

## 数字旅游——中国旅游经济发展新模式

魏翔<sup>1,2</sup>

(1. 中国社会科学院大学商学院, 北京 100006; 2. 中国社会科学院财经战略研究院, 北京 100006)

Doi: 10.19765/j.cnki.1002-5006.2022.04.006

数字革命正在引致重大的经济和社会变化,旅游业是参与这些变化的主要产业之一。伴随着数字化和智能化的快速进展,中国经济转向高质量发展的模式势不可挡。在这样的宏观框架下,旅游业从以往的数量扩张向质量提升的转变不可逆转。旅游产品具有较高的信息含量和无形价值,对数字经济十分敏感。数字化转型正在彻底改变旅游的行业边界和生产方式,并在很大程度上影响中国旅游业未来的发展模式。因此,数字旅游不只是一种技术应用,还是旅游资源价值寻求模式质变的重要载体。不过,数字经济和旅游发展模式之间内在逻辑和运行机制的研究还显得相对匮乏。

### 一、数字经济对旅游发展模式的影响

数字旅游在学界首先被认为是产业融合的概念和体现,并将引发旅游产业的升级和创新。同时,数字旅游还被视为旅游虚拟产业集群的策动者,使传统旅游超越地理限制,实现海量游客和服务供应商等旅游利益相关者在虚拟空间聚集和互动,快速敏捷地满足游客需求和政府的监管需求。从构成要件来看,数字旅游主要包括软硬件设备、数字服务和数字旅游产品。

数字旅游对旅游发展模式的变迁体现出几个突出特征。一是虚实交互迭代。虚拟技术创造的文旅体验和在地化真实体验双轨并行,引领着内容迭代与商业模式更新。二是资源优化配置。旅游数据智能化可以对实体旅游资源和虚拟旅游资源进行跨时空的再配置,不断实现旅游产业集群的帕累托改进。三是价值边界突破。数字经济通过数字分工形成的虚拟企业重塑产业发展模式,使旅游发展更加模块化和虚拟化,逐渐突破传统的价值链边界。

数字经济助推或扭转旅游发展模式催生出多个生机勃勃的领域。首先,旅游大数据领域。旅游大数据深刻改变了旅游营销和旅游销售的传统模式,这些新的模式全面挖掘并活化了以下新数据源:用户生成内容数据,包括在线文本数据和在线照片数据;设备数据,包括GPS数据、移动漫游数据、蓝牙数据等;交易数据,包括网络搜索数据、网页访问数据、在线预订数据等。其次,旅游智慧城市领域。“数字嬉乐”(digital playfulness)通过数字化

将古老城市景观代入现代生活进行互动(比如“城市捉鬼”电子旅游游戏),促进不同利益相关者实现共同创造(co-creating),从而塑造出“游乐城市”(playable city)<sup>①</sup>。再次,旅游区块链领域。据研究,旅游政策的制定可以利用区块链来实现各利益相关者之间的包容性、安全性和经济性,对“小岛经济体”(small island economy)尤其适用<sup>②</sup>。此外,还有消费领域。数字旅游在交通密度高的地区对消费升级具有更为显著的作用。当然,数字旅游带来的模式变化还表现在其他各个领域,正逐渐成为旅游发展模式创新的主要领域。

### 二、数字经济对旅游发展模式研究的启迪与深化

当前的数字旅游研究极大丰富和引领了未来旅游发展新模式的探索。但是,美中不足的是,目前的研究对理论逻辑和理论指导实践的深度还待进一步挖掘。尽管数字技术并不需要完全颠覆原有经济学理论,但是它却能颠覆性地降低搜寻成本(search cost)、追踪成本(tracking cost)和验证成本(verification cost),改变理论对实践的预测能力,这是数字经济研究者需要深入挖掘的方向所在。以下几个方面的议题可作为进一步探索的引子。

第一,数字技术对旅游注意力价格的争夺。通常认为,互联网、移动互联网等数字技术会降低新闻媒体将消费者的注意力卖给广告商而获得回报的能力,但是,最新研究揭示,互联网的发展并没有明显地造成报纸读者人数的大幅下降,这是因为数字技术虽然有利于提高注意力经济的收入,但也会降低注意力的价格,从而缩小纸媒和网媒在吸引注意力时的价格差。显然,数字旅游对旅游营销的影响面临同样的问题,未来的数字旅游并不一定代表着传统旅游营销的消亡,二者对注意力价格的净影响需要进一步研究。

第二,数字智能对旅游平台设计的优化。在线上旅游市场,给定的时间里有成百上千种不同的竞争产品可供销售,而且产品流失率很高,平台在决定将哪些产品呈现给既定消费者中扮演着重要的角色。如何借此设计最优的平台策略,需要将平台建模为交易费用和交易价格削减带来的短期利润最大化过程。关于此的旅游模式研究显然还十分匮乏。

第三,大数据、算法对旅游市场效应的提升。

① ANDREI O J K, SHARON G M K. Is blockchain technology a watershed for tourism development?[J]. *Current Issues in Tourism*, 2019, 22 (20): 2447-2452.

② MARQUES L, BORBA C. Co-creating the city: Digital technology and creative tourism[J]. *Tourism Management Perspectives*, 2017, 24: 86-93.

旅游公司常处于垄断竞争的市场结构,从而使旅游公司具有“数据反馈环效应”(data feedback loop),即公司在数据投资上具有累积效应,占有的数据越多就会增长得越快,进一步占据更多的数据,并产生“主动实验效应”(active experimentation),即数据能带来边际生产率的递增。而如何获取到更多的数据则和算法息息相关。

第四,数字经济效率对传统旅游的冲击。数字市场上有很多没有品牌的小型旅游服务商(比如旅游公众号和自媒体),潜在消费者很难识别其声誉,需要建立良好的识别机制,建立和改善在线评级系统是一个共识的办法。但是,上述做法会降低对中小企业质量的验证成本,也会降低连锁酒店或连锁旅行社的数量,这已得到一些实证研究的证实。因此,对中国旅游发展模式更深刻的研究之一,在于如何识别数字经济效率对传统旅游市场的“降维打击”,并寻求更好的中和之道。

此外,还有很多数字旅游模式演进的“待解之谜”。数字经济本身就是新经济的一部分,新经济带来新问题,这对中国旅游发展模式的优化演进既是挑战,也是机会,相信未来数字旅游的研究势必会更具技术性、理论性和开拓性。

(作者系第一单位教授、第二单位研究员,博士生导师;收稿日期:2021-12-31)

## 数字经济下的旅游治理:挑战与重点

宋 瑞<sup>1,2</sup>

(1. 中国社会科学院大学商学院,北京 100006;2. 中国社会科学院财经战略研究院,北京 100006)

Doi: 10.19765/j.cnki.1002-5006.2022.04.007

数字经济是互联网、大数据、云计算、人工智能、区块链等数字技术全面渗透到社会经济领域而形成的新经济形态,已成为重组全球要素资源、重塑全球经济结构、改变全球竞争格局的关键力量,以及加速旅游产业变革的核心动力。在此背景下,需要按照“技术创新-产业变迁-治理变革”的逻辑,不断优化旅游治理体系和治理方式。

### 一、数字经济背景下技术创新加速旅游产业变迁

回顾人类历史上的几次产业革命可见,以蒸汽机为代表的第一次产业革命促成了现代旅游业的诞生,以内燃机和电力为代表的第二次产业革命推动了旅游业的规模化发展,以计算机和互联网为代表的第三次产业革命加快了旅游业的社会化发

展。目前,我们正处于以互联网与大数据、云计算、物联网、移动互联网、人工智能等为特征的第四次产业革命爆发期。

数字技术在旅游业的利用、扩散与渗透,不仅形成了各种旅游新技术、旅游新工艺和旅游新设备,而且推动了消费需求升级、产品形态创新、业务流程再造、管理模式升级、商业模式换代和生产方式更新。数字技术从供需两端,特别是供给侧,极大地拓展了旅游产业的边界,加速推进着旅游产业的变迁。从需求层面看,数字技术大大解放了劳动力,使人类拥有更多的闲暇时间和更强的旅游动机,丰富了旅游需求层次,并扩大了旅游需求规模。从供给层面看,借助大数据、云计算等技术,分散的旅游资源、生产者、服务者、消费者得以整合,从而实现更加精准的匹配和更加生动的呈现。人工智能在旅游社区路线设计、酒店云端系统技术、在线旅游搜索、酒店收益管理等方面的广泛应用,展现了旅游业摆脱“鲍莫尔”成本病的可能性。虚拟现实技术渗透于各种旅游产品和服务之中,实现了“从现实到虚拟现实、从虚拟现实到现实”的无缝连接。区块链可能重塑旅游业的支付体系、信用体系和服务体系。人机交互技术不仅丰富了旅游者的体验,也使残障人士、失能老人等能够参与旅游活动,从而扩大了旅游消费群体。新的交通设施、文博技术、展示技术、应急设备、支付手段、物联网技术等得到广泛应用,大大提高了旅游商业服务和公共服务的效能。社交媒体和短视频等数字营销手段的广泛普及,不断拓展着旅游营销的时空范围。概言之,数字经济背景下,各类技术创新加速推动旅游产业变迁,使旅游需求特点、产品类型、生产模式、交易方式、营销渠道等发生了系统性变化。

### 二、数字经济给传统旅游治理模式带来全新挑战

就社会 and 经济发展而言,其形态与结构决定了合宜的治理方式。旅游产业亦同此理。在技术和经济的多重影响下,尤其是在数字技术的大力推动下,旅游领域涌现出各种新业态和新形态,其产业边界不断模糊化,内部异质化程度日益提高,平台垄断、大数据“杀熟”、数据孤岛、“数字鸿沟”等问题逐渐凸显。这些都给传统旅游治理模式带来挑战。

现代语境下,“治理”是从与“行政管理”彼此联系又相互区别的角度提出的,其突出特征在于强调参与主体的多元化和多中心:政府、市场主体和社会作为公共事务的主体参与者;在共同处理公共事务过程中,不同主体通过协商、反馈与沟通实现共