预约出游，为旅途添彩（人民时评）

暑期到来，很多景区又迎来了游客高峰期。一些细心的游客发现，与前些年相比不少景区排队买票的现象少了，参观秩序也好了很多，这很大程度要归功于预约出游。近年来，随着移动互联网技术快速发展，手机点一点、提前订门票的预约出游，渐成一种新风尚。尤其是新冠肺炎疫情防控期间，互联网预约出游不仅成为保障安全、有序出游的重要管理手段，也成为景区实现精准化、智慧化管理的有效方法。

预约旅游的纵深推进，离不开政策与实践的共同发力。就政策来看，从《关于进一步激发文化和旅游消费潜力的意见》到《关于深化“互联网+旅游”推动旅游业高质量发展的意见》，再到《“十四五”文化和旅游科技创新规划》，“预约”都是其中重要的关键词；就实践来看，各大景区、相关旅游企业都在积极探索和布局预约旅游。以贵州安顺黄果树瀑布景区为例，以往每逢节假日，排队买票、入园的游客便挤满了景区售票处和入口。如今，景区实行分时段实名预约参观，很好地疏导了高峰客流，有效改善了游客体验。可以说，预约旅游正被社会各方所接受，成为大势所趋。

预约出游不仅给游客带来实实在在的便利，也为景区创造了发展新机会。在智慧旅游的大背景下，互联网预约购票系统沉淀出客流标签化大数据。通过对这些数据进行分析，景区可以更加精准地感知游客需求，进而提供更有针对性的产品和服务，制定更有效的营销推广策略。比如，景区通过对游客来源地数据的分析，根据不同地区游客在不同月份的到访人次，推出更符合游客口味的餐饮服务。再如，通过对客流大数据的分析，可以更好地开发多元化旅游消费服务，帮助一些景区摆脱“门票经济”，实现更加健康可持续的发展。

与此同时，和游客的实际需求相比，我国预约出游的普及率和便利度还有待进一步提升。有调查显示，我国景区门票线上化率、服务数字化程度都有待提高。还有一些景区，门票预约服务虽然已经线上化，但相关硬件设施和配套服务不完善，消费者通过手机查询预约、购票等信息的便利度还不够，影响了人们预约出游的实际体验。当前国内旅游者消费升级意识明显，如何让预约旅游更好服务游客、激发市场主体能动性，不断推动旅游市场高质量发展，相关工作还需要不断积极探索完善。

对于旅游景区来说，拥抱新技术容易，但还要在细节方面下功夫。门票销售从线下转到线上，不仅需要重建一套销售信息系统，还要对景区工作人员开展相关培训，也要安排工作人员帮助老年游客等特殊游客进行预约，减少因购票方式变化带来的不便。在为游客提供更优质服务的同时，也要切实做好数据安全工作，防止游客隐私数据泄露，让预约出游给人们的旅途添彩不添堵。

当前，我国旅游市场正加速复苏，提升旅游体验是关键发力点。无论是景区实现游客的科学导流，还是用好预约数据为品质服务锦上添花，大力推广预约出游都是非常有效的一招。政府相关部门、景区、平台和游客形成合力，共同推动预约旅游更加普及，才能让旅途更安心、放心，为旅游高质量发展注入更强动力。