

# 开启全国首家“互联网+”智慧旅游之门

## 龙门石窟与腾讯公司合作建设的“互联网+龙门”智慧景区上线运营

2015年7月15日,是注定将载入龙门石窟发展史册的日子。当日下午,“互联网+龙门”智慧景区上线运营启动仪式在龙门石窟大石门广场举行。

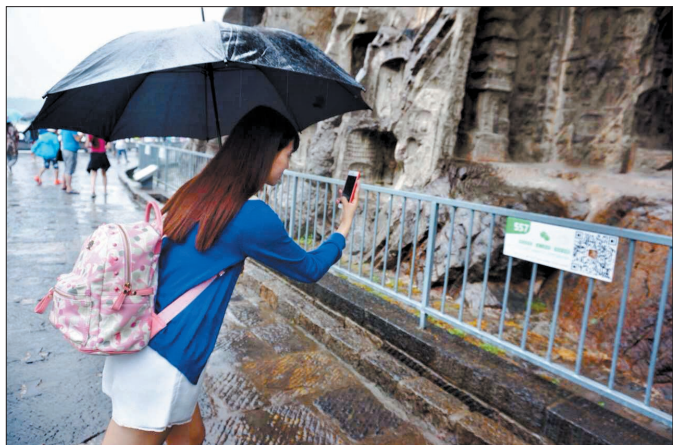
从此,世界文化遗产龙门石窟增加了一张崭新的名片——成为全国首家“互联网+”智慧景区,跨步迈入“互联网+”的崭新年代,开启了崭新的篇章。龙门石窟此举必将载入互联网行业和中国旅游行业史册!

省委常委、市委书记陈雪枫,腾讯公司副总裁、腾讯网络媒体总编辑陈菊红和出席活动的千余名嘉宾一起,通过用手机微信摇一摇的方式,共同开启了象征着龙门石窟智慧旅游的大门,并作为首批体验者,全程体验了互联网为龙门石窟带来的全新变化。

古老的龙门石窟,在“互联网+”时代,开始向世人展现出新的能量,向所有关心、热爱龙门石窟的海内外人士郑重发出邀请:“互联网+龙门”的世界很精彩,让我们一起去看看!



游客扫码进景区 张斌 摄



游客在景区内用手机扫码,体验“互联网+龙门” 罗浩 摄

### 1 先行一步 建设全国首家“互联网+”智慧景区

洛阳的名片,世界的龙门。

自去年下半年以来,龙门园区管委会提出了“洛阳的名片,世界的龙门”品牌定位,以打造“洛阳文化示范区的窗口和名片、中原文化的标志和符号”为总目标,描绘龙门石窟发展战略蓝图,踏上了龙门石窟跨越提升的新征程。

在昨日的上线运营仪式上,龙门园区党工委副书记、管委会主任于迎说,作为新时期的龙门人,他们在探索如何将龙门石窟古老厚重的历史文化价值,通过现代科技手段,以一种别样方式展示给世人,让龙门石窟凝固的历史可感知、可传播,从而在创新中传承历史。

幸运的是,龙门石窟赶上了“互联网+”的时代潮流。

龙门石窟代表着传统与历史,但是顺应“互联网+”时代发展潮流,顺势而为,成为今天所有龙门人的自觉行动。

先人一步,遍地黄金。从3月下旬开始,龙门园区管委会便积极主动与腾讯方面进行对接。最终,腾讯总部同意在4月29日举行的峰会上与龙门石窟签约。

在签约仪式上,腾讯网副总裁葛敏表示,当天国内有15个城市与腾讯签署合作协议,龙门石窟是唯一一家旅游景区。这是腾讯总部首次与一家景区合作开展“互联网+”智慧景区建设,足见其对与龙门石窟合作项目的重视程度。

受腾讯公司董事局主席兼首席执行官马化腾委托,腾讯公司副总裁、腾讯网络媒体总编辑陈菊红专程参加了昨日的活动仪式。她表示,龙门石窟表现出了敏锐的洞察力和执行力,抢抓机遇,顺应时代发展潮流,与腾讯强强合作,率先开展“互联网+”智慧景区建设,成为河南省乃至全国旅游行业的标杆。

#### 龙门石窟名片

世界文化遗产

全国重点文物保护单位

国家重点风景名胜区

全国文明风景旅游区

国家AAAAA旅游景区

全国首家“互联网+”智慧景区

全国首处实现智慧旅游的世界文化遗产

全国首个4G、Wi-Fi全覆盖的大型景区

全国上线速度最快的“互联网+”项目

河南省首个“互联网+”上线项目

### 2 强力推进 成为全省首个“互联网+”上线项目

作为腾讯合作建设的全国首家“互联网+”智慧景区,龙门石窟将努力打造全国最具代表性的“互联网+”智慧景区的典范和标杆,成为新常态下中国旅游转型升级的先行者、见证者和引领者。

龙门石窟与腾讯签约后,明确了对接交流机制,组建了专业团队,紧锣密鼓地开展项目落地工作,强力推进项目落地。

腾讯总部对龙门石窟项目高度重视,成立了以总部产品技术部为骨干的“互联网+龙门”项目精英团队,由腾讯·大豫网牵头,负责龙门石窟项目,每周向腾讯总部汇报进展情况,并为龙门石窟量身打造了新颖的微信旅游产品。

龙门园区管委会积极主动融入,将项目实施列入管委会重要工作议程,成立了项目执行团队。各部门紧密配合,忘我工作,强力推进项目落地实施。

自4月29日签约后,双方先后进行了7次技术对接,加快项目推进步伐。

5月15日,受腾讯·大豫网总编辑杨永生委托,腾讯·大豫网副总裁曹帆带领产品经理张帆、胡鑫等“互联网+龙门”项目执行团队成员,实地考察龙门石窟景区,与龙门园区开展了第一次交流和讨论。

5月28日,腾讯团队与龙门石窟进行了第二轮对接。景区票务中心、讲解公司、窟区管理处和东山宾馆等相关单位参与讨论。

6月5日,腾讯团队第三次赶赴龙门,为龙门石窟智慧景区建设落地实施做更加精细的准备。在考察景区过程中,团队成员学习龙门石窟博大精深的历史文化;龙门园区管委会旅游局工作人员结合龙门特色提出了诸多创意。

6月12日,双方进行第四次对接细化。执行方案加入更多龙门元素,创意无限、私人定制的智慧龙门,将给龙门石窟带来脱胎换骨式的提升。

6月24日,腾讯团队与龙门石窟工作人员查看指示牌安放位置、智能终端的点位摆放,双方认真查看,仔细商讨,力争完美。

7月3日,双方进行第六次对接,就“互联网+龙门”项目启动做进一步细化准备工作,河南日报报业集团、洛阳移动、洛阳邮政等合作单位人员同时参



腾讯公司副总裁、腾讯网络媒体总编辑陈菊红冒雨现场体验“互联网+龙门”项目 罗浩 摄

会。大家表示将克服一切困难,加紧筹备,及时完成各项任务。

7月10日,各方进行第七次业务对接,就“互联网+龙门”项目上线运营做最后的准备,并实地对项目全程进行体验,进一步进行优化调整。

无数个不眠之夜,项目执行团队的成员密切配合、忘我工作,终于在7月15日实现了“互联网+龙门”智慧景区上线运营。

此时,距离4月29日签约,仅仅过了76天!

在上线运营启动仪式上,陈菊红对项目的顺利推进给予高度评价。她表示,“互联网+龙门”项目是河南省首个亮相的“互联网+”项目,也是目前上线速度最快的“互联网+”项目。这次合作,无论对腾讯还是对河南都有着重要的意义。龙门石窟成为全国世界文化遗产中首个实现“互联网+”旅游的景区,千年历史文化与现代科技相遇,让古老厚重的龙门迸发出了新的时代光彩。

曹帆表示,“互联网+龙门”的执行方案,是腾讯公司为龙门石窟打造全国智慧景区标杆而量身定做的,同

时结合龙门独特的历史艺术价值和世界文化遗产品牌价值,融入全新亮点,体现龙门旅游的新观念、新思路。

于迎明确表示,龙门方面将积极配合,做好思想上、管理模式上的转变,迎接“互联网+龙门”新思维模式的到来,重新定义龙门文化,以方便游客为原则,优化游客体验,让游客到龙门的全新体验可感知、可传播。

在推进“互联网+智慧景区”进程中,龙门园区管委会采用开放、合作、融合、共赢的态度,与一切愿意参与的资源进行各种层次的合作,实现合作共赢。

中国移动通信集团河南有限公司洛阳分公司克服时间紧张等种种困难,采用最先进技术,在龙门景区新建了8公里光纤、51个无线接入点、160个无线接入点,实现4G、Wi-Fi全覆盖,使龙门景区成为全国首个实现4G、Wi-Fi全覆盖的大型景区。

中国邮政集团公司洛阳市分公司为微信扫码入园提供了高科技的闸机和新颖的门票,为龙门智慧旅游提供了坚实的设施保障。

正是有了这些,才会让“互联网+龙门”智慧景区建设中演绎了如此多的奇迹!

### 3 创意无限 “互联网+龙门”的世界很精彩

#### 首期 8 项互动体验项目

- 1 松林拼图** 在大石门南侧的绿化景观内,用手机摇出松林拼图小游戏,增加青少年游客的科普知识,也增加趣味性
- 2 测一测与哪尊佛像最有缘** 在龙门桥上,摇出互动游戏“测一测与哪尊佛像最有缘”。游客将自己的照片上传至后台,通过对比,手机界面即会显示龙门石窟内哪尊佛像与其最有缘。游客在随后游览中带着探秘感寻找到那尊与其最有缘的佛像,还可以分享到朋友圈中与亲友分享
- 3 与剪刀手大佛合影** 在宾阳北洞,摇出互动游戏“与剪刀手大佛合影”。宾阳北洞主佛“剪刀手”主佛,被冠以“史上最萌佛像”称号。游客上传与佛像的合影,可以测测“萌系指数”
- 4 体验360°全景洞窟** 在万佛洞,摇出“体验360°全景洞窟”。出于文物保护考虑,龙门石窟内很多洞窟不可能让所有游客进入参观。通过“体验360°全景洞窟”,可以非常清晰地看到洞窟内的每个角落
- 5 拜卢舍那、上心香** 在奉先寺,摇出互动游戏“拜卢舍那、上心香”。奉先寺卢舍那大佛龕是龙门石窟最具代表性的佛龕,出于文物保护和安全考虑,游客不能上香祈福。为满足游客上香祈福心愿,腾讯方面专门设计了“拜卢舍那、上心香”互动体验。游客进入页面,可以选择祈福的类型,然后选择祈福的内容或自行编辑,即可在手机上显示为亲友祈福点燃的3根香。游客可以将祈福内容发送给微信好友,让对方在千里之外感受到祈福祝愿。同时,现场大屏幕会显示游客是某年某月某日第几位上香的游客。据悉,这是全国首个微信上香体验项目,由腾讯专门为龙门石窟打造设计
- 6 龙门送您祈福魏碑** 在古阳洞,摇出互动体验“龙门送您祈福魏碑”。龙门二十品是魏碑体的代表,其中有十九品在古阳洞内。游客摇出体验界面后,就会收到关于龙门二十品的图文介绍,之后可以写下对亲友的祝福,后台将自动生成魏碑体,并发送给亲友。这样,可以让游客对龙门二十品和魏碑体有更直观的认知
- 7 龙门石窟百科知识竞赛** 在古阳洞南至漫水桥间,摇出互动游戏“龙门石窟百科知识竞赛”。游客游览完主要景点后,对龙门石窟有了初步的整体认识,在此摇出此互动游戏,可以回答问题,测试一下自己对龙门石窟的了解程度
- 8 心语心愿·卢舍那下许心愿** 在礼佛台,摇出互动体验“心语心愿·卢舍那下许心愿”。在面对卢舍那的礼佛台,空间相对空旷,游客通过此页面,可以与卢舍那对视10秒钟,然后大声说出心中的愿望,通过语音方式分享给远方的亲友,相信后者在听到祝愿后一定会感动,同时增加对龙门石窟的游览兴趣

制图 赵韵 宁琦

从7月10日起,腾讯网就对“互联网+龙门”上线运营进行了充分预告;7月15日,腾讯网、腾讯新闻客户端向全球直播仪式进程,世界各地的9亿QQ用户共同见证了这一历史时刻。

腾讯“互联网+龙门”团队产品经理曹杰介绍,腾讯团队结合龙门特色提出创意,发挥技术特长,私人定制“互联网+龙门”项目,以龙门石窟官方微信服务号为主要依托,首期实现了四大板块的上线启动。

具体而言,“互联网+龙门”项目,首期具备“互联网+购票”“互联网+游园”“互联网+管理”“互联网+宣传”四大功能板块,借助互联网手段,实现微信购票、微信入园、语音导游、在线客服等功能,通过便捷性、趣味性、互动性的改变,为游客带来从入园前到出园后的全流程智慧体验。

“互联网+购票”。游客可以通过手机实现自主购买电子票,方式包括在龙门石窟官方微信服务号内购票、景区入口购票墙扫码购票、在各类宣传广告上扫码购票等。这样,可以免受高峰期排队购票之苦。

“互联网+游园”。游客可以体验三大类产品——第一类产品:通过扫码方式通过闸机,实现3秒自助快速入园,减少排队等候时间;

第二类产品:通过向龙门石窟官方微信服务号回复景点数字编码,即可体验对应的景区内64个景点的语音讲解、文字和图片说明,便捷地了解所看到的景点信息。

第三类产品:通过微信摇一摇功能(打开蓝牙),游客可以体验首期8项互动体验项目,增加在游览过程中的乐趣。(见图表)

“互联网+管理”。可以实现两大功能:一是设立微信在线客服,实时与游客保持互动沟通,快速高效地解决游客咨询、诉求、求助等方面的事宜,不让一位游客在龙门受到委屈;二是统一管理智慧龙门平台。通过不断积累游客的大数据,利用后台数据分析,根据游客的来源、消费习惯、性别、年龄等有效信息,开展有针对性的旅游推介、旅游服务等,并逐步探索“龙门石窟+”的新服务模式。

“互联网+宣传”。腾讯方面表示,将充分发挥自身互联网宣传影响力的优势,借助腾讯网、微信、微博、客户端等手段,对QQ用户和微信用户开展高密度的立体宣传,塑造龙门石窟良好的品牌新形象。

例如,针对此次上线活动,腾讯总部特批QQ弹窗服务进行高规格宣传,通过腾讯网、客户端等实时向全球直播,并随后建立专题业务,对龙门石窟进行

系统性宣传展示。

在上线运营启动仪式上,于迎说,在融入互联网的浪潮中,除了千年大佛永恒不变之外,其他所有的一切都将逐步改变。龙门千年文化借助互联网手段,得到更广泛、更有效的传播,让游客在参观后对龙门石窟心有所依,从而进一步传播龙门文化。

“今天,我们开启的是‘互联网+龙门’的一扇门,希望看到互联网带给龙门一片崭新宽阔的天空。”于迎说。

陈雪枫高度评价了此次“互联网+龙门”智慧景区建设:一是龙门石窟作为传统历史文化景区,通过与互联网融合,运用现代科技信息手段,“活化”洛阳历史,将为游客带来全新旅游体验,符合新常态下旅游产业发展规律;二是以“互联网+”为契机,龙门园区在内部管理、业务流程再造等方面,实现了转型升级;三是为全国旅游业如何与互联网融合提供了可供参考借鉴的标杆和典范;四是发挥示范带动作用,总结出可复制、可推广的经验,为洛阳其他行业融入“互联网+”、实现改造升级提供了生动的样本。

“互联网+龙门”的世界很精彩,让我们一起去看看!(龙祿)