



- 首页
- 新闻中心
- 通知公告
- 讲座活动
- 教授观点
- 下载中心
- 院长信箱
- 高端论坛

新闻中心

您的当前位置: 首页 - 首页栏目 - 新闻中心

吕本富教授在“第三全球旅游网络营运商合作交流会”做主旨演讲

发布时间: 2014/9/23

9月16日,以“智慧旅游,联结未来”为主题的“第三全球旅游网络营运商合作交流会”在绵阳北川举行。本届盛会由四川省旅游局、绵阳市人民政府主办。谷歌、百度、Facebook、Abacus、携程、去哪儿网、Hana Tour、JTB等全球知名网站、旅游网络营运商、航空公司、旅行社等旅游及信息化相关企业 高层齐聚绵阳北川,深入探讨互联网技术为全球旅游业带来的新挑战与新机遇。会议本着“创新、实效”的要义,引进新理念、新模式和新机制,着重强化四川省旅游系统与全球旅游网络营运商的合作对接。

中国科学院大学管理学院教授、博士生导师吕本富出席开幕大会,并作主旨演讲,从大数据的冲击,大数据带来企业营销方式改变以及大数据旅游预测分析三方面对大数据相关问题进行思考并作了分享。

吕本富表示,对于大数据的旅游预测分析,对旅游者来说,目的地确定以后有两类行为,一个是到旅游网站搜索信息,第二是进行比价搜索,第三是看旅游分享。所以必须建立三种模型。一种模型是互联网的数量分析,主要分析搜索,搜索数据及时记载了搜索特点,反映用户变化。搜索我们叫意图数据库,反映他的意图。还有失业率、主要市场等等。这个优势有及时性,相关搜索能够表明旅游的最新动态,旅游行为大概可以领先一个月左右。我们研究发现搜索量大概会领先一个月左右。当然不同的旅游地更长一点。

第二是情绪分析,负面情绪一定是影响旅游人数的,现在我们发现不一定,有的地方很负面,但是去的人不少。有的负面情绪一下把人数降下来,所以不一定必然相关。还有网络的互动行为,通过浏览和搜索有一个过程,一般在确定目的地之后会浏览,浏览行为对旅游目的地选择更加重要,浏览了什么视频,浏览了什么相关网站更加确认了他的人数。所以做旅游不仅仅是简单做搜索,还有搜索、浏览、情绪行为都是我们做的三种模型。(参考资料来源:四川在线 绵阳市旅游局)