旅游教育资源,加强学科建设,优化专业设置,深化专业教学改革,大力发展旅游职业教育,提高旅游教育水平,培养更多高素质的旅游管理人才;同时,组织开展旅游行政人员、企业中高级管理人员的培训和学习。

4 结语

旅游业是否实现了现代化,很重要的一条是旅游企业现代化。不可否认,江西的智慧旅游不可能在一天建成,它必然是一个渐进的过程,不同区域不同行业所需时间可能长短不一。信息技术在传统旅游企业中的运用还很不够,需要下大力气加以推动。智能手机和平板电脑的超便携性为智慧旅游提供了硬件支持,使移动互联网有了应用的载体。在政府及各行业的扶持下,江西的旅游企业应抓住时代发展的机会,以先进的信息技术、科学的管理手段和新型的拓展理念来推动自身健康快速的发展,在智慧城市的建设中完善“江西风景独好”的旅游品牌形象,使江西的旅游产业在全国独树一帜。

参考文献:

- [1] 百度百科网. 国家智慧城市试点[EB/OL]. <http://baike.baidu.com/link>. 2013-08-06.
- [2] 江西旅行社网. 江西有望迎来智慧旅游时代[EB/OL]. <http://www.jxzhlyw.com/Zixun/news-6523.html>. 2013-07-12
- [3] 白水. 江西智慧旅游航母启动“指尖旅游”先行一步[EB/OL]. <http://www.jxzhlyw.com/Zixun/news-8242.html>. 2013-08-06.
- [4] 乔海燕. 关于构建旅游公共信息服务系统的思考[J]. 中南林业科技大学学报:社会科学版, 2012, 6(2): 27-29.
- [5] 邓贤峰, 张晓海. 南京市“智慧旅游”总体架构研究[J]. 旅游论坛, 2012, 5(5): 72-76.
- [6] 张凌云, 刘敏. 智慧旅游的基本概念与理论体系[J]. 旅游学刊, 2012, 27(5): 66-73.
- [7] 刘定乐. 江西景区“触网”玩营销[EB/OL]. <http://www.jxnews.com.cn/xxrb/system/2013/05/15/012419262.shtml>. 2013-08-10
- [8] 段红彪. 庐山如意卡成功上市景点免票时代渐行渐近[EB/OL]. <http://finance.chinanews.com/c/2012/10-31/4292139.shtml>. 2013-08-10
- [9] 张凌云. 智慧旅游: 个性化定制和智能化公共服务时代的来临[J]. 旅游学刊, 2012, 27(2): 3-4.
- [10] 百度百科网. 智慧城市[EB/OL]. <http://baike.baidu.com/link?> 2013-07-24.

(下转第130页)

Study,1989,(30):525-536.

[17] 王锡凡.现代电力系统分析[M].北京:科学出版社,2003.

[18] 李得昌,杨新安,王树杰.基于AHP-模糊综合法的浅埋隧道施工风险评估[J].华东交通大学学报,2012,29(3):67-73.

System Vulnerability Assessment Based on Contribution Matrix

Li Linzhe, Wang Xun, Zhan Jiwen

(School of Electrical and Electronic Engineering, East China Jiaotong University, Nanchang 330013, China)

Abstract: With the rapid development of network technology, safe and stable operation of power system has attracted more and more attention. This paper puts forward a method of vulnerability assessment of power system based on contribution matrix. The basic idea is derived from the generation of its assessment evidence along with corresponding index raw data source in the risk assessment. Then, according to selected model structure matrix the contribution of evaluation evidence is established. Finally, combining D - S evidence theory and the basic probability, the paper distributes the mass matrix, selecting index of single point trust value as the whole vulnerability risk assessment results. Through the concrete example, it verifies the feasibility. The method can combine the correlation of the indexes, which is more effective for comprehensive evaluation system of vulnerability risk.

Key words: vulnerability assessment; evaluation evidence; contribution matrix; a single point of trust



(上接第122页)

Tourism Development Strategy in Jiangxi Province under the Background of Smart Cities

Liu Chunlian

(School of Foreign Languages, East China Jiaotong University, Nanchang 330013, China)

Abstract: The development of smart cities and innovation 2.0 makes it more speedy and convenient to get tourism information, purchase tourism products, and to promote the development of smart tourism and the advent of DIY tour. This paper introduces the current situation of smart cities in Jiangxi Province, and analyzes the developing trend of tourism in Jiangxi under the background of smart cities. Then it explores the strategy of developing Jiangxi's smart tourism so as to accelerate the construction of digital information, increase the network marketing, realize diversified development, and to exploit individuation tourism products. Finally it points out that people-oriented management is the key of the tourism development.

Key words: smart cities; smarter tourism; tourism development in Jiangxi Province; people-oriented