

智慧旅游背景下的乡村旅游生态服务系统设计

邓晓磊, 罗岱, 李亚旭
(北京林业大学, 北京 100083)

摘要: **目的** 研究乡村自身发展服务系统创新, 有效保护、创新和延续乡村自然文化与传统。**方法** 以宁夏隆德县乡村为例, 通过用户旅游体验、优化服务流程、品牌塑造及情感化设计等方法, 建立可持续发展的乡村旅游生态系统。**结论** 结合地域文化特色、技术优势、线上线下良好互动的旅游服务系统, 能有效帮助村民改善生活, 突出民族特色, 完善服务体验。

关键词: 智慧旅游; 乡村旅游生态系统; 服务设计; 用户体验

中图分类号: TB472 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-3563(2018)04-0199-04

DOI: 10.19554/j.cnki.1001-3563.2018.04.038

Ecological Service System Design in Rural Areas under the Background of Wisdom Tourism

DENG Xiao-lei, LUO Dai, LI Ya-xu
(Beijing Forestry University, Beijing 100083, China)

ABSTRACT: It researches the new ideas of service system innovation for helping rural areas to develop by themselves. Taking the rural area of Longde Ningxia province as an example, it builds the sustainable development of rural tourism ecosystem by taking users experience design of tourism, improving the service design processes, building their own brands, emotional design and so on. Combined with the regional culture characteristics, the advantage of technique, tourism service system with good interaction between online and offline, it can help villagers improve the quality of their life effectively, and make the national feature more outstanding, the service experience more perfect.

KEY WORDS: wisdom tourism; ecological service system design in rural areas; service design; user experience

全民出行旅游时代, 旅游业从未像今天一样走在经济建设的前端。旅游资源、旅游设施、旅游服务是旅游业赖以生存和发展的 3 个要素, 涉及游览、住宿、交通、文娱、餐饮、购物 6 个环节^[1]。在互联网行业高速发展的今天, 旅游业以服务设计为探究区域与创新方法, 围绕着设施、服务、资源 3 个方面打造“智慧旅游”成为新的设计思路与趋势。

1 智慧旅游的发展

随着旅游产业及信息技术的发展, 人们也随之提升了对旅游公共服务的需求^[2]。各级政府旅游主管等

部门也渐渐将关注点聚集在了如何解决并满足游客的个性化需求上。然而, 赖以生存的传统旅游服务模式存在很多弊端, 削减了旅客们的体验。在这样的背景下, 借助高速发展的计算机信息通信技术, 以游客为中心、以各类旅游参与方为主体的智慧旅游服务体系建设, 为旅游业的蒸蒸日上开辟了一条全新的路径, 打开了一扇更科学更高效、更加人性化的大门。所以, 大力发展智慧旅游成为旅游业的不二选择^[3]。

随着物联网、云计算、人工智能和大数据等新技术的普及, 智慧地球、智慧城市、智慧旅游等新概念正逐步变为现实^[4]。智慧旅游是以游客为中心, 以应用互联网、物联网、云计算、大数据、GIS 等“互联

收稿日期: 2017-11-08

作者简介: 邓晓磊 (1992—), 女, 宁夏人, 北京林业大学硕士生, 主攻交互设计。

通信作者: 罗岱 (1974—), 男, 云南人, 北京林业大学艺术设计学院副教授, 主要研究方向为仿真与游戏设计、交互设计、Web 前/后端设计开发、林业可视化。

网+”技术为手段,以计算机、移动设备、智能终端等为工具,以智慧服务、智慧营销和智慧政务为主要表现形式,以全面满足游客吃、住、行、游、购、娱的服务需要为基本出发点,以“为游客、旅行社、景区、酒店、政府主管部门以及其他旅游参与方创造更大价值”为根本任务的一种旅游运行新模式^[5]。大力推进旅游业的健康、快速和可持续发展,必将是我国的一项长期的战略决策^[6]。

2 乡村旅游生态服务系统设计思路

国际工业设计协会(ICSID)29届年度大会对工业设计进行了的全新定义:(工业)设计旨在指导创新、促发商业成功与提供更好质量的生活,是一种将策略性解决问题的过程应用于产品、系统、服务及体验的设计活动^[7]。基于智慧旅游背景下服务系统设计,也应考虑用设计思维整合整个创新设计流程,更多在系统设计、服务设计、体验设计等方面下功夫。通过对服务蓝图的规划、情感化设计的融入、产品设计、视觉包装等,大幅度提升旅游服务整体流程的效率、用户使用的易用性、用户体验满意程度以及用户使用后的忠诚度,从而塑造可持续发展的服务链路,且拥有更好的用户体验和更优秀的服务质量。

研究表明,在未来产品与设计创新时,不可避免的趋势有:手机应用逐渐消失,奢侈服务走向大众市场,政府为了更好地为大众服务大力支持数字科技,逐渐成为“选择时代”的主流等等^[8]。本文认为,体现在乡村旅游生态服务系统设计上,也可以归纳为以下3个思路。

1) 制定完善的服务设计流程。智慧旅游的发展离不开服务的设计,从接触点出发,针对目标用户的不同服务接触点进行服务体验设计,并梳理出体验蓝图。通过分析旅程图中用户服务体验过程中的行为,进一步发现整个旅游服务系统设计上的痛点,发现产品设计的机会点,制定出完善的服务体验,从而促进整个旅游生态系统可持续发展。

2) 线上线下互动体验结合。线上到线下(即Online to Offline,简称O2O)是指将线下的商务机会与互联网相结合,让互联网成为线下交易的平台^[9]。对乡村旅游而言,就是将线下预定房间、购买门票、购买特产等消费行为转移到线上完成。O2O模式高速发展的今天,人们不再满足于乏味的线上内容,如何让线上线下的体验更生动、更多样化应该是研究的主要问题。

3) 品牌塑造及情感化设计。通过各种渠道对当地历史、民族文化资源进行收集、整理,对特产进行品牌的包装,并对其赋予历史文化的情感价值,最终推荐给用户。一方面是对村落中民族文化进行宣传,既保护历史民族文化,不让其流失;另一方面增加旅游趣味性,用情感化的设计打动用户,打破传统的被动服务模式,可以促进用户的消费欲望,增加村民收入。

3 隆德县公共产品及服务系统设计

3.1 背景及现状

宁夏隆德县的书法、泥塑、篆刻等民俗文化在国家非物质文化遗产普查目录100多个项目中涉及50多个,民间绘画等9个项目被列入自治区级非遗保护名录。隆德红宝枸杞等特产也十分出名^[10]。

根据《隆德县旅游景区行业研究报告》,2016年隆德县乡村旅游基础设施建设项目已有9个,10个乡村正在改建或新建农乐,神林山庄自驾游营地正在建设生态餐厅、停车场和住宿区改造。2016年1—4月,隆德县共接待游客13万人次,营业总收入574万元。

随着旅客不断增长和旅客对服务体验的需求提升,隆德县在服务质量上也相应出现了一些问题。前期研究表明,隆德县自然风景迷人、文化底蕴深厚是吸引旅客前往的重要原因。但现今,人们旅游的期望已跨越出欣赏景观的层面,更关注游玩过程中的良好体验、特色的服务。如何使隆德县紧跟时代,吸引更多年轻人来隆德游玩,应该是现在隆德县旅游业面临的重点问题。这些游客对“智慧旅游”的需求是非常强烈的,“智慧旅游”能大幅度提升游客预定、入住、购票、游玩、购物、分享等过程的体验。“智慧旅游”可以带来大量的网络游客,通过使用互联网平台也会产生更多消费行为。

3.2 宗旨及概况

“隆德县公共产品及服务系统设计”以微信公众号平台为入口,提供隆德县导览、集市购买渠道、导览、线上服务等入口。除了让外来游客了解隆德县外,有兴趣到村子内游览的游客也能使用在线客房、餐点、旅游套餐等预订功能,预先了解旅游行程交通、入住与饮食等信息,最终达到以下目标:(1)对目标用户深度调研,为系统的多方用户提出最合适的构架设计;(2)打造隆德县景区旅游服务品牌,增加景区知名度,增添用户黏度;(3)分析各接触点,优化各个服务流程,打造优质的用户体验;(4)用文化对产品进行包装,吸引游客,促进特产、纪念品等销售;(5)各个环节形成良好且可持续发展的服务链。可持续发展的隆德县旅游系统见图1。

3.3 隆德县公共产品及服务系统设计的基本内容

在深度对隆德县调研后,本文提出了以下服务解决方案。

1) 为隆德县设计一款微信公众账号,客户可以根据需要在微信公众账号中查看隆德县各景点的介绍。查询与安排隆德旅程服务蓝图见图2。

2) 用户也可以在微信公众账号中观看博物馆、村寨导览。通过定位技术,为游客提供目的地导航以及景点讲解等服务。

3) 在公众账号中,游客可以在线预订客房、预订

旅游套餐、旅行餐点等。

4) 通过公众号, 旅客可以在线购买当地特产。

5) 结合当地民族特色对博物馆周边产品重新设计, 如推出带有隆德特色的明信片、书签、邮票等纪念品。

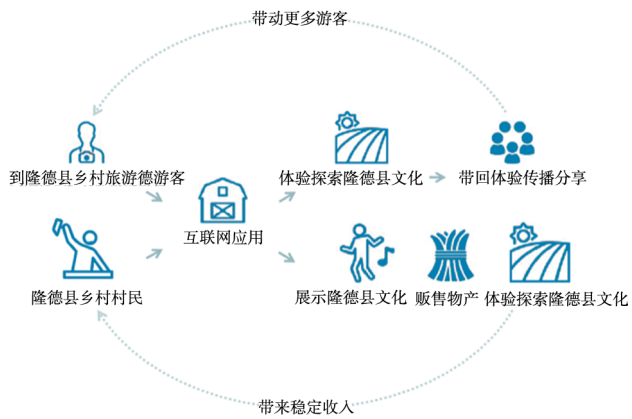


图 1 可持续发展的隆德县旅游系统
Fig.1 Sustainable tourism system of Longde

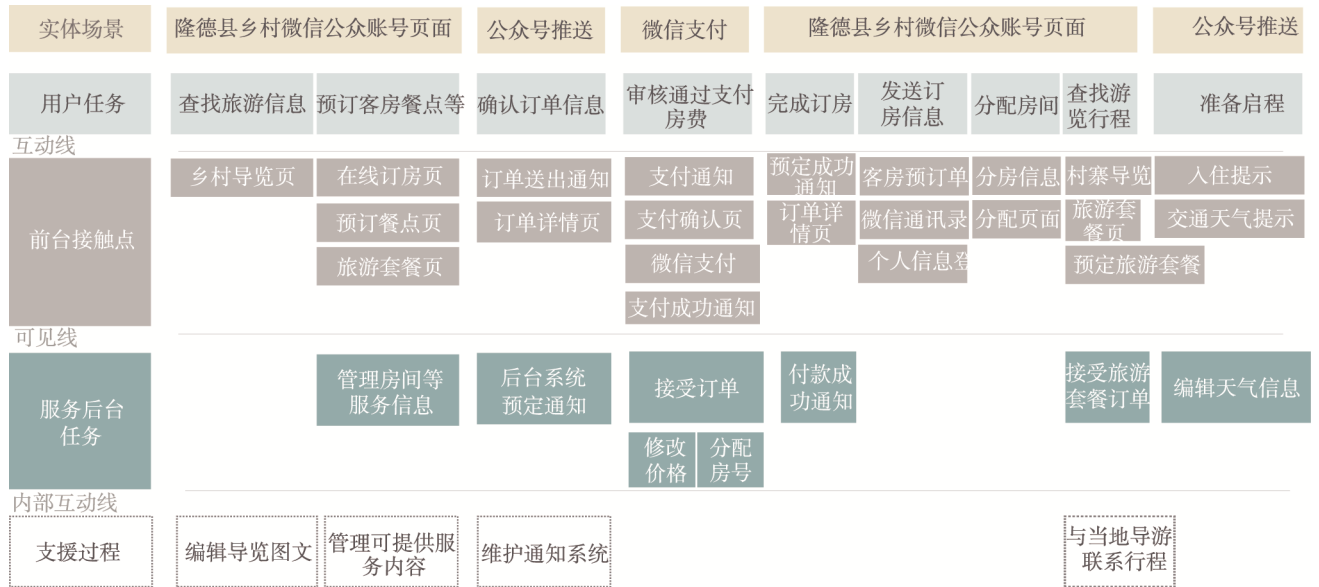


图 2 查询与安排隆德旅程服务蓝图
Fig.2 Service blueprint of inquiring and arranging a trip about Longde

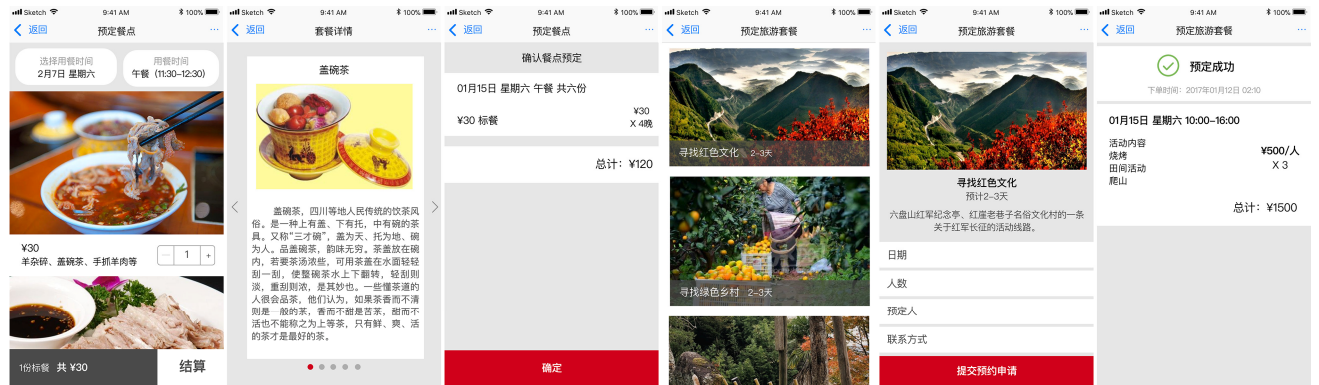


图 3 个性化主题界面
Fig.3 The interface of personalized themes

3.4 隆德县公共产品及服务系统设计的创新点

“隆德县公共产品及服务系统设计”与目前国内其他相似的旅游信息平台或者综合类旅游信息平台产品相比, 除了同样含有基本的人文、住宿等服务之外, 还包括因隆德县独到的地理与民族文化特点而设计的不同的功能。

1) 个性化主题的旅游路线定制。由于隆德县周围景点众多, 若要在一天内将所有的景点参观完, 容易走马观花, 大大降低了旅行体验。个性化主题的旅游路线定制, 将游玩路线规划为几种不同的主题, 提供合理的游玩路线。用户可根据自己的喜好选择相应的游玩主题, 购票成功后, 根据电子二维码在终端机打印出个性化纪念票, 背面附带路线图、景点介绍、提醒注意等内容。这种多元化的游玩主题、纪念门票策略对应的正是顾客多元化、个性化的需求, 以满足游客个性化需求为目标, 实现游玩路线个性化、服务方式个性化、服务内容个性化, 从而有效地改善用户体验, 提升旅客的满意度。个性化主题界面图见图 3。

2) 线上线下游戏化体验相结合。红宝枸杞、白豌豆等农作物都是当地有名的特产,用户可以通过线上科普类小游戏了解基本信息,线下亲手采摘的方式,增加现场体验感。线上小游戏见图4,线下体验见图5。只有上升到人文关怀层面的服务才可以抓住旅客的心,这也是打造“智慧旅游”的核心理念,而非一味强调先进的技术、优质的界面。辛向阳在2016年TED的演讲中说到:“体验中有一个很重要的概念是Co-creation,即用户与商家一起创造自己的体验”。任何一种体验都是顾客身心感受与活动事件之间的互动作用的结果。利用线上普及教育与线下参与体验相结合,商家与游客共同打造全新的用户体验。

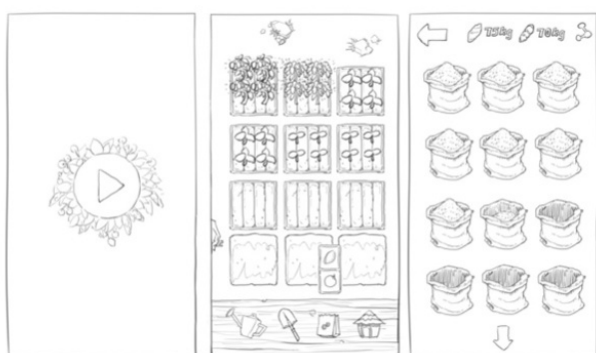


图4 线上种植科普游戏

Fig.4 Online game of planting and popular science



图5 线下采摘体验

Fig.5 Offline experience of picking

3) 品牌塑造及情感化设计。对当地特产重新包装,打造隆德县自己的品牌。长久以来朴实的枸杞农们产出大部分枸杞只能卖半成品,自己只能获得微薄的收益。利用互联网技术,整合包装设计与推广渠道,可以提高枸杞附加值。

4) 民族风情的体验。隆德县是回族同胞聚集地,不少游客对我国少数民族文化风情深感兴趣。在工作人员穿着、住房装修风格等保留回族特色,感兴趣的游客会拍照留念、分享,提高隆德县旅游的知名度,促进整个服务系统的可持续发展。应用微信线上预定餐饮的功能,向旅客推荐“盖碗茶”等回族特色美食,在增添整个旅行的乐趣的同时也宣传了回族文化。

4 结语

从“隆德县智慧旅游服务系统设计”的分析中可以看出,在“互联网+”背景下的旅游业设计,应该充分利用先进的互联网技术提供的便利,将线上的互动与线下的活动有序有效地结合,利用地域与民族的特点,大力发扬民族特色文化,同时发掘文化的可利用点,将其转换为经济效益,促使乡村经济得以发展。

参考文献:

- [1] 邓成连. 触动服务接触点[J]. 装饰, 2010(6): 13—17.
DENG Cheng-lian. Touch the Service Touchpoints[J]. Printing Technology, 2010(6): 13—17.
- [2] 韩玲华. 江苏省智慧旅游公共服务平台建设与应用研究[D]. 南京: 南京邮电大学, 2014.
HAN Ling-hua. A Study on Construction and Application of Smarter Tourism Public Service Platform in Jiangsu Province[D]. Nanjing: Nanjing University of Posts and Telecommunications, 2014.
- [3] 姚国章. 智慧旅游新探索[M]. 沈阳: 东北师范大学出版社, 2016.
YAO Guo-zhang. New Exploration of Wisdom Tourism [M]. Shenyang: Northeast Normal University Press, 2016.
- [4] 姚国章. “智慧旅游”的建设框架探析[J]. 南京邮电大学学报, 2012, 14(2): 13—16.
YAO Guo-zhang. A Study on the Construction Framework of Intelligent Tourism[J]. Journal of Nanjing University of Posts and Telecommunications, 2012, 14 (2): 13—16.
- [5] 高家晨. 智慧旅游背景下旅游 APP 游客接受行为的研究进展[J]. 江苏科技信息, 2016(17): 71—73.
GUO Jia-chen. Research on Tourists Acceptance Behavior of Tourism APP against Smart Tourism Background[J]. Jiangsu Science & Technology Information, 2016(17): 71—73.
- [6] 武琪. 关于促进旅游业改革发展的若干意见[J]. 财经界, 2014(25): 66—67.
WU Qi. Ideas about Promoting the Reform and Development of Tourism[J]. Money China, 2014(25): 66—67.
- [7] 王祎. 观念为重——工业设计概论课程教学探索与实践[J]. 艺术科技, 2016, 29(5): 6—7.
WANG Wei. Value Heavy-exploration and Practice of Teaching of Introduction to Industrial Design[J]. Art Science and Technology, 2016, 29(5): 6—7.
- [8] 丁熊. 智慧旅游背景下的景区公共产品与服务系统设计[J]. 包装工程, 2016, 37(12): 149—154.
DING Xiong. Public Product and Service System Design in Scenic Areas under the Background of Wisdom Tourism[J]. Computer Engineering and Design, 2016 (12): 149—154.
- [9] 赵秋霞. 互联网+环境下中小企业发展电子商务的相关思考[J]. 商情, 2016(40): 8—10.
ZHAO Qiu-xia. Thoughts on the Development of Electronic Commerce in Small and Medium-sized Enterprises under the Environment of Internet Plus[J]. Shangqing, 2016(40): 8—10.
- [10] 郑芸芸. 探析隆德县的县域经济与发展途径[J]. 经济视野, 2014(6): 27—27.
ZHENG Yun-yun. Explore the County Economy and Development of Longde[J]. Economic Vision, 2014(6): 27—27.