

自驾时代下旅游目的地智慧旅游系统构建

——基于内容分析法研究

胡北明,张琳婧

(贵州财经大学 工商学院,贵阳 550004)

摘要:随着互联网的发展,旅游业与互联网的融合也越来越为密切。文章运用内容分析方法通过对自驾游游记的收集和筛选,从自驾游游客信息获取渠道、智能感知、技术范畴三个方面对智慧旅游系统构建进行可行性分析与研究,从而自下而上建立智慧旅游理论体系,包括智慧旅游服务系统、智慧旅游管理系统、智慧旅游营销系统。以新的视角构建智慧旅游系统模型,使政府、旅游企业、游客职能明确化和具体化,构建智慧服务、智慧管理、智慧营销三者相辅相成和交互性发展的动态智慧旅游系统模型;利用内容挖掘软件 ROST NEWS ANALYSIS TOOL V3.1 对网络自驾游游记进行分析,旨在通过现代通讯技术推动传统旅游业的产业升级,促进旅游业、信息产业、汽车行业、道路交通的有机融合,实现以旅游业带动各行业的消费与发展,各行业的发展反向推动旅游业的循环经济体系。全面实现游客多样化的智慧旅游体验,开发构建低成本、高效率的智能服务模式,最大限度地满足自驾游游客的个性化需求,是构建智慧旅游系统的研究意义所在,也是自驾时代下旅游目的地智慧旅游系统构建的出发点与落脚点。

关键词:智慧旅游;智能感知;内容分析法;网络自驾游;数据挖掘

中图分类号: F592.3 **文献标志码:** A **文章编号:** 1672-8580(2016)05-0060-13

一、问题提出

随着人们收入水平的提高,私人汽车已走进千家万户,“互联网+旅游”进一步刺激了大众旅游消费需求。面对来源广泛且数量庞大的自助游客和散客,满足和解决游客海量的个性化旅游消费需求,是未来一段时间旅游企业、政府旅游部门所要解决的问题。依靠传统的旅游业

基金项目:2015 年度普通本科高等学校自然科学研究项目(黔教办函[2015]94 号;贵州省普通
高等学校智慧旅游创新团队;贵州财经大学 2015 年度在校学生科研资助项目

作者简介:胡北明,博士,教授,硕士生导师(Email:57630076@qq.com)

服务模式,要满足游客个性化定制、智能化体验的高层次需求,几乎是难以完成的任务。只有运用现代移动通信技术手段来创新传统的服务模式,才能实现旅游公共服务上的革命。智慧旅游系统构建包括智慧旅游管理系统、智慧旅游服务系统、智慧旅游营销系统三大模块,只有三者同步发展,相互协调,才有可能把旅游业培育成人民群众更加满意的现代服务业。

国外把移动信息技术与旅游业结合的研究比较早,最早欧盟开启了把移动信息技术用于用户体验的项目——“创建用户友好的个性化移动旅游服务”项目;韩国当局承办了把信息移动技术用于服务游客的“移动旅游信息服务”项目^[1];NTT DoCoMo“i-mode”公司把移动信息技术与手机客户端绑定承办了手机服务项目^[2]等。Lipman 认为智慧旅游是一种多功能服务体系,它存在于旅游服务链各个环节中,并从清洁、绿色、道德和质量四个层面进行阐述^[3]。英国“智慧旅游组织”提出“数字旅游”、“智慧旅游”的概念,把新兴技术应用于旅游业。Molz 认为智慧旅游不仅是消费方式,而是深层次旅游体验的过程,把移动数字连接技术运用于城市建设中,使旅游服务更具有智慧化、有可持续性^[4]。国内一些机构和研究者对智慧旅游的研究较多,智慧旅游又称“智能旅游”,来源于“智慧地球”及其在中国实践的“智慧城市”。马勇、姚志国认为智慧旅游是把移动信息通讯技术运用到旅游服务、管理和营销等方面的应用^[5-6]。张凌云、史云姬把智慧旅游与企业变革结合在一起,注重游客体验、企业管理与资源整合方面^[7-8]。温锋华、莫琨对智慧旅游做出宏观层面的解释与预测^[9-10]。姚国章等把智慧旅游与游客体验结合在一起,认为智慧旅游的构建应对游客的体验重点关注^[11]。

我国学者对智慧旅游的研究能够很好地解读其外在表象及在旅游业重要层面的应用,但是对智慧旅游概念的阐释过于具体化而缺乏弹性。面对未来多变的技术和信息环境也会使其变得过时,同样也不符合理论体系构建的原则。智慧旅游的根本在于旅游者行为需求和信息化应用,由于旅游者行为需求的改变引发现代信息技术变革发展,同时现代信息技术的革新也引导旅游者行为需求的变化。只有二者同步协调、相辅相成,才能推动智慧旅游形成“现实”,才能增强智慧旅游系统的空间扩展能力。本文基于内容分析法,通过对网络自驾游游记的收集和筛选,从自驾游游客信息获取渠道、智能感知、技术范畴三方面对智慧旅游系统构建进行可行性分析与研究,自下而上建立智慧旅游理论体系,包括智慧旅游服务系统、智慧旅游管理系统、智慧旅游营销系统;并且以新的视角构建智慧旅游系统模型,使政府、旅游企业、游客职能明确化和具体化,构建智慧服务、智慧管理、智慧营销三者相辅相成和交互性发展的动态智慧旅游系统模型。

二、研究方法

(一)研究方法与路径

本文采用内容分析法对自驾游游客行为进行分析,采用内容挖掘软件 ROST NEWS ANALYSIS TOOL V3.1 进行高频词分析和旅游感知信息途径进行分析,对智慧旅游系统构建的可行性研究,从最高层面设计构架我国智慧旅游系统动态模型的路径研究思路。



图 1 智慧旅游系统构建技术路线

通过网络舆情对自驾游游记的收集和筛选,运用内容分析方法对自驾游游客信息获取渠道、智能感知、技术范畴三方面进行可行性分析和研究,形成自下而上的智慧旅游理论体系,进而构建包括智慧旅游服务系统、智慧旅游管理系统、智慧旅游营销系统在内的智慧旅游系统模型。

(二)数据来源

利用猫途鹰(TripAdvisor)、蚂蜂窝(www.mafengwo.cn)、磨房网(www.doyouhike.net)、新浪微博(blog.sina.com.cn)、天涯论坛(bbs.tianya.cn)、网易博客(blog.163.com)等网络平台,以“自驾游”、“自驾车”、“自驾”、“房车营地”等为主题词搜索网络游记。其中网络自驾游游记筛选的标准如下所示:首先,仅采纳自驾游游客亲身经历而记录的自驾游记,保证游记的真实性,剔除作为广告宣传的具有网络推手属性的游记;其次,自驾游记内容的完整性,保证对整个游记过程的完整叙述,具有深入性、具体性的情感表达类型的网络游记;再次,排除具有抄袭和复制痕

迹的游记。自驾游游记的选择时间为 2010 年 3 月—2015 年 6 月这 5 年内的游记亲身记录,经筛选,收录了 302 篇自驾游游记作为样本数据,共有字数 968285 个。

三、数据分析和结论

(一) 数据分析

1. 数据处理

首先经过对 302 篇自驾游游记进行筛选,剔除与游记主题无关的文字、数字、段落符号,英文文字,游记中的图片文本等内容;其次对内容挖掘软件 ROST NEWS ANALYSIS TOOL V3.1 分析结果中的高频词汇进行处理,如“自驾游”、“自驾车”、“驾车”、“自驾”等统称为“自驾游”;再次,是将经过处理后的文章保存为“.txt”格式文件,以便内容挖掘软件 ROST NEWS ANALYSIS TOOL V3.1 处理与分析;最后,根据调查文本的主要成分结构图进行主要成分分析,以此作为构建智慧旅游系统的依据。

2. 高频词分析

通过运用分词工具包 IK Analyzer 的“正向迭代最细粒度切分算法”功能进行分词,再采用内容挖掘软件 ROST NEWS ANALYSIS TOOL V3.1 对分词后的.txt 文本文档进行词频分析,以获得有意义的和有价值的高频词汇。本文从高到低选取了与主题相关的 100 个高频词,作为研究自驾游游客消费需求的基础数据,从高频词中词频数显示来看,可以对自驾游游客偏好程度作出大致判断,通过对游客基本信息的分析可以有针对性地构建和完善智慧旅游系统的发展思路。

表 1 文本总高频词

词条	词频	词条	词频	词条	词频	词条	词频	词条	词频
自驾游	6843	租车	443	一种	305	感觉	249	缺乏	208
旅游	3857	车辆	440	目的地	303	活动	245	世界	208
游客	1784	住宿	422	开发	300	休闲	244	包括	206
景区	1382	信息	419	当地	295	消费	241	具有	205
汽车	1058	主要	400	价格	289	自然	238	导游	204
营地	948	交通	399	组织	288	一路	233	影响	202
公里	904	行程	396	比较	275	系统	231	露营	202
旅行社	867	出发	380	设计	272	企业	229	行驶	202
服务	712	小时	371	国内	271	游览	229	一天	200
城市	570	体验	368	风景	270	庐山	229	传统	199
中国	549	进入	348	特色	265	生活	227	费用	199
选择	533	需求	346	人们	265	左右	225	让人	198
线路	518	成都	332	门票	261	经济	224	自由	196
市场	508	安全	331	完善	259	满足	223	空间	196
产品	482	设施	331	路上	255	文化	222	前往	195
房车	480	高速公路	326	停车	254	形成	220	存在	189
出游	479	出行	324	俱乐部	252	瀑布	220	条件	189
公路	470	驾驶	318	西安	251	沿途	218	位于	187
高速	465	路况	315	地区	250	之间	210	旅游市场	186
酒店	461	道路	311	路线	249	拥有	209	晚上	186

其二,自驾游目的地产品的设计,休闲娱乐性质的风景区,文化浓厚的名胜区,具有特色性、提供个性化体验,集智能与休闲娱乐于一体的智慧旅游更受游客青睐;其三,自驾游的组织性多样,可以参加汽车俱乐部、和朋友组团出游自驾,也可单独组织自驾,自驾出行前少不了行程线路的规划设计和旅途风险预测,构建智慧旅游系统,使游客旅途更安全、便利、放心、多样化、个性化。

信息渠道有效便捷获取,智能化感知,是构建智慧旅游系统的关键所在。信息渠道的获取是通过样本自驾游游客获取信息的渠道进行高频词抽取,以判定自驾游游客获取信息渠道的方式以及信息服务的反馈机理。信息获取渠道大致有以下几个途径:“与人沟通,好友告知”、“阅读书籍、报刊,影视资料”和“网络查询,数据设备”等。首先将样本文件通过内容挖掘软件 ROST NEWS ANALYSIS TOOL V3.1 分解为一句一行;以各种信息渠道名称作为分组群,分别抽取并保存,再用同样的方法分析智能感知。在分析得出的有关信息渠道获取途径的高频词中,出现了“听说”、“策划”、“导览”、“导航”、“查询”、“上网”、“问路”、“分享”、“传播”、“打听”、“广播”等字频,可以看出自驾游游客获取信息的途径包括网络查询、广播和电视、听好友推荐、网页游客游记分享等。完善信息推广方式,多渠道、多面积地信息覆盖,以实现信息收集的实时性和信息的时效性,如“一手机,一辆车,玩转自驾游”,实现真正意义上的全程数字化、信息化、智能化的智慧旅游体验。智能感知是利用智能感知理论和技术,对海量感知数据进行处理和分析,包括传感和信息获取、智能计算与识别、数据分析与安全、系统集成与应用四大方面。技术范畴包括感知与识别技术、信息传递技术、信息处理与再生技术和信息施用技术,是新一代信息技术的统称。信息不畅通,道路基础设施差;天气、交通资讯不能立刻传达给自驾游游客,如应对旅途中遇到的多变的天气环境而及时作出调整的信息显示提醒;由于某路段交通堵塞严重而提醒旅客的交通信息提醒;遇到路段不好道路而及时的安全措施提醒的显示信息等;这些都会影响旅途中的体验。建设完备的智慧型旅游服务设施系统,集信息的全面化、过程化、实时化于一体的智慧旅游服务系统,才能实现真正的智慧旅游、智能旅游。

(二)研究启示

自驾游时代旅游目的地智慧旅游系统的发展受多重因素的影响。从自驾游游客本身来说,受收入水平、汽车保有量、闲暇时间分配与安排、游客心理、目的地选择、游客购买力等主客观因素的影响;从现实基础环境来看,受高科技技术(如 GPS 定位系统,道路、交通、天气查询系统,信息预警系统等)、信息获取渠道、道路交通、汽车营地建设、各项配套服务体系建设(查询、预订、递送等)、旅游目的地智慧旅游产品设计(包括景区、商品、酒店、汽车营地等)的新颖程度等的影响;从政府层面来看,受政府监督、政府管控、政策支持与保护等的影响;从其他层面来看,相关保险政策、制度的跟进,相关安全机构、车辆维修与保养护理机构的跟进与建设,都会影响游客智慧旅游体验。面临诸多问题,只有找到有效的解决途径才是实现智慧旅游体验的关键,才是实现智慧旅游可持续发展、游客多样化体验的核心所在。

自驾时代下智慧旅游系统的构建包括智慧服务、智慧营销和智慧管理三大模块,三者相辅相成、互相协调,运用现代信息通讯技术撬动传统旅游业的产业升级,将旅游业、汽车行业、

信息产业等有机结合,以旅游业带动各行业的消费和发展,各行业发展进一步推动旅游业的循环经济体。全面实现的游客多样化的智慧体验,提高低成本、高效率的智能服务模式,最大限度地满足散客的个性化需求。

四、智慧旅游系统模型构建

满足自驾游客个性化、多样化的需求,需要政府和旅游企业的共同推进和实施;融合高新技术产业促进旅游业向智能化、智慧化方向发展,是时代不可逆转的潮流。智慧旅游的核心是为游客提供全程个性化、方便快捷的服务,这就需要发挥市场主体作用,省、市、县等各级联动,政府和企业共推,依托互联网和移动互联网,借助移动客户端,合力满足游客游前、游中、游后需求。智慧旅游服务包括政府公共服务和旅游企业商业服务。公共性和商业性是信息技术和应用的有机结合,纵向可建立公私联合、具有特殊主题的智慧旅游应用。

政府的公共服务是政府运用物联网、现代通信技术,建立旅游云服务、数据库等旅游公共信息服务平台,实现旅游行业信息的自动收集、处理与发布,还包括国际游客服务、移动旅游服务、一体化国内旅游服务、移动自助伴游服务系统以及虚拟旅游体验中心等项目。

企业的公共服务是指各类旅游企业利用新兴的技术和手段为游客提供旅游服务,包括满足游客个性化需要,实现旅游企业的个性化定制等服务,以此来提升旅游企业的服务品质与价值。旅游企业通过新一代的互联网平台实现线上预订与线下服务相融合,为旅游者提供集吃、住、行、游、购、娱等的一体化服务。

(一)智慧旅游系统总体构架

智慧旅游的主体包括政府、旅游企业、旅游者,只有三者同步协调、共同发展才能推动智慧旅游的实现。智慧旅游系统涵盖智慧服务系统、智慧管理系统和智慧营销系统三大模块。智慧服务系统是政府和旅游企业为游客提供的各类公共信息服务,包括基础设施建设服务、游客在线旅游、旅游电子商务、在线咨询服务等。智慧管理系统其实质是实现管理的即时性、过程化、动态化管理和监管机制。智慧旅游营销体系是旅游企业为游客提供的各类专项服务。如下图 3 所示:

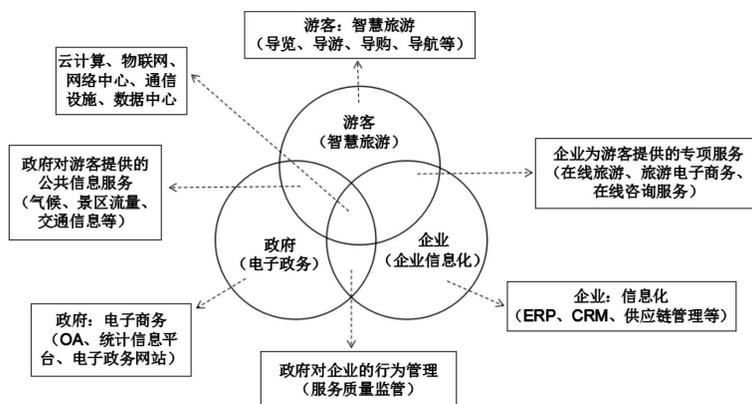


图 3 智慧旅游综合系统构架图^[12]

(二)智慧旅游服务系统

通过运用内容挖掘软件 ROST NEWS ANALYSIS TOOL V3.1 对分词后的.txt 文本文档进行词频分析,对获得的高频词汇按属性分类汇总,同一属性或相似属性归为一类,高频词频率也是对游客关注度的最直观反映。按照旅游服务的主体把旅游服务分为政府服务和旅游企业服务,其中,表示政府的服务的词汇包括提供公共服务的政府机构,如服务体系;以及机构提供的各类服务,如旅游服务、信息服务、公共设施服务、金融服务、生活服务、维修服务、社区服务等;旅游企业提供服务有导游、导航、导览、导购、咨询、投诉,按照与核心词汇相似、相关的原则,对高频词汇总统计,从而绘制如下图 4。

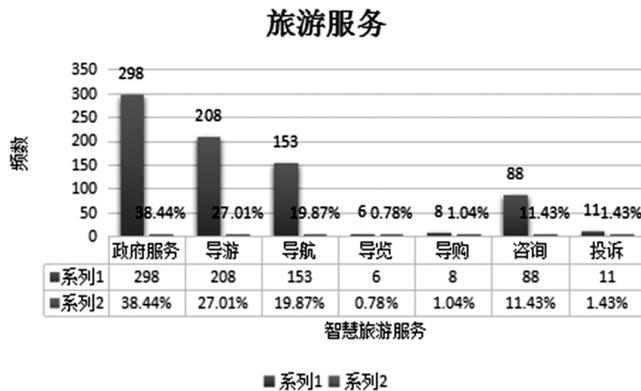


图 4 智慧旅游服务统计图

与旅游服务相关的高频词共 770 个,其中自驾游客关注较高的是政府提供的服务(298),占旅游服务的 38.44%。其次是旅游企业的导游服务(208),占 27.0%;导航服务(153),占 19.87%;咨询服务(88),占 11.43%。如图 4 所示,自驾游客关注的重点在政府服务、旅游企业的导游、导览、咨询服务,而相比导览、导购、投诉服务自驾游客关注较少,这也是未来智慧旅游服务系统需要深入开发和挖掘的方面。

智慧旅游服务系统包括政府部门和旅游企业提供的各类旅游公共服务。政府部门的智慧旅游公共服务,是通过运用现代信息技术手段,旅游公共资源的重组与有机结合、实现旅游动态监管。通过数据的储存与分析,准确地掌握游客的旅游活动和旅游企业的运营状况,实现从传统的被动处理、事后管理转向为过程管理、实时管理的旅游行业监管方式。

公共信息服务最基础的设施建设是智能传感网络的建设,是通过运用网络系统将旅游目的地景区、景点、酒店、交通等设施有机结合,对景区、景点、酒店、交通地理事物实施全方位、实时性感知,构建大数据中心和旅游资源公共云服务平台。智慧旅游公共信息服务由政府统筹规划,制定智慧旅游建设目标和评分细则、内容指导与规范,实现旅游企业的科学化服务水平。智慧旅游为政府部门与旅游提供实时、精确的旅游行业相关数据,运用大数据统计和智能分析,提供智能化、精细化智慧服务;为游客和旅游企业信用系统的建设提供服务;通过对旅游资源的有效配置与重组,旅游资源信息共享,提高及时感应与应急服务能力;通过旅游专家网上系统和数据挖掘系统,对旅游资源保护、旅游产品定价或者行业政策实施模拟测试,为旅

旅游业发展提供科学规划和决策的智慧服务。投诉建议服务是政府为游客提供人性化、全方位的投诉建议服务,是政府智慧服务的重要内容。

旅游企业的智慧旅游服务是利用互联网平台开展线上预订和线下服务的 OTO 商业运作模式,为旅游者提供全方位服务。旅游企业的智慧服务涵盖游客旅途的全过程。旅游前是查询和预订相关旅游目的地的信息、产品,旅游中体验导购、导览、导航和导游网上服务,旅游后点评和分享。

(三)智慧旅游管理系统

旅游管理也同样包括政府管理和企业管理两部分,出于反应游客游记文本的真实性,游客联系较多的是企业管理,在此以旅游企业管理为主要研究对象。搜索相关高频词,旅游企业的管理包括对景区、酒店、旅行社和电商企业的管理,旅游管理共 2709 个,其中,自驾游客比较关注的有景区(1156),包括“景区”、“旅游景区”、“景区内”、“旅游风景区”高频词,占 42.67%;旅行社(906),包括“旅行社”、“国际旅行社”、“中国旅行社”、“青旅”等高频词,占 33.44%;酒店(547),包括“酒店”、“大酒店”、“度假酒店”、“快捷酒店”等高频词,占 33.44%;酒店 547 个,占 20.19%;而电商企业仅有 100 个,游客的关注度仅占 3.69%,见图 5。自驾游客关注度较高的是在旅游企业对景区、旅行社、酒店的管理,而对电商企业的管理关注度较低。

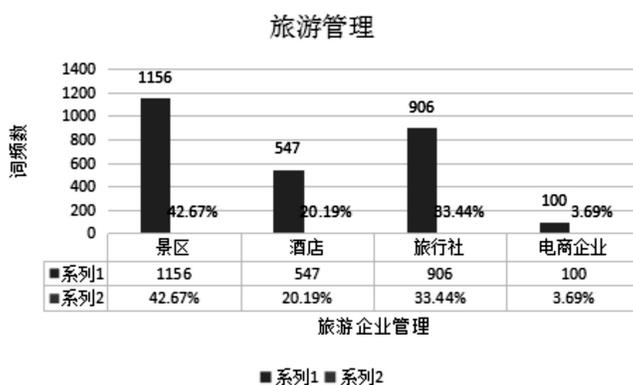


图 5 智慧旅游管理统计图

智慧旅游管理决定旅游企业运营效率,存在于旅游的全过程。智慧旅游管理包括旅游行业监督与管理、旅游企业监督与管理,涉及交通保障、公共安全、医疗护理、灾害防控等。智慧旅游管理主体主要有两个:一是政府管理部门,如国家旅游局、地方各级旅游局等,通过智慧旅游项目建设,提高旅游市场监督和公共管理的智慧化水平;二是旅游企业,特别是指经营管理和服务游客智慧化水平相对较高的旅行社、酒店、车辆租赁、房车营地建设等旅游服务经营企业。智慧管理是利用新型技术对游客、景区、酒店、景点、交通工具、旅游线路等各类型旅游资源的全程化、实时化、智慧化管理,是对旅游综合业务的管理,旨在全面提高旅游企业的管理水平,增加其运营效益。

1.政府智慧管理

政府对旅游企业的管理需要采集相关旅游企业的动态数据,以对其精准有效监管,包

括游客旅游层级、旅游类型、数量分布等。这一动态数据不仅仅在宏观的数量维护上有所体现,也包含对行业监管有用的各类其他信息资源。例如,对导游、旅游车辆的动态监控和管理,将解决长期以来旅游中的黑导游、旅游车辆超载、超速、私自更改行程路线等现象。对游客的管理需要采集游客的动态数据,根据数据分析结果采取应对设施。运用现代新兴信息技术,及时掌握游客和企业旅游活动信息,实现过程化、动态化管理的新理念。利用定位系统、物联网、感应识别、大数据和云计算等技术,采集游客旅游活动中旅游信息数据,整合气象、公安、交通等各部门的数据信息,对游客类型与偏好进行数据识别和智能分析,分析的结果可为旅游管理部门、旅游企业等提供参考,以便做出精准化营销和管理决策;旅游管理部门通过对游客流量的实时全程动态监控,以便于开展游客疏散和紧急调控工作。

2. 旅游企业智慧管理

旅游企业的指挥管理包括景区、酒店、旅行社和电商企业的管理。(1)智慧景区是指景区通过智能网络对自然资源和旅游产品、游客和景区工作人员进行全面、及时的感知;优化景区业务流程;对游客、景区工作人员实施智能化管理;与旅游相关企业结成战略同盟,保证旅游产品链的多样性和完整性,提高旅游企业的服务品质;促进景区经济效益和社会效益的共同实现。(2)智慧酒店通过借助物联网、移动通信技术、云计算和人工智能等,为游客提供方便快捷、智能感知、个性化体验的新型酒店模式。智慧酒店管理就是酒店管理层通过各种智慧化的系统对酒店的各种服务设施和酒店的一线员工服务进行管理,从而提高管理效率和减低管理成本,最终是酒店客人获得一流的入住体验。(3)旅行社的智慧管理是指利用移动互联网、物联网、大数据、云计算等新兴技术,借助便携的移动上网终端,将各类旅游资源重组、游客服务、旅游产品开发与销售等业务高度信息化,满足游客智能化体验,达到高效、快捷和低成本运作的旅行社智慧管理模式。(4)旅游电商是我国旅行社业务经营的重要载体,体现在:一是传统旅行社产业引进电子商务拓宽其业务范围;二是新型旅游电子商务公司,如携程网、去哪儿网、艺龙网等也为旅行社业务经营提供了强大载体,百度、淘宝、腾讯,乃至 Expedia 等国内外电商企业也开始进军旅游市场。旅游电子商务是以游客、旅游管理部门、旅游网络营销部门等各类相关企业为服务对象,因此,旅游企业应该依托内容丰富、功能强大的专业智慧旅游企业或门户网站进行智慧管理。

(四) 智慧旅游营销系统

旅游营销模式包括线上营销、线下营销和个性化定制。线上营销收集的高频词有“网络营销”、“销售网络”、“网上销售”、“线上”和“无线上网”;个性营销如“定制”;线下营销有“销售商”、“销售点”、“销售渠道”、“营销渠道”等。如图 6,旅游营销共收集 163 个词汇,自驾游关注度较高的是下线营销 101 个,占总比例的 61.96%;其次是线上营销 48 个,占 29.45%;而个性化定制 14 个,仅占了 8.59%。为了使营销更具有针对性和深入体验性,这也是未来智慧旅游营销需要深入开发和挖掘的方面。

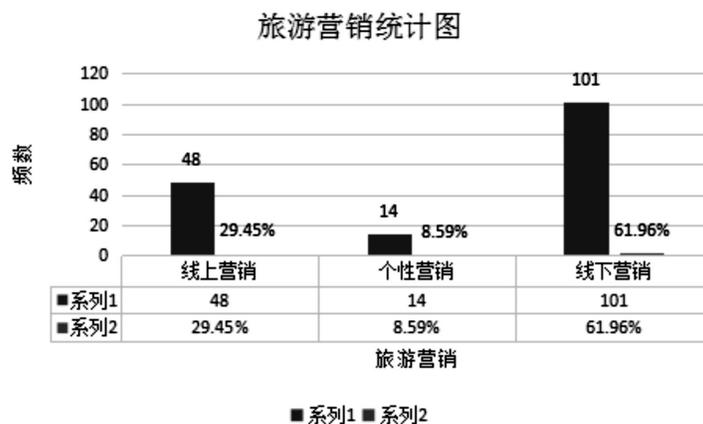


图 6 智慧旅游营销统计图

智慧旅游营销包括政府的官方营销和旅游企业自主营销。新技术的应用改变了传统旅游营销模式,精准有效是现代旅游企业营销的新模式。互联网应用为旅游企业提供完整的电子商务服务、准金融服务的网上支付和信用体系,解决了电子商务发展面临的“瓶颈”问题。智慧旅游是把旅游目的地的各种文字、图片、视频、旅游企业产品信息等通过各种互联网应用平台传达给潜在的旅游者的模式,来实现对旅游目的地和旅游产品的宣传与营销。

智慧旅游营销平台建设的核心是智慧评价,围绕主题和产品推广、广告宣传、营销模式等,开展在线营销效果评价。通过效果评价筛选出评分较高且运营效果较好的智慧旅游网络营销合作平台,建立网络自媒体合作机制,推送具有吸引力的旅游产品和主题给游客。要在强化品牌优势、再升品牌形象方面做进一步创新,结合自有媒体资源和可控网络媒体而推出快捷方便、精准高效的网络产品或信息,以吸引游客进入智慧营销平台,从而收集游客信息并挖掘游客的兴趣、感知游客的需求、提供敏捷的服务。

智慧旅游营销应以游客为中心,构建一个无处不在、随时随地方便快捷体验信息平台,游客在任何时间和地点都可以尽享旅游目的地和相关企业信息并实现网上订购。毫无疑问,智慧旅游的发展将会拉动旅游业的新一轮增长^[3]。

五、结论与展望

随着人们消费观念的转变,追求深层次旅游体验已成为一种时尚,自驾旅游成为一种游客追求旅途体验的多样化、个性化、刺激性、挑战性、新奇性的流行趋势。自驾时代下旅游目的地“智慧旅游”系统构建分为三大模块,分别为游客提供多样化定制、个性化体验的智慧旅游服务系统;实现管理的过程化、动态化的智慧旅游管理系统;线上预订与线下消费相融合的智慧旅游营销系统。笔者认为,智慧旅游三大应用体系并不是独立的个体,而是相互依存、相互促进,只有形成闭环式的交互作用才能共同推动智慧旅游系统的实现,三者缺一不可。

智慧旅游运用现代移动通讯技术使旅游管理科学有序、旅游营销准确高效、旅游服务舒适便捷,用智慧带动旅游。旅游信息服务是智慧旅游的基础也是核心成分,受技术推动和需求

拉动的双重作用,实现旅游信息服务网络的全方位覆盖,才能满足游客精准化、个性化的旅游消费需求。智慧旅游管理是利用现代信息技术手段对游客和旅游企业实施监督和管理的行为。管理主体有政府和旅游企业。智慧旅游是把旅游目的地的各种文字、图片、视频、旅游企业产品信息等通过各种互联网应用平台传达给潜在的旅游者的模式,来实现对旅游目的地和旅游产品的宣传与营销。

自驾时代下旅游目的地智慧旅游系统构建研究中,还需要从自驾游客消费行为、自驾游客决策过程等方面着手,对网络自驾游记信息与数据进行深入挖掘。同时,运用定性和定量结合的研究方法来分析智慧旅游服务、智慧旅游管理、智慧旅游营销三者之间的关联程度,也是进行智慧旅游系统构建而需要作出的努力。最后,在设立指标的基础上进行智慧旅游系统的动态模型构建并进行验证,待模型成熟即可试点推广。

参考文献:

- [1] 王宏星.移动互联网技术在旅游业中的应用研究[D].浙江大学,2004.
- [2] 乔玮.手机旅游信息服务初探[J].旅游科学,2006(3):67-71.
- [3] BATTARRA R,FISTOLA R,ROCCA R A.CitySmartNESS:the Energy Dimension of the UrbanSystem [J].Smart Energy in the Smart City,2016(6):1-23.
- [4] Molz J G.TravelConnections:Tourism,Technology and Togetherness in a MobileWold[M].London:New York:Routledge,2012:532.
- [5] 姚志国,鹿晓龙.智慧旅游[M].北京:旅游教育出版社,2013:17.
- [6] 马勇,刘军林.智慧旅游应用前景巨大[N].中国旅游报,2011-08-24.
- [7] 张凌云,黎巛,刘敏.智慧旅游的基本概念与理论体系[J].旅游学刊,2012(5):66-73.
- [8] 史云姬.体验经济时代下新一代通信技术在智慧旅游中的应用[J].科技视野,2013(9):180-193.
- [9] 莫琨.智慧旅游的安全威胁与对策探讨[J].旅游纵览,2013(2):302-303.
- [10] 温锋华.智慧旅游与智慧规划、系统发展[EB/OL].(2011-04-29)[2016-06-09].<http://www.negchina.com/conference/viewpoint/20110429/49.html>.
- [11] 姚国章.“智慧旅游”的建设框架探析[J].南京邮电大学学报(社会科学版),2012(2):13-16.
- [12] 《智慧旅游导论与实践》编委会.智慧旅游导论与实践[M].北京:科学出版社,2014.
- [13] 何有世,宋振丽.苏南地区旅游产业发展与经济增长协调性研究[J].江苏大学学报(社会科学版),2014(2):47-52.

责任编辑:陈于后

The Construction of Intelligent Tourism System during the Age of Self-driving

——Based on content analysis method

HU Beiming, ZHANG Linjing

(Industrial and Commercial School, Guizhou University of Finance and Economics, Guiyang 550004, China)

Abstract: With the development of the Internet age, the integration of tourism and the Internet becomes closely connected. This paper makes a feasibility analysis and study from the information of self-driving

tourists, intelligence and technology to establish a smart tourism theory system including service, management as well as marketing systems with content analysis by collecting and selecting self-driving travels. It constructs a smart tourism system model from different points of view enabling the specific functions of government, tourism enterprises and tourists to build a dynamic smarter tourism system model with smart service, management and marketing, which are complementary and interactive for each other. By using content mining software ROST NEWS ANALYSIS TOOL V3.1 for deeper analysis and research, the aim of the article is to promote the upgrading of traditional tourism with modern communications technology. It is also expected to achieve an organic combination among tourism, information and motor industries. The ultimate purpose is to carry out circular economy system, which makes positive interaction between tourism industry and others. The construction of smart tourism system makes it possible for self-driving tourists to make full realization of intelligent experience, intelligent service model with lower cost and higher efficiency and meet the maximum satisfaction on individual demand. In addition, it is also the purpose and final goal of this article.

Key words: intelligent tourism; intelligent perception; content analysis; online self-driving travel blogs; data mining



四川理工学院社科联理事会召开换届选举大会暨社科联工作研讨会 汪明义当选新一届社科联理事会主席

2016年10月13日,四川理工学院社科联理事会召开换届选举大会暨社科联工作研讨会。校长庾先国主持会议并代表学校致辞。省社科联党组书记姜怡,党组副书记、副主席唐永进,学会学术部部长胡毅,自贡市委宣传部常务副部长高小林,自贡市社科联专职副主席蒋明,自贡市社科联秘书长李兰,我校党政领导汪明义、庾先国、魏文彪、刘康、肖兴政出席换届选举大会。

肖兴政副校长向大会作四川理工学院社科联第一届理事会工作报告,刘康副校长宣读了校社科联理事会建议名单,社科处处长陈于后作理事会构成情况的说明。大会通过举手表决方式选举产生了四川理工学院第二届社科联理事会主席、副主席、秘书长、副秘书长、常务理事、理事。

西南科技大学社科联秘书长毛晓红,西华大学社科联秘书长鲜乔莹等兄弟高校同仁到会祝贺,并先后在会上介绍了所在高校社科联的工作情况,就在新形势下开展好高校社科联工作作了交流发言。

高小林代表自贡市委宣传部、市社科联到会祝贺,就进一步做好高校社科联工作提出了四点意见。一是加强战略合作,强化思想引领。二是构建新型智库。三是搭建创新平台,开展合作研究。四是加强本土文化资源研究,打造独具特色的学术平台。

省社科联党组书记姜怡在会上作了重要讲话。在讲话中,姜怡书记对我校社科联理事会换届选举大会成功召开表示热烈祝贺,并充分肯定了我校社科联取得的工作成绩,同时,对我校社科联今后的工作提出了殷切的希望。姜怡指出,高等学校社科联要加强党的政治领导和工作指导,坚持正确导向,牢牢把握意识形态领域主导权,坚持围绕中心,切实强化服务大局意识,认真履行工作职责,为学校乃至全省哲学社会科学繁荣发展贡献力量。

校党委书记、新当选的校社科联第二届理事会主席汪明义在会上就我校社科联工作作了重要讲话。汪明义指出,我们党的历届中央领导集体都十分重视哲学社会科学,强调在认识和改造世界的过程中,哲学社会科学与自然科学同样重要。现阶段,我们要认真领会、贯彻落实习近平总书记5月17日在全国哲学社会科学工作座谈会上的讲话精神。对我校社科联的工作,汪明义讲了三条意见:一是充分认识哲学社会科学在民族复兴中的地位和作用,认真贯彻省、市社科联领导关于我校社科联及社科工作的指导意见;二是充分认识高校哲学社会科学的地位和作用,我校社会科学工作者要坚定理想信念、加强使命担当,找准定位、主动作为;三是充分认识我校哲学社会科学工作存在的差距。汪明义强调,我校新一届社科联,要胸怀愿景、牢记使命,扎实推进各项工作,在新的起点上,为把我校建成川南人民心中精神家园做出新的更大的贡献。

(张引)