

# 文化产业信息动态

第 4 期

台儿庄古城管委会文化产业部

2022 年 2 月 24 日

## 目 录

- 1、丽江市丽江古城“智慧小镇”数字化转型实践
- 2、重新理解中国未来旅游

# 丽江市丽江古城“智慧小镇”数字化转型实践

来源：中国旅游新闻网 2022 年 2 月 17 日

## 一、实践案例概况

### （一）实施背景

丽江古城既是世界文化遗产又是国家 5A 级旅游景区、知名旅游目的地。世界遗产地注重遗产风貌整体保护性，5A 级景区则强调改善景区软硬件设施，丽江古城在发展过程中出现了管理标准多样化、管理机构多重化的问题。与此同时，在旅游市场转型，游客旅游体验需求日趋多元化及个性化的大背景下，为丽江古城保护与管理、景区创新与提质带来全新挑战。丽江古城积极贯彻新发展理念，以智慧化建设破困局、开新局，利用信息化技术破解古城保护管理难点问题。2019 年起，丽江古城结合实际情况对遗产地、景区信息化基础设施建设进行了积极的探索和实践，全面开展智慧小镇建设，通过一系列信息化建设，提升工作效率、创新游客体验、推进文旅融合，有效地提升了景区的现代化管理水平和服务水平。

### （二）案例简介

丽江古城将 5G、物联网、大数据、人工智能等数字化技术与智慧小镇进行融合应用，以网络建设为基础，以网络安全为保障，以应用带动为突破口，全力构建综合管理、智慧服务、智慧旅游、智慧创新四大体系，以科技赋能历史古城转型升级，打造云南省“政府监管服务无处不在、游客体验自由自在”的实地应用范例。

## 二、实践案例具体做法

### （一）案例详情

#### 1. 聚焦“管理端”，全面提升古城综合治理水平

以资源数字化为基础，融合物联网、大数据等前沿信息技术，通过实施一系列信息管理平台及应用系统，采集、整合、应用各项资源数据，建立智能、精准、稳定、安全的数字小镇运行体系，逐步形成技术领先、管理高效的丽江古城智慧小镇新型治理模式。有效解决遗产地和景区管理过程中的难点，大幅提升丽江古城管理处置决策水平，把丽江古城打造成以景区管理智能化、保护管理数字化为亮点的智慧小镇。

（1）智慧消防系统。针对丽江古城建筑结构存在耐火等级低、建筑之间防火间距小、街（巷）消防通道窄等实际问题，在丽江古城景区内安装智慧消防系统，整合了“人防”“技防”手段，确保“早发现、早处置、保平安”。系统结合现有消防设备建设分布情况，根据实际场景建设温感、烟感、用电监测、消防栓压力监测、视频监控、红外线热成像等3万多个前端感知单元，使丽江古城形成一个立体化全域感知防控体系，做到隐患排查准确有效、火情控制实时精确、设施管理精细完备。



图 1 智慧消防系统

(2)遗产本体安全系统。通过对古建筑院落的信息采集，实现建筑物三维、二维信息集成，可以实时对瓦屋面、墙体等进行监测预警，为遗产保护、监测和维修提供科学的数据支撑。该系统的建立最大限度地保障了古建筑的原真性，如遇不可抗力因素导致建筑受损，可按建筑原建筑本貌进行修复。

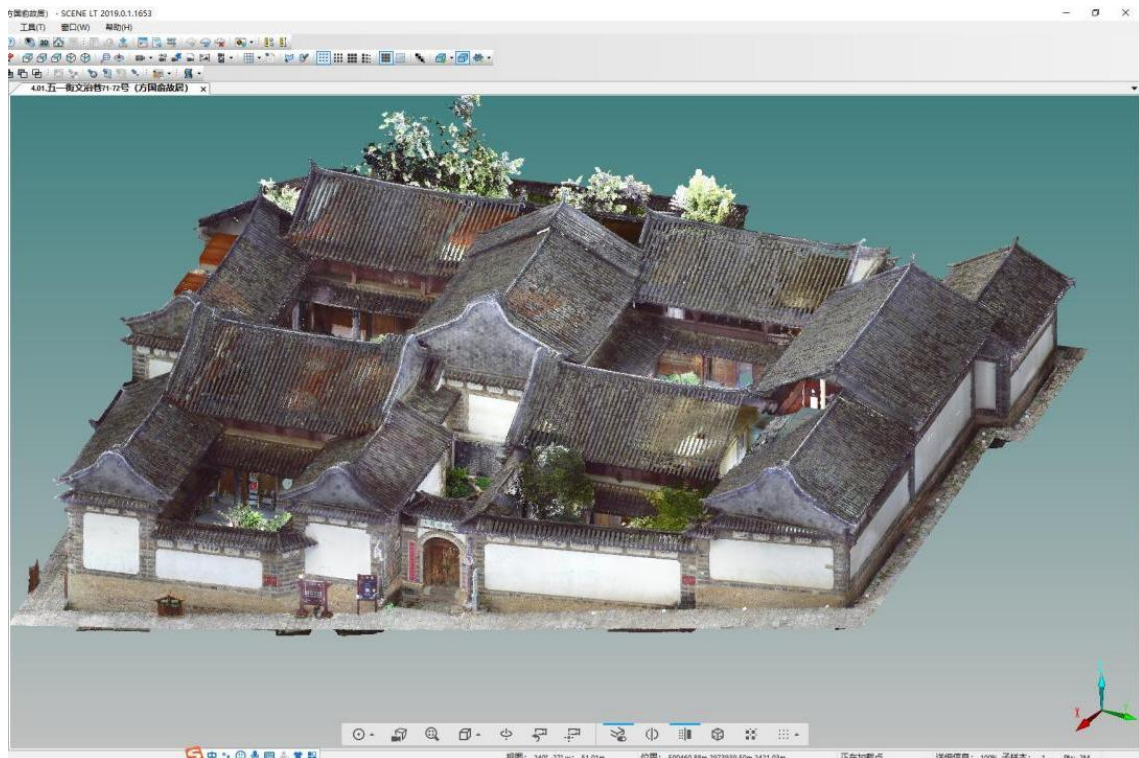


图 2 遗产本体信息采集系统

(3) 智慧环保。水是丽江古城的灵魂，为保护丽江古城水环境，实施智慧环保项目，实现了河道环境查看、河道入侵报警、执法监管取证等智慧治理。安装 3 处水质监测站、6 个水流监测站，对水的 PH 酸碱值、溶解氧、浑浊度、电导率等指标进行监测；设立了 11 个电子围栏视频监控探头，如有游客或餐饮酒吧等场所向河道内排污水、丢垃圾等违规行为，中心值班人员将及时分派至执法人员处理。

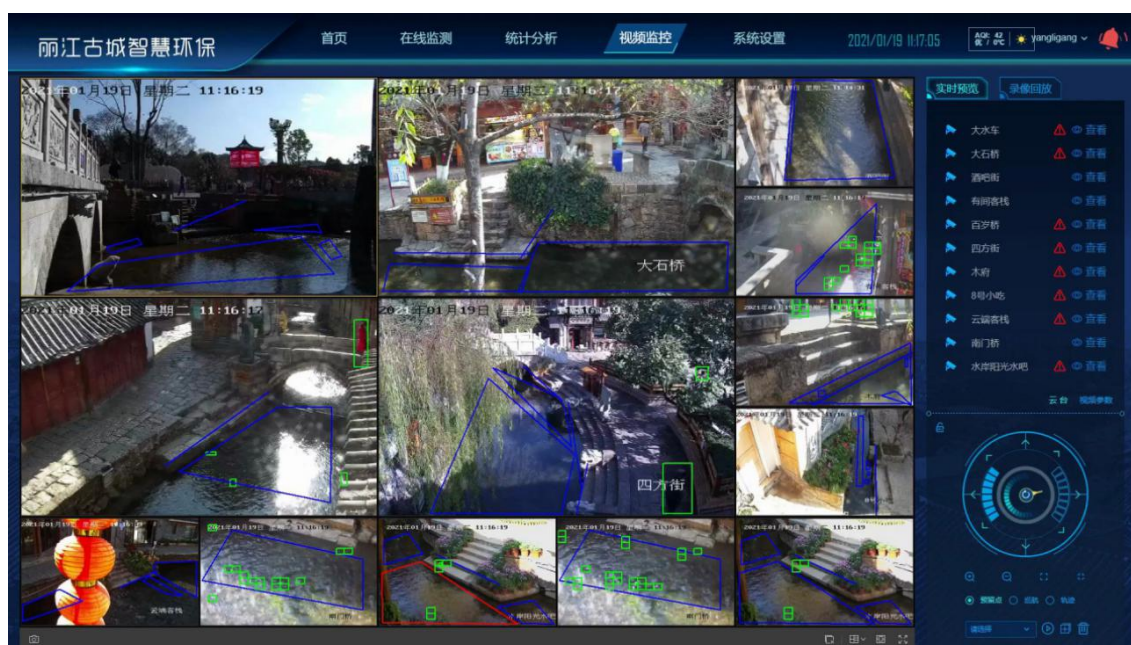


图 3 丽江古城智慧环保

(4) 酒吧噪音监控系统。针对古城酒吧噪音投诉较多的问题，设置酒吧噪音监控系统，部署监测点位 33 个，通过物联网设备对酒吧声音进行实时监测，超过规定分贝数将进行预警，同时通知提醒酒吧经营者和执法人员。



图 4 酒吧噪音监控系统

(5) 建设视频智能分析系统。实时对人脸、衣着、行为等 18 项特征进行分析。主要有三个特点：一是小孩老人走失，只要提供身份证或相片就可以快速识人；二是在旅游市场整治中，将在古城喊客拉客的人员全部列入黑名单，如再次发生上述行为将移交公安机关严肃处理；三是对易发生打架斗殴的区域等实施重点监管，同时对古城景区综治维稳、反恐维稳等方面提供一定的技术支持。

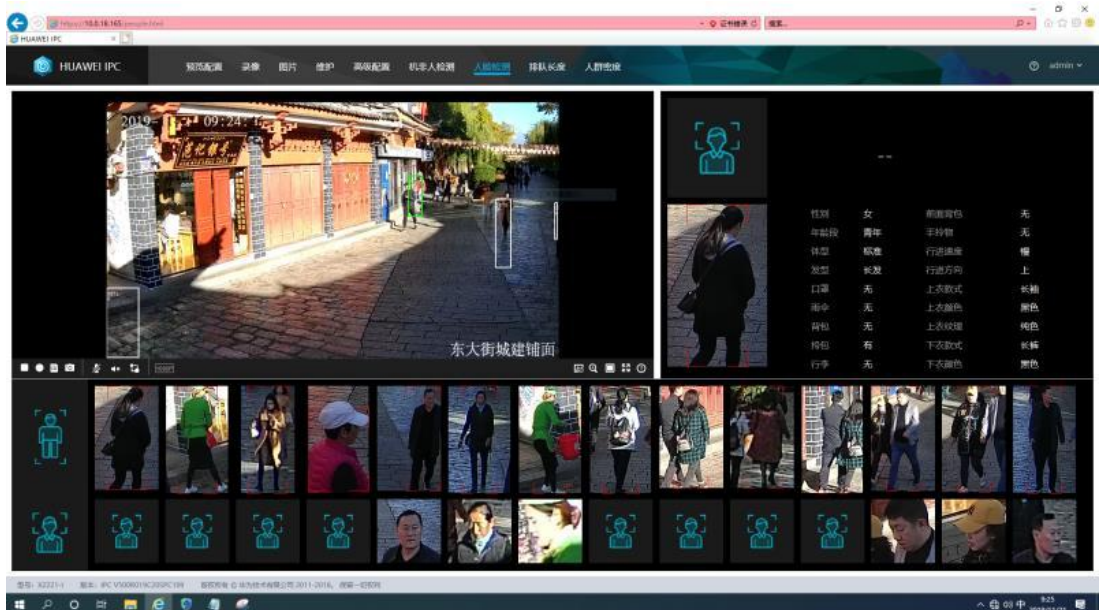


图 5 视频智能分析系统

(6) 建设丽江古城综合指挥管理平台。平台包含指挥中心、行政执法、修缮管理、准入证管理和古城基础信息普查 5 个系统。各业务部门利用综合指挥管理平台, 可在电脑、手机等设备终端进行工作业务处理、快速查看并处理指挥中心分派的各类信息, 实现行政执法、咨询投诉受理、准入证管理、民居修缮管理等业务的信息化应用。通过平台建设, 使古城咨询投诉受理更全面、责任更明确、监督更到位、各类信息收集更及时、部门间的沟通协调和信息互通更快捷、应急指挥调度更灵活, 有效提高问题处理效率和质量, 提升古城应急指挥能力和旅游服务水平。

其中, 经营户管理系统整合商户信息、处罚记录、诚信指数、修缮记录和统计分析等功能, 构建信息资源集成管理平台, 并在全省率先开展涉旅商户诚信评价体系建设, 建立完善覆盖古城的 5100 户商铺和非商铺的数据库, 通过二维码公示牌实现了对三方人群的全服务: 游客扫码可查询、商户扫码可办证、政府扫码监管, 一码多用, 服务三方。



图 6 丽江古城综合管理指挥平台

(7)建设公共安全管理控系统。按照景区疫情防控“预约、限量、错峰”和“实名”等要求，安装了 34 个门禁、140 个闸机，可以实时动态掌握所有人员出入景区相关情况。同时，根据景区实时人流量，系统可设置为常规模式和限流模式，可根据疫情风险等级区域进行实时管控，如出现中高风险地区人员，闸机将关闭并提示禁止通行，工作人员立即启动应急预案，联系卫健部门及时处置。同时，能够通过身份证号码、人脸照片、姓名等信息快速精准查找人员通行记录，结合建成的寻人系统（智慧安防），可以快速还原人员行动轨迹。

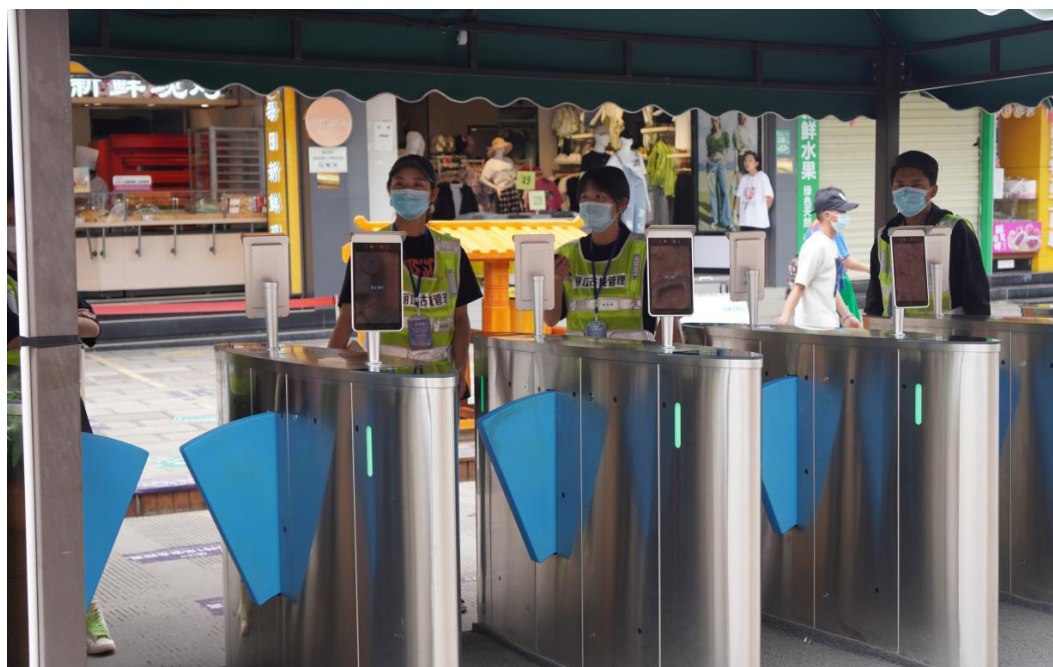


图 7 公共安全管理控系统



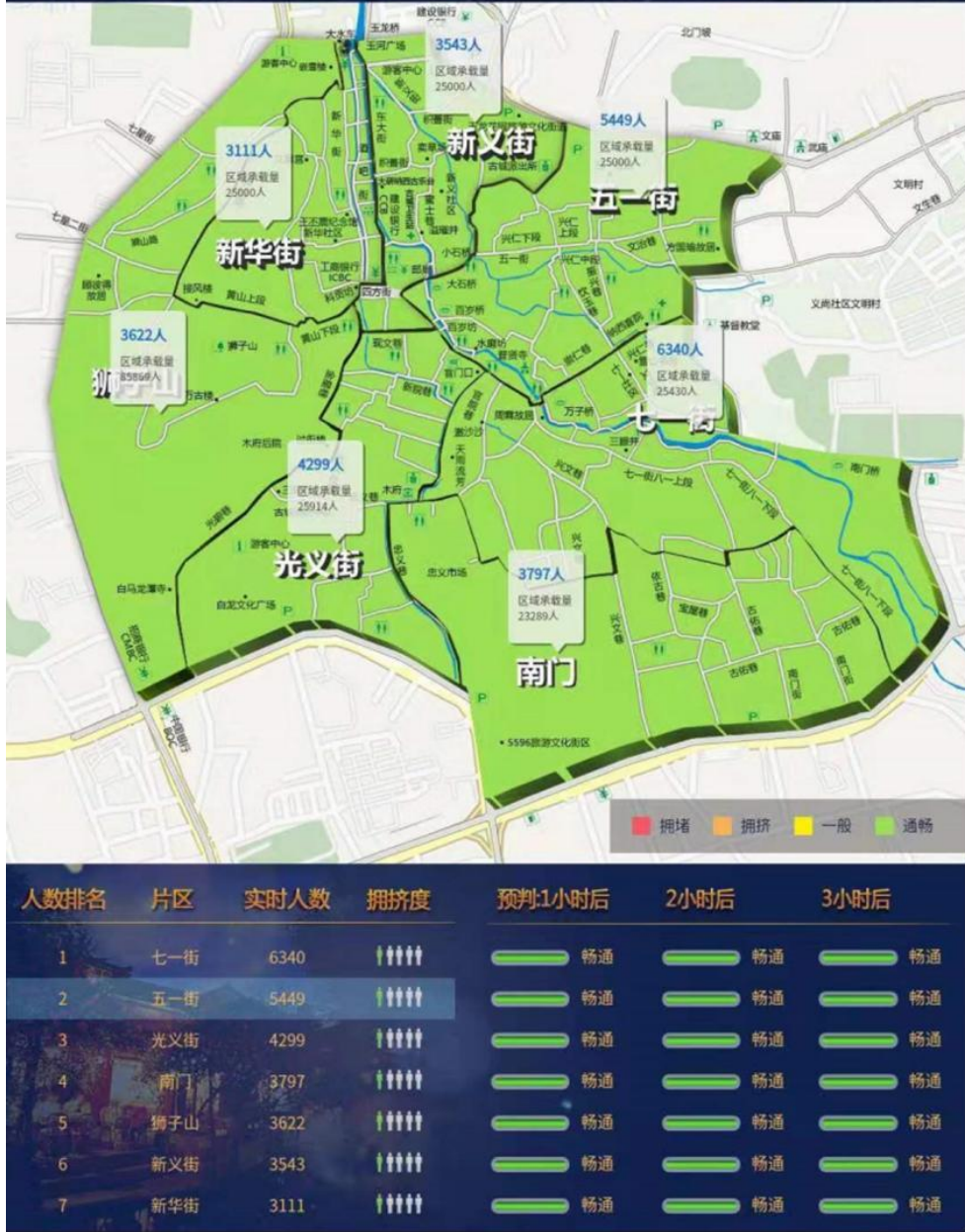


图 8 人流量疏导系统

(8) 建设人流量疏导系统，通过对人流量大数据的统计分析，实现游客流量热力图渐变显示，对各街巷的实时承载进行监测，在高峰期启动预案，联动志愿者、闸机、智慧广播等进行人流疏导，避免发生游客踩踏的情况，保证游客游览的舒适度。

## 2. 聚焦“游客端”，提供精致化智慧服务

大力提升丽江古城智慧旅游服务能力，借助系统数据库打造面向游客的综合服务平台，为游客提供精细化、高效化、个性化的服务。

(1) 明厨亮灶系统。为了让游客吃得安心，实施“明厨亮灶”项目，完成 127 家餐饮户的视频厨房改造工作，通过实时视频显示，将餐饮服务中的厨房环境、食材、烹饪加工等关键点全方位展示给消费者，实现对餐饮经营户的动态监管。游客可通过“一部手机游云南”实时查看餐厅后厨。



图 9 明厨亮灶系统

(2) 全面推广智慧支付，融合刷脸支付、扫码支付等多重支付方式，同时将微信、支付宝、花呗、京东白条在内的支付方式进行聚合，形成支付、对账、管理的综合服务体系，打造出一套完整的线上线下综合平台。通过聚合支付，对消

费数据和信息进行采集分析，为纳税提供支持，推动经济发展。



图 10 智慧支付

(3) 建设丽江古城综合管理服务中心。为给游客提供“一站式”服务，实现统一调度、科学管理，构建了旅游市场监管综合调度指挥中心+旅游警察、旅游巡回法庭、退货管理中心、旅游联合巡逻队、司法调解中心+各涉旅部门+旅游执法履职监督办公室的“1+5+N+1”旅游监管体系，助推丽江

图 11 丽江古城综合管理服务中心



古城治理体系和治理能力现代化、服务能力和服务水平全方位提升。

(4) 为解决景区“找厕所难”的问题，完成 30 座旅游厕所的智慧化改造，实现了查看厕所坑位数、厕所定位、导航及使用繁忙情况显示功能，同时具备坑位占用超时报警和臭气浓度超标报警功能。



图 12 智慧厕所

(5) 为迅速提供医疗应急保障，建设 2 个智能急救站，提供自主免费领用止血用品、包扎用品、自动体外除颤仪、轮椅、担架等服务，确保突发疾病的游客在黄金救援时间内能够得到及时救助。



图 13 智能急救站

(6) 建设“一部手机游云南”丽江古城智慧小镇专区。依托“一部手机游云南”平台，在实现智慧导游导览、景区慢直播、智慧厕所、智慧停车场等功能的基础上，聚焦游客“吃、住、行、游、购、娱”六要素，开设了优质餐厅、精品客栈、特色酒吧、文化院落、诚信购物等板块，为游客提供全方位旅游服务。在“吃”方面，依托诚信评价体系，完成了优质餐饮户的手机订位点餐服务，实现线上订餐、订位、VR 实景预览、明厨亮灶直播，推广应用诚信菜单，直观向消费者展示菜品规格详细信息，让游客“吃”更放心。在“住”方面，上线五星精品民宿客栈，实现线上 VR 实景看房选房，集中打造丽江古城精品酒店体验区，有效解决了 OTA 平台上个别酒店客栈虚假宣传的问题，让游客“住”更安心。在“行”

方面，对丽江古城周边停车场进行智慧化改造，为游客提供停车场精细化导航指引、剩余车位查看等功能，解决游客停车难、难停车的问题，让游客“行”更省心。在“游”方面，运用VR、多媒体等技术打造数字文化院落，实现文化院落在线语音讲解、VR线上游览，确保游客随时体验古城文化魅力，让游客“游”更舒心。在“购”方面，上线丽江古城商城，全面提升商品品质，为游客带来便捷优质的购物体验，同时提供30天无理由退换货服务，让游客“购”更放心。在“娱”方面，上线特色酒吧，运用图文直观展示酒吧特色、驻场歌手、酒水价格等信息，让游客“娱”更开心。

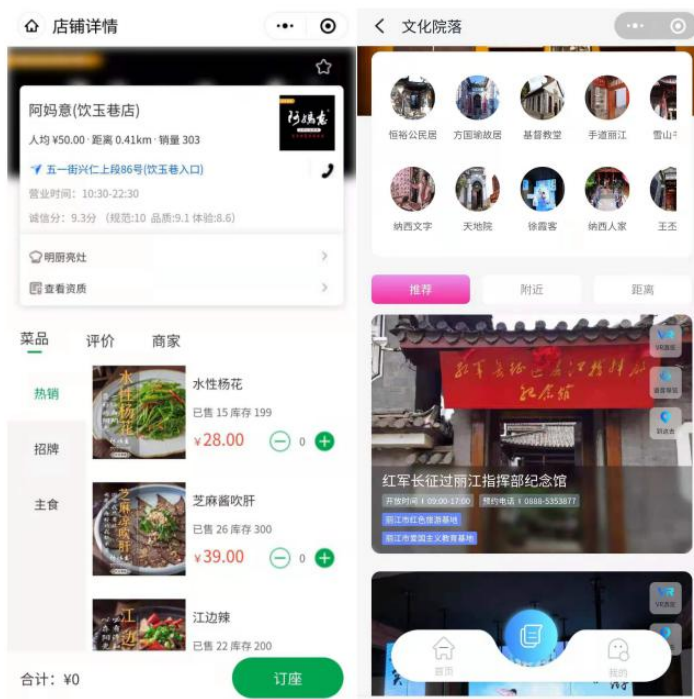


图 14 订位点餐（左）与图 15 数字文化院落

(7) 无人售货商店。结合人脸识别、非接触式的自动识别物品，结合边缘计算能力，构建快速、精准、无感、安全

购物和支付智能商店。游客来到门前，通过人脸识别进店，自主选择商品，离开时通过结算间中的感知设备能迅速感应商品条码，自动结算，刷脸支付。改变了传统的购物体验，极大提升了购物的便捷度。



图 16 无人售货商店

### 3. 创新驱动新融合，5G 场景新应用

近年来，基于 5G 网络覆盖的无人驾驶扫地车、无人驾驶巡逻车、无人驾驶观光车、无人机纷纷亮相丽江古城，成为景区新“网红”。5G 无人扫地车可自主规划路线，自主识别障碍物和行人并主动避让，实现无水干式清扫、干湿两用作业等，可错峰填补夜间清扫保洁力量不足的短板，提高作业效率。5G 无人巡逻车能够将景区巡逻现场声音画面实时回传到指挥中心，实现对重点人员的查找和关注，在紧急情况下，通过“一键求助”功能可直接联系到工作人员，实现询问、

求助、投诉等。5G 无人观光车能够实现自主分流限速、安全驾驶、自适应巡航、智能避障、定点停车、自动泊车、紧急制动等功能。5G 无人机能够实现自动巡航、返航等功能，为丽江古城景区的安全防控、消防巡检、景区测绘、遗产保护、指挥调度等提供有力支撑。



图 17 无人巡逻车



图 18 5G 无人扫地车





图 19 5G 无人观光车

## （二）实施效果

从“智慧景区”到“智慧小镇”，数字技术将丽江古城传统的管理模式转变为数字化的管理模式，实现古城保护管理和景区服务的新突破。一系列深度游览体验项目的落地，不仅为游客带来独具特色的文化主题、旅行故事和沉浸式体验，也让古城的“人间烟火味”变得“潮味”十足。这些智能化、数字化的新变局，让古城的品质得到大幅提升。

新冠肺炎疫情防控常态化下，智慧小镇的综合指挥管理平台、公共安全管控平台、智慧广播、人流监控系统、数字宣传屏等智能管控系统作用凸显，在迅速疏散撤离人群、发布实时信息、宣传防疫知识等工作中发挥了突出作用。

丽江古城以各种沉浸体验、科技手段，让文化深度演绎，让非遗活化传承；运用 5G、大数据、人工智能等技术，着眼于游客吃、住、行、游、购、娱，给游客和当地居民提供了更加智能化和人性化的服务。

### 三、实践案例创新点及建议

#### （一）案例实施创新点

丽江古城作为开放式景区，同时具备 5A 级景区、世界文化遗产地、居民社区的属性特征。针对丽江古城不同属性、不同服务对象、不同管理职能，统筹规划智慧小镇建设格局，不断完善顶层设计，在“N 应用”中分类开展综合管理、智慧旅游、智慧服务、智慧创新四大体系建设，确保系统建设具备针对性、联动性、实效性，避免了系统重复建设、资源浪费。同时充分发挥“智慧景区”的样板作用，建立文化科技融合发展新模式，全面推进丽江古城数字化创新水平，将科技与遗产保护、展示文化、智慧管理等相融合。

#### （二）推广价值

瞄准“国内领先、国际一流”目标，遵循“政府引导、市场主体”的原则，强化智慧旅游服务能力建设，推动丽江旅游国际化、高端化、特色化、智慧化发展，全方位提升丽江旅游发展品质，在旅游转型升级上走在前、树标杆，让丽江这张名片更加靓丽。同时，以丽江古城智慧小镇为标杆案例，向全省同类型景区、社区推广可复制、可借鉴的成功案例。

# 重新理解中国未来旅游

来源：人民日报人民文旅 2022 年 2 月 10 日

2 月 8 日上午，谷爱凌以一个近乎完美的高难度跳跃，夺得了 2022 年冬奥会自由式滑雪女子大跳台比赛金牌，她进行赛前训练的成都新都尖峰旱雪四季滑雪场也迅速获得人们的关注，该滑雪场在同程旅行平台的搜索热度实时上涨至平日的 15 倍。

当虎年春节遇上冬奥，大众热情持续高涨的带动下，以冰雪项目为主的冰雪游成为这个春节假期的时尚新潮玩法。



图源：视觉中国

在张辉看来，这样的现象趋势并非一蹴而就，关于文旅行业未来发展的新趋势也逐渐开始显现。

“冰雪旅游的火爆也代表了一个趋势，那就是体能型的

旅游逐渐被技能型旅游所替代，旅游者需要通过掌握一门特定技术获得旅游体验，除了冰雪之外，还有登山、马拉松、滑翔、游艇等等。”张辉强调，“技能型旅游虽然属于小众群体，但消费水平高，频率高，占用资源少，可以带动相关装备制造业的发展，是旅游高质量发展的一个重要形态。”

作为文化和旅游部“十四五”规划专家委员会委员，他表示，“新旅游”与先前旅游的不同，区别表现在几个方面：一是从市场动力来说，从原先旅游供给侧发力转向旅游需求侧发力；二是从旅游形态来说，从原先体能性旅游形态向技能性旅游形态转变；三是从旅游六要素组合方式来说，从原先旅游要素组合化向旅游要素独立化转变；四是从旅游方式来说，从原先旅游的生活方式向生活方式、学习方式、成长方式三位一体转变；五是从旅游融合方式来说，从原先旅游+向+旅游转变；六是从旅游时间分布来说，从原先日间旅游向日间、夜间旅游一体化转变；夜间消费重要性进一步提升；七是从旅游空间关系来说，从原先目的地与客源地单一关系向碳汇地与碳源地复合关系转变，生态旅游破题是一个重要问题。这些新旅游的特征也集中反映了旅游高质量发展的

的问题。

采访中，张辉坦言，疫情对中国旅游业的打击是很大的，损失也是巨大的。“但不能光算经济账，还要算未来旅游发展方向的大账。”他表示，如果旅游行业真正通过疫情来反思现存问题，并通过这个外力来助推“新旅游”的高质量发

展，化危机为转机，将能加速我国旅游发展模式的变革，倒逼下一步的改革和创新。

**人民文旅：**刚刚过去的 2021 年对所有行业而言都是变革之年，这一年文旅行业让您感受最深刻的变化是什么？

**张辉：**新冠肺炎疫情蔓延至今已有两年多，且仍看不到终点，但是我们已经可以清晰看到疫情对中国旅游业基本面的改变。

一是散客化，团队旅游需求降低，家庭出游需求激增。

二是定制化，跟随既定线路出游的传统旅行方式已逐步被淘汰，取而代之的是私人定制化的旅游产品。

三是本地化，由于疫情影响，跨地区出游屡屡受限，本地短途旅游需求爆发，乡村旅游和民宿随之发展飞快。

另外，体能型的旅游逐渐被技能型旅游所替代，比如登山、马拉松、滑雪、滑翔、游艇等，旅游者需要通过掌握一门特定技术获得旅游体验。**技术型**旅游虽然属于小众群体，但消费水平高，频率高，占用资源少，可以带动相关装备制造业的发展，是旅游高质量发展的一个重要形态。

这次疫情对旅游企业影响很大，也迫使他们来改变自己的发展方向和经营战略。我想一个产业、企业的成熟，往往都是遇到一个突发的事件，在新形势、新变化下，逐渐思考和实践出应对之道，从而促进下一轮的发展。疫情总会过去，当下的调整尝试、创新改变都将为中国旅游业未来发展奠定一个很好的基础。

**人民文旅：**您的新书《旅游的逻辑》有一整个章节都是围绕全域旅游的研究。据您的调查研究，当前我国全域旅游整体发展情况如何？

**张辉：**旅游的发展要分供求两个方面来谈，过去40年中国旅游的井喷式发展，往往是需求侧发力的结果。当下中国已经进入了大众旅游的发展阶段，全域旅游就是为了解决大众旅游的需求问题。

全域旅游近几年的发展，可以说全面改变了旅游供给侧单点、单线发力的发展理念，转为从整体旅游环境入手来解决供给侧问题。

从全域旅游的理念来看，实际上就是要通过全域旅游的实践来改变我们县域旅游发展的基本条件，基本环境和基本产品供给，颠覆原来以景区为核心的旅游空间体系、以观光为核心的产品体系和以传统旅行社为核心的产业体系，逐渐从小旅游供给转向大旅游供给。

全域旅游的这几年的实践，尤其是两批全域旅游示范区的设立，对我国下一步县域旅游发展会起着非常重要的作用。

但是我认为全域旅游的发展理念还存在一些认识问题，很多人都认为全域旅游的重点是全空间、全产业、全行业、全人员、全部门等等，实际上全域旅游是一个发展路径问题，从学术语言来讲，它是一个和工业化并行的旅游化发展方式。

工业化核心问题是强调投资，而旅游化核心问题是强调消费，这是两种不同的发展理念。在中国社会经济发展新阶

段里，要构建新的发展格局，我想通过旅游化的全域旅游实践，对于重新寻找中国旅游发展路径，特别是解决乡村振兴问题、偏远地区的经济发展问题都提供了一个很好的思路。

**人民文旅：**您之前提到：中国旅游业的下一个十年是旅游品牌的竞争。旅游品牌的塑造，难点和重点在哪？

**张辉：**中国旅游发展四十年，基本是在市场的供给侧发力，包括评定优秀旅游城市、A级景区，设置全域旅游示范区等，都是在创造中国好要素、好产品、好项目、好市场、好品牌。

但是，品牌的问题是市场认可度的问题，它取决于需求的种类和规模。四十年来，真正推动中国旅游大规模的发展却是在需求侧上的发力，而不是在供给侧的发力。

无论是国内旅游还是国际旅游，推动旅游大规模发展是在需求侧发力的结果，对于旅游好品牌，好旅游市场的形成，在研究供给侧产品体系和服务体系同时，要好好研究怎么在旅游的需求侧发力。

从现在到未来的五六年的时间，中国旅游要走向一个品牌化的发展之路，从原来“大旅游”向“好旅游”转变，来满足日益增长的市场需求。

一个好品牌想要经久不衰，必须要研究它所承载的内涵能不能符合未来旅游发展趋势，能不能符合地域的文化和整个旅游大环境的趋势。

如果十年前是企业之间的竞争，那下一个十年则是中国

旅游品牌的竞争，一个企业如果拥有一大批的好品牌，那么它就会在中国旅游行业市场竞争中处在不败之地。

**人民文旅：**当下内部需求变革叠加外部环境冲击，应当如何跨越行业发展的分水岭时刻？

**张辉：**我想应该从宏观、行业、企业三个层面来思考。

从宏观层面来讲，旅游需求不同于一般的需求，必须要求各种政策来进行配套。要构建中国的好旅游，不仅必须有供给侧的好供给，还必须有一个好制度来推动需求发展。

比如大地理尺度的度假旅游，需要通过道路和车辆管理的制度性调整，才能扩大房车旅游所占市场份额，也可以带动相关制造业和配套产业的发展，使之成为大众旅游发展一个新的增长点。

近几年我国研学旅游虽有发展，但与发达国家相比，无论是规模还是频率都存在很大差距。需要通过教育制度的改革，深化研学旅游相关政策落实，推动我国研学旅游常态化发展。

另外，我们必须看到，国内旅游是基础，入境旅游是国家旅游的“根”，应该高度重视、大力发展入境旅游，打造真正世界级旅游城市，从而发展成为世界旅游大国。这也需要多方面的政策支持，包括签证便利化、网络便利化和支付便利化。

从行业层面来讲，我们必须改变更新一些理念。原来我们认为旅游是一种生活方式，实际上，旅游不仅是一种生活



方式，也是一种学习方式，更是一种成长方式。

所以在行业发展的下一步，要真正把旅游从生活方式向生活方式、学习方式和成长方式三位一体转向，从而丰富我们的旅游形态，扩大我们的旅游群体。

在新的发展阶段，各行各业都在更新发展观念，新能源、新汽车、新物流等概念层出不穷。旅游业也需要思考“新旅游”发展格局，通过政策制度，行业标准来推动旅游行业朝着高质量的方向去发展。

从企业层面来讲，当然现在很艰难，但是经过这次疫情能“活下来”的企业，都是中国优秀的旅游企业。

对于生存和发展问题，一是需要思考如何更新迭代自己的产品，从哪些地方提升自己的服务质量；二是需要根据实时动态的市场变化，及时调整自己的业态，不断调整服务方式。

**人民文旅：**您如何看待2022年文旅行业的发展趋势？作为文旅部“十四五”规划专家委员会委员，您认为在“十四五”乃至未来的一段时间里，中国要构建起什么样的旅游发展新格局？

**张辉：**我认为面向2022，我们文旅人应该要坚定信心，市场还是会有很大的发展的。

“十四五”规划的出台对我们近五年的中国旅游的发展非常重要的。

首先，要在空间上要形成一个网状格局。从点线辐射、

板块发展成为点线面一体网络状全格局。

第二，强调旅游业和其他行业的融合。包括旅游和文化的融合，旅游和交通融合，旅游和农业的融合，旅游和商业的融合，旅游和教育的融合等等。融合是“十四五”规划的一个发展主调，只有通过融合才会产生新的旅游业态，才会产生新的旅游商业模式。

第三，将旅游打造成生活方式、学习方式、成长方式三位一体的模式。

第四，要打造一批代表行业高质量的标志形态。比如世界级旅游城市、国家级度假区景区、国家级休闲街区等，通过这些不同的空间形态来满足行业的发展需求。

另外，强调大众旅游的发展，加快旅游需求侧结构性改革。使旅游成为全社会每一个成员的消费权利，成为人们日常生活重要的组成部分，使旅游成为全社会的消费常态，使全社会每一个成员都能找到适合自己的需要的旅游形态和旅游形式，充分满足自己的需要。

我想这些都可能在“十四五”期间有所期待。

（编辑 杨珠峰）