

个性化消费主导市场潮流 技术创新进入消费场景

消费升级推动旅游行业创新提质增效

张佳仪

在文旅融合大背景下,当前旅游业创新的社会条件和技术基础已经日趋成熟,国民经济正在向高质量发展,旅游业已经迈入创新发展、高质量发展的新阶段。文旅发展的政策环境不断优化,跨界资本和研发力度在不断增加,旅游人才从数量和质量上都在不断提升。总之,技术与旅游融合日益紧密。

消费升级倒逼创新

从消费环境看,消费升级正在持续发展,倒逼行业创新提速。目前,假日旅游消费持续多年保持增长,假日出游成为中国家庭生活的重要组成部分,特色旅游为游客提供了新的出游体验。目前,年轻人已占据旅游市场大半江山,年轻人生活化、个性化的消费偏好正在主导旅游市场潮流。

从时空拓展角度看,旅游的季节性特点正在不断弱化。进入2019年,旅游淡季趋于平衡,夜间旅游发展形势向好,未来夜经济也是推动旅游创新发展的新引擎。从空间角度看,在全域旅游建设背景下,旅游活动的场所从景区景点延伸至各类文化、休闲场所,延伸至旅游目的地、市井集市比较有烟火气的居民生活空间也成为游客体验的一个亮点。

旅游消费升级推动了服务品质提升。旅游消费结构日趋多元化、合理化。随着居民生活水平的提高和大众旅游的快速发展,人们的精神文化需求旺盛,文化消费市场表现活跃。物质需求与精神需求的叠加,让品质消费成为趋势。

新冠肺炎疫情暴发使得旅游产

业承受了前所未有的压力,城乡居民旅游度假和文化休闲意愿处于急需释放的状态。预约、分餐、适度、健康、绿色已成文明旅游新风尚,亲子、家庭、文化、品质成为广大游客新需求。旅游企业开始加速国内旅游市场的战略布局和产品创新。扫码入园、刷脸通行、无接触服务、机器人送餐等技术创新已经进入了消费场景。目前旅游消费的信心正在恢复,产业振兴的动能开始积聚,旅游经济触底反弹和稳中向好的趋势仍在继续。

五种力量驱动创新

基于新经济增长理论和对旅游业创新的实践观察,中国旅游研究院旅游创新与IP发展课题组(以下简称课题组)研究构建了旅游创新驱动的“新钻石模型”。新技术、资本、企业家能力是内生因素,市场需求、制度因素作为两个全局性影响因素对技术、资本和企业家能力等都产生影响,这五种力量共同驱动旅游业创新发展。政策优化、文旅融合、前沿科技、组织创新等创新动能稳健发力,政策优化营造了良好的创新环境,前沿科技优化了旅游全产业链条,文旅融合成为创新主打方向,组织创新引领市场文旅变革,共同促进旅游提质升级。

为了更好地研判旅游创新的效果,课题组从供给端和消费端分别进行研究。从供给角度看,课题组结合旅游业创新发展实际情况,以国家统计局社科司《中国创新指数(CII)研究》的创新指数框架为基础,建立了区域旅游创新评价体系。旅游创新能力评价以创新环境、创新投入、创新产出和创新成效为一级指标,根据以往旅游学界、业界研究成果设定二级和三级指标。基于

指标框架及熵值法权重分配,课题组对全国31个省(区、市)进行旅游创新能力评价分析,得出如下结论:华东、华南地区领跑国内旅游创新(华东和华南地区旅游综合创新能力处于第一梯队,华北、华中、西南地区处于第二梯队,东北和西北地区处于第三梯队);科技投入的创新贡献日益突出(区域旅游创新能力前十位与研发投入、知识产权产出的前十位高度吻合);文化资源成为旅游创新的重要着力点,创新成为文化和旅游双赢的连接点。

从需求角度,课题组组织专项调查,研究在国内60个主要旅游城市游客的创新感知情况。结果显示,旅游创新初见成效,53.5%的受访者表示效果显著;游客对景区和住宿的创新感受最为强烈;科技创新最为关注,信息和服务提升显著。游客的反馈映射出未来的方向,未来还需在提高性价比、优化商业模式、加强创新宣传传播等方面加大改进力度。总之,游客的创新感知整体较好,但是未来还需要在多个领域发力。

旅游IP丰富业态

旅游IP(Intellectual Property, 知识产权)是指基于旅游资源或旅游地域的独特性,在与旅游要素融合发展的基础上,以游客为中心创造出的具有排他性的旅游知识产权。旅游IP的创新路径主要靠技术、文化资本、企业家推动。旅游IP通过轻资产、差异化战略、产业链打造,不断优化商业模式。旅游IP创新的实践包括与住宿、景区出行、购物、餐饮等产业的融合。

旅游IP有利于提炼旅游产品的优质内容,丰富旅游场景的创意,为旅游创新提供更多的方向。对于

游客而言,通过旅游IP植入,打造富有鲜明主题性的旅游目的地和优质的旅游产品,可以满足游客对旅游产品多样化、个性化的需求,提升体验;对于景区而言,旅游IP具有强内容力、高排他性和强识别性,利于景区设计独特的产品内容,提升景区吸引力和用户黏性;对于旅游行业而言,旅游IP促进“旅游+”复合型发展,实现跨界融合,丰富旅游产品业态。

从旅游IP的典型应用来看,时尚科技领衔IP活化,新零售助力价值变现。科技时尚元素不断融入,让旅游IP的发展有了更多的拓展。网红博物馆、非遗等文化IP推动了旅游品质升级,科技、时尚多元素融入IP催生出行文旅新业态。抖音、快手等短视频传播扩大了文旅IP效应。

市场创新推动发展

未来旅游IP的长效运营有待

深入,主要包括以下四个方面。

品牌化长效运营。当一个现象级的IP出现之后,旅游IP的运营商不能仅仅关注短期流量效应,还要关注长期的收益。要向着创新品牌的方向去发展,最终才能实现旅游目的地资源的持续开发和长效运营。需要引发游客在文化和情感上的共鸣,旅游品牌可以让共鸣转化为更深刻的价值认同,进而形成更具有黏性的产品信任。

文化内容挖掘。文化内涵是旅游IP的灵魂。现在,旅游市场的竞争十分激烈,IP的运营需要建立在文化精髓的挖掘基础之上。不断增强造血能力,将传统的文化和新的理念融入到内容里面,不断推出有特色的文化或者概念,这样才能提升影响力。

知识产权保护。现在旅游IP的概念还在提升或者快速发展阶段,知识产权保护还集中在初级阶段,没有成体系化的东西,很多都处于

模糊的边缘地带。旅游IP是排他性的知识资产,知识资产的有效利用必须建立在完善的知识产权保护和制度下,IP的授权、维护需要不断去规范,需要建立标准或者制度去制约,整个产业在合规的环境中运转,这样整个IP发展才能有个良好的环境。

市场创新推动。市场创新推动旅游IP的发展,市场创新和IP发展是相辅相成的过程,一方面,旅游市场创新环境为旅游IP的发展壮大提供了技术、制度、人才等多方面的资源支持,推动旅游IP的内容创造和推广维护。另一方面,旅游IP作为旅游创新的重要组成部分,丰富了旅游产品的主题和创意,提升了游客的旅游体验,为旅游创新提供更多方向,助力行业高质量发展。

未来,旅游IP创新将向着有理性、有温度、有品质的方向发展。

(作者单位:中国旅游研究院)



7月17日晚,江苏省徐州市云龙湖风景区内的徐州乐园欢乐世界、加勒比水世界双园夜公园活动正式启动,徐州乐园由此开启暑期水陆日夜“狂欢模式”。图为公园夜景。(徐州乐园供图)

NaierShow®

奈尔瘦

燕窝胶原蛋白肽



苏州奈尔瘦生物科技有限公司

电话: 400-968-5156

官网: www.naiershow.com

形象代言人

陈露