

文章编号: 2095-2163(2020)06-0259-03

中图分类号: C939

文献标志码: A

互联网+在智慧旅游中应用研究

李五环

(上海工程技术大学 管理学院, 上海 201620)

摘要: 为了全面实现习总书记提出的在中国梦, 国家在中长期发展纲要中提出重点研究开发旅游、电子政务等现代服务业领域发展所需的系统应用软件及云平台, 主要探讨云计算、物联网等新技术在分享旅游资源、规划出行、预定车票等旅游事务中的应用难点与策略。

关键词: 互联网+; 智慧旅游; 景区管理

Internet plus application in smart Tourism

LI Wuhuan

(Shanghai University of engineering and technology School of management, Shanghai 201620, China)

[Abstract] In order to fully realize the dream in China put forward by General Secretary Xi, the state puts forward the system application software and cloud platform for the development of modern service industries such as tourism and e-government in the medium and long-term development outline. This paper mainly discusses the application difficulties and Strategies of new technologies such as cloud computing and Internet of things in tourism resources sharing, travel planning and ticket booking

[Key words] Internet +; smart tourism; scenic area management

0 引言

随着社会的发展, 公民外出游玩的热情越来越高, 文化和旅游部的数据显示, 2019 年前三季度, 全国外出游玩人数达到 45.97 亿人次, 相比去年提高增长 8.8%, 互联网也在人们的旅途中扮演着重要的角色, 旅游市场与互联网的联结越来越紧密, 大大增强了旅游的智能化, 越来越多的关于旅游的网络服务平台给人们提供更加便捷的智能服务, 从我国提出网络强国的战略目标, 我国互联网技术不断发展, 推进了信息化的旅游, 催生出智慧旅游的新的模式。目前我国的云计算技术, 物联网技术, 移动通讯技术, 遥感技术, 人工智能和数据信息处理技术等发展日益完善, 这为搭建智慧旅游云平台夯实了基础, 使智慧旅游项目可以在该地区加快实现。支撑智慧旅游的技术逐渐成熟和完善, 有关政策环境日益优化, 打造智慧旅游的时机已经到来。

1 全国旅游市场现状

1.1 多样化“旅游套餐”的需求

随着经济发展, 城市生活压力上升, 生活节奏加快, 游客消费者想把有限的休假时间最大化利用, 商家也想降低营运成本、提高经济效益, 由此催生出旅游套餐这种新兴的旅游产品, 将景区内不同产品串联成线, 迎合了消费者的需求, 受到了极大的欢

迎。

1.2 特色旅游形式的发展

现代的人们喜欢追求个性的生活方式, 逃离都市化进程下的压力, 我国旅游者越来越偏爱较为新颖的特色旅游, 不断追求新、奇、特、稀, 由此兴起了农业旅游项目如采摘果蔬、体验农村生活等“农家乐”旅游项目。这种体验类的旅游是现代旅游中发展良好的形式, 开发潜力也比较大。

1.3 “绿色旅游”发展迅速

改革开放带来了城市的突飞猛进, 城市中人口不断增多, 生活压力与日俱增, 对于城市中打拼一族, 人们渴望通过旅游改变生活现状, 缓解精神压力, 有较大的倾向选择以“自然”为主打的旅游项目。根据相关统计, 住在城市的居民在选择旅游地点时首选是生态环境良好的景区。生态旅游业在中国的旅游市场中有着强劲的发展势头。

2 “互联网+”智慧旅游内容

智慧旅游通过将各种旅游市场资源进行规划配置, 借助物联网、云平台、移动通讯等现代智能手段, 实现旅游资源信息实时共享。

2.1 GPS 分销渠道

购买和娱乐在旅游的地位举足轻重, 为了更好地将两者结合起来, 智慧旅游开发了 GPS 分销渠

作者简介: 李五环(1997-), 女, 硕士研究生, 主要研究方向: 企业管理。

收稿日期: 2020-03-06

道,将旅游市场好的当地特产与资源信息与GPS导航结合在一起,让游客对游玩景区有一个大致了解,满足游客想带点当地特产回去,同时游客的消费也拉动了当地的经济水平,帮助贫困户脱贫,游客也体验了当地的特色。

2.2 网络服务平台建立

现今部分地区为谋取暴利,宰客、假货情况屡见不鲜。因此,需要通过互联网技术打造云平台实现信息实时共享,解决旅游区虚抬物价,让游客真正买到物美价廉的产品。同时对于游玩回家之后还想购买当地产品的消费者,可以在服务平台上看到产品信息,线上与当地卖家沟通,在游客享受服务,体验生活过程中消费,拉动当地旅游产业发展。

2.3 旅游景区管理系统

通过打造景区云平台,实时监控景区,管理景区人员调度,将景区周边旅游资源展现在这个系统上,进行资源整合优化,为游客规划一条最优旅游线路,同时促进周边产业协同高效发展。其次实现旅游区数字化,打造景区服务网络,建立起现代化的服务景区。

3 实施“互联网+”智慧旅游可行性

3.1 技术可行性

建立智慧旅游平台所需的通讯技术、遥感装置、智能应用和信息处理软件等大力发展,加快了旅游的智慧化。技术的不断完善,国家政策的大力支持,智慧旅游的时代已经到来。云计算、物联网技术是智慧旅游的必要条件,这些技术日趋完善,互联网在全国范围内的普及也为智慧旅游搭建了良好的平台,智慧旅游已经进入实施建设阶段。

3.2 政策可行性

国家中长期科技发展纲要(2006—2020年)重点提出加强研究网络教育、传媒、旅游等服务产业所需的网络平台以及各种辅助软件。同时全国其他地区已有类似试点城市可提供借鉴经验,如南京,江苏等地。自从“智慧旅游”概念提出以来,业界十分重视贯彻实施智慧旅游,河南郑州,洛阳等一些城市先后被评为公布为“智慧旅游试点城市”。其次随着城市生活压力增大,现代的游客对传统旅行社的依赖感逐渐减弱,人们越来越追求自驾游,旅游“散客化”趋势显著,对一些旅游应用的需求较强。

3.3 经济可行性

随着“互联网+”的兴起,信息技术与旅游不断融合,人们外出旅游的需求也不断强烈。改革开放以来我国经济得到迅速发展,人们收入水平逐年攀

升,人们对于旅游的需求不断增强,在旅游上的支出在家庭支出上的比重也在增长,国家也在政策、项目、资金上对智慧旅游给予支持。

4 “互联网+”智慧旅游困境

4.1 高技术人才稀缺

想要落实智慧旅游,需要大量精通现代智能运用的计算机专业技术人才,还需要掌握旅游专业知识、管理知识等全方位信息技术人才,但目前旅游市场总体工资水平不高,多数高校毕业生选择在城市工作,致使众多旅游景区难以招聘高文化水平、专业知识对口的员工。现今管理景区的人员大多是专业知识欠缺的当地居民,很难对旅游智能化作出切实贡献。

4.2 景区信息技术设备建设欠缺

旅游景区一般远离城市中心,达不到城市信息基础设施建设水平,如宽带、通讯设备信号较差。而智慧旅游的实施,需要较强的互联网平台,如果此类设备不完善,会导致信息无法及时共享,进而影响到景区统筹规划运行,也会降低游客外出游玩的舒适感。从信息管理的角度看,景区内的市场运营、管理监测无法得到实现,智慧旅游的作用也就无法得到发挥。

4.3 智慧化意识缺乏

随着经济的发展人们的生活水平不断提高,人们越来越渴望外出幽暗,各地也在不断充实本地特色游玩项目,但是在推进智慧化的过程中都出现了不同的问题,景区管理人员对智慧化重要性认识不透彻,旅游的发展停留在初始阶段,服务意识欠缺,不会主动吸引游客来游玩,规划方案无法形成一个体系,由于信息技术的建设需要耗费一定资源与时间,回收期较长,造成智慧化旅游得到相应的地位。

5 “互联网+”智慧旅游实施策略

5.1 加快旅游云平台建设

首先健全旅游服务线上平台,通过构建景区二维码服务体系,可以将未来游客从线下引导至线上,为游客提供一站式的全程配套服务,包括旅游产品介绍、产品预订、周边游、GPS导航服务以及人工个性化服务。也可以在微信上面实时推送精美的图片和短文,进行多形式宣传。同时在APP上开设多项栏目,满足消费者多样化需求,现今一些旅游服务平台出现同质化趋势,实现不了消费者多样化需求,也影响到服务平台盈利。其次建立智能化景区管理模式,对景区实施全方位监控,记录景区各项数据,便于智能化管理,加强景区硬件设备,如实行电子检

票,避免造成人员拥堵,提高游客旅游体验。

5.2 新技术融合进旅游产品的宣传

电视上的时段广告和专题广告是电视广告的普遍形式,但是昂贵的广告费用也会给景区造成负担。所以可以在QQ、微博、微信、贴吧等软件APP上传播,利用新媒体技术,树立景区旅游品牌。我们在自己申请的微信公众号上图文并茂,推送文章的时候也可以分享转发到各种交流平台,多形式宣传。游客也可以通过在线平台规划安排旅游线路,智慧旅游的关键是将线上与线下有机融合,优化资源配置,实现信息无缝对接,提升景区未来更大的潜能。近年来,智慧旅游项目的技术越来越完备,国家支持力度越来越大,进而前景广阔。各个景区特色性明显,客源广。加之物联网技术日益完善,为搭建智慧旅游云平台夯实了基础。通过与天猫、京东等电商平台建立合作关系,建立旅游电子商务平台或官方旗舰店,将具有景区特色的土特产品放到网上进行销售。

5.3 引进计算机专业人才

学校应重视对旅游专业学生信息技术方面的培养,通过校企合作的模式,定位定点为景区输送高技术人才,高校需要增加课程设计中信息技术课程,在现有课程体系中增设物联网工程、大数据分析、VR技术、新媒体技术等技能型课程,将学生打造成创新性高技术人才。等也可以对管理人员进行岗位培

训,让其真正将智慧旅游贯彻进日常运营中,接触更多计算机知识,跳出思维定式,学会用新技术对景区进行管理,将景区打造成线上智能平台。景区管理人员应该明白互联网在旅游中的重要作用,用信息技术简化工作,提升工作效率。

6 结束语

在信息技术高速发展的今天,互联网+下的智慧旅游有着巨大的发展潜力,想要促进其进一步发展,政府需要加强对智慧旅游的政策支持,高校也应注重旅游专业人才信息技术的培养,同时要鼓励高新技术企业与各景区的合作,共同开发旅游产品,引进创新性人才,真正将互联网技术融合进景区的各项服务管理中,树立独具特色的旅游品牌,对于我国的互联网+的智慧旅游正处于发展初期,需要今后更多的研究。

参考文献

- [1] 姜甜田. 智慧乡村旅游建设策略探析[J]. 现代商贸工业, 2019, 40(35): 29-30.
- [2] 林铃铃,朱艳萍. “互联网+”时代旅游景区供应链智慧模式的应用创新研究[J]. 中国管理信息化, 2019, 22(24): 65-68.
- [3] 杨静. 关于大数据在智慧旅游管理中的应用[J]. 旅游纵览(下半月), 2019, 000(11): P.52-53.
- [4] 尹敏,石盼盼. 智慧旅游背景下旅游管理专业人才培养初探[J]. 教育教学论坛, 2019(44): 263-264.
- [5] 滕跃. 吉林市“智慧旅游”管理现状及发展策略[J]. 现代交际, 2019(21): 91-92.

(上接第258页)

4 结束语

本文介绍了一款不伤眼、可与音频同步播放的幼儿早教机。其功能总结如下:

(1)可以避免幼儿使用带液晶显示屏的早教机视力的伤害问题,利用机械翻页机构实现画面变化,提高了家长对早教机的满意度,促进了此类早教机的推广。

(2)添加了声音模块,叶片可以随着故事语音的播放按照一定顺序翻页,显示与故事语音相对应的卡通画面或真实照片,提高了早教机的趣味性。

(3)外壳的设计,一方面将所有部件包裹在内,提高安全性,另一方面采用了不同风格小剧场的外框设计,吸引幼儿去体验。

参考文献

- [1] 石蕊,张妍. 基于单片机的幼儿早教机的设计与实现[J]. 数字

技术与应用, 2016(2): 93.

- [2] 白文秀,高源. 基于AR的儿童生活百科学习助手的设计与实现[J]. 智能计算机与应用, 2018, 8(6): 130-132.
- [3] 陈晓晨. 关于DIY早教机APP交互概念设计报告[J]. 电子制作, 2013(11): 44.
- [4] 牛楠楠. 我国早教机构课程存在的问题及建议[J]. 成都师范学院学报, 2018, 34(6): 58-61.
- [5] 杨蕊琦,曹能秀. 幼儿园推行国学教育的价值及举措[J]. 陕西学前师范学院学报, 2017, 33(4): 30-32.
- [6] 孙美玉,龙圆圆,都朋超,等. 悬浮音响式幼儿早教机[J]. 智能计算机与应用, 2019, 9(2): 228-230.
- [7] 金震,梁睿,陈玮,陈玲玲. SOPC技术在嵌入式音频播放系统中的应用[J]. 电子设计应用, 2009, 7(6): 89-92.
- [8] 李素敏,滕俊杰. 单片机嵌入式的电机控制系统研究[J]. 电声技术, 2019, 43(10): 64-66.
- [9] 刘明辉. 3-6周岁儿童早教机的创新外观设计研究[D]. 贵州师范大学, 2017.
- [10] 杜春雷. ARM体系结构与编程[M]. 北京:清华大学出版社, 2003.