

广东省汕头市金山中学2021-2022年高二期末题免费在线检测

1.

阅读下面的文字，完成下面小题。

材料一：

新冠肺炎疫情对中国经济社会造成了较大冲击，旅游行业更是首当其冲。旅游企业面临经营困境，可以说失去了一整个冬天。中国旅游研究院预计，2020年一季度，国内旅游人次将负增长56%，国内旅游收入负增长69%。以景区为例，客流量、门票和二次消费收入等经营活动受疫情的直接影响最大。

值得注意的是，疫情期间旅游市场出现了不少积极现象，其中火爆的“云旅游”更是引发诸多有益思考。目前，国内已有至少20个城市、1000多家景区开通了线上游览服务，人们足不出户就能“云”游天下。通过线上旅游开辟推广新渠道，不仅实现文创产品销量翻番，吸引了成千上万日后线下参观的“准游客”。截至目前，仅抖音平台“在家云游博物馆”相关视频总播放量就超过2.9亿。特殊时期，通过数字化技术和科技创新转危为机，旅游经济复苏指日可待。

（摘编自《海外网评：“云旅游”推动旅游业越冬迎春》）

材料二：

旅游是典型的体验经济。在新冠肺炎疫情期间，无法开放的旅游景区为保持热度，通过视频、直播、VR体验等多种方式，给消费者丰富的在线体验；通过互联网在线模式进行景区游览，“云旅游”很自然地走入生活。

一些人士认为，作为在疫情中急速“火爆”的文旅新模式，“云旅游”契合了疫情期间游客无法实地体验的需求，一旦疫情消除、社会步入常态，这种模式就会失去其价值。但从深层来看，这种观点有失偏颇。

作为新的“种草”模式，“云旅游”可以将数字“流量”变为“留量”。近年来，我国网络直播发展很快，预计2020年直播经济将超1万亿元人民币。从直播经济的结构看，秀场直播、游戏直播、电商直播占了绝大部分，旅游类直播相对较少。“云旅游”通过与消费者的深度互动，能够实现“先种草，后出行”，这一方面解决了因信息不对称给消费者带来的旅游体验差问题；另一方面能使景区的推广覆盖更为广阔的人群。对于热门景区而言，“云旅游”突破了时间与空间的限制，突破了景区物理接待能力的限制，从而推动旅游业的线下线上融合。

在技术与商业模式创新的推动下，“云旅游”正在从一种渠道变成一种全新的体验产品，不单纯对景区物理环境进行了展示，还添加了更丰富的内容。在一些人文景区，通过对“云旅游”的深度挖掘，可以使景区潮起来、文物动起来、文化活起来、历史醒过来，打造与线下完全不同的旅游体验产品，带来比线下更生动、更丰富、更深度的体验。“云旅游”还能带来更为多元的互动性，使旅游与社交的融合更为紧密，满足游客差异化需求。中国社会科学院旅游研究中心和腾讯文创共同发布的《新冠肺炎疫情下的旅游需求趋势调研报告》表明，疫情后总体旅游动机均值较2019年提升4.0%。其中“进行社交，结识新朋友”提升8.0%，“了解文史，丰富知识”提升7.4%，而“云旅游”对这两方面的满足能力高于线下旅游，其发展值得期待。

有观点认为，“云旅游”的一大缺陷在于，其异地体验特性无法给景区带来住宿、餐饮等收入。但也要看到，“云旅游”可以通过商业模式创新，推动产业跨界创新融合。借助“云旅游”，很多博物馆等文化场所打开了文创产品销售渠道。2020年的国际博物馆日推出了“为国宝代言”小程序，在云端呈现国宝、在云端讲解背景、在云端接轨文创，带来了当地特色产品的网络热销。以直播为代表的“云旅游”，其门槛并不高，一部手机，一个专业知识丰富、语言表达能力强的主播，就能将景区的风光、历史、文化等立体呈现给消费者。因此，它也是一个非常有发展空间的创新创业新场景。