

# 全球旅游业创新发展的现实基础和主要趋势

夏杰长<sup>1</sup>，徐紫嫣<sup>1</sup>，徐金海<sup>2</sup>

(1. 中国社会科学院大学 商学院，北京 102488；2. 国家开放大学 经济管理教学部，北京 100039)

**摘要：**旅游业是国民经济的综合产业，是拉动经济增长和实现可持续发展的重要动力，也是人文交流、社会沟通和经贸往来的重要载体。人口老龄化、后工业化社会、体验经济和大数据时代等是影响全球旅游业创新发展趋势的重要因素。纵观全球旅游业发展格局，其创新发展主要趋势主要表现为文化旅游融合的数字化，老年旅游产业规模的持续扩大化，旅游交通体系的智能化、人性化、便捷化和立体化，同时虚拟技术开启旅游方式新革命，体验营销深化旅游目的地要素构成和产业组合。

**关键词：**全球旅游业；创新发展；人口老龄化；数字经济；体验经济

中图分类号：F 590.3

文献标识码：A

doi: 10.3969/j. issn. 2096-059X.2020.06.003

文章编号：2096-059X(2020)06-0014-06

旅游业是国民经济的综合产业，是拉动经济增长的重要动力，也是人文交流、社会沟通和经贸往来的重要载体，还是深化全球合作和促进可持续发展的重要力量。在全球经济增长乏力、经济服务化日渐显著和人口结构急剧变化的背景下，把握全球旅游业发展格局和创新发展的基本趋势有着重要的理论和现实意义。

## 一、大变局：全球旅游业创新发展的现实基础

全球旅游业何去何从，如何创新发展，其基本趋势又是怎样的，肯定要受到全球时代大变局的影响。从不同层面观察，未来全球发展的新趋势会有所不同，但是如果考虑到这种大变局对全球旅游业创新趋势的影响，则必须把握人口老龄化、后工业化社会、体验经济和大数据时代等重要变量。

### (一) 老龄化时代

全球人口正步入老龄化阶段，这是一个不争的事实。根据联合国发布的《世界人口老龄化报告》预测，世界人口老龄化日趋显著，老龄人口将从2015年的9.01亿增长到2030年的14亿，占全部人口的比重将从12.3%提高到2030年的16.5%，2050年左右，60岁及以上的人口占比很可能突破20%。<sup>[1]</sup>人口老龄化对经济社会和产业

发展有着深刻的影响，比如劳动就业、社会保障、养老照料、金融市场、社区服务、银发产业和房地产市场等。当然也包括旅游业，因为很多老人同时具备“有钱”“有闲”的最佳旅游客观条件，再加上老年人消费观念从“重储蓄”到“重享老”的主观因素的不断转变，使得老年人的旅游市场需求不断扩大，而且其消费层次和需求层次也逐渐趋向于高端化，其主要表现为老年人外出旅游不仅非常注重旅游体验的精神愉悦性，而且还更加注重养老保健的身体康养性。当全球逐步进入深度老龄化时代，必然会对旅游业创新发展产生深刻的影响。

### (二) 后工业化社会

1973年，美国著名社会学家丹尼尔·贝尔的著作《后工业社会的来临对社会预测的一项探索》出版问世，第一次提出了“后工业社会”这个概念。丹尼尔·贝尔认为，人类社会的发展可以划分为“前工业社会、工业社会和后工业社会”三种类型。前工业社会依靠原始的劳动力并从自然界提取初级资源，工业社会是围绕生产和机器这个轴心并为了制造商品而组织起来的，后工业社会是工业社会进一步发展的产物，是人类社会进化到一定阶段必定会出现的社会结构与生活方式。随着后工业化的发展，经济的发展更依赖于

收稿日期：2020-10-08

基金项目：国家哲学社会科学基金青年项目(20CGL023)

作者简介：夏杰长(1964—)，男，湖南新宁人，教授，博士，博士生导师，主要从事服务经济与旅游管理研究；徐紫嫣(1990—)，女，河北沧州人，博士生，主要从事旅游经济与管理研究；徐金海(1988—)，男，江西乐平人，讲师，博士，主要从事旅游经济与数字经济研究

服务业,具有现代性特征的经济、政治、社会和文化形式已经或正在变化,现代社会正被后现代社会所取代。因此,后工业化社会给旅游带来了新的发展和冲击,推动着旅游业迎来新的发展趋势。

### (三) 体验经济时代

人类经历了自给自足的农业经济时代和商品化的工业经济时代后,进入了服务经济时代。在技术创新和商业模式催生下,服务经济时代的下一站必然是体验经济时代。严格地讲,体验经济又是从服务经济中分离出来的,它追求顾客感受性满足的程度,重视消费过程中的自我体验。<sup>[2]</sup>与传统的农业经济和工业经济相比,体验经济几乎是一种全新的经济形态,更加追求感知和互动,生产与消费几乎是同步实现的。体验经济正在向各行各业渗透,越来越多的消费者和企业正在参与其中,很多企业已意识到未来竞争战略的关键环节就是体验和感知,他们对发展体验经济无比重视。旅游就是异地体验,是体验经济的典型形式,体验经济时代是未来全球旅游业创新发展的重要趋势。<sup>[3]</sup>

### (四) 大数据时代

互联网、物联网、云计算和移动互联网的迅猛发展和广泛普及,让我们进入了大数据时代。大数据的影响是全方位的,大数据的应用大大降低了信息和知识的处理成本,数据的流动性使得任何企业和消费者可以随时随地访问,并成为他们的决策依据之一。现在,许多企业和消费者都意识到大数据是关键生产要素,对大数据的获取和应用无比重视。可以毫不夸张地说,大数据时代正在改变我们的世界和认知。随着综合国力增强、技术不断进步、人民收入水平提高以及闲暇时间的增加,我国旅游业进入高速、优质和创新发展的新阶段,在这不同平凡的进程中,大数据做出了不可忽视的贡献。比如,线上旅游企业利用大数据捕捉有关客户、供应商和企业运营的庞大的信息,科学分析和挖掘数据的价值。2019年上半年,中国在线酒店预订用户持续增长,酒店预订间夜量同比增长20%,总规模接近4亿间。<sup>[4]</sup>此外,许多旅游景区利用大数据优化管理,引流客源和提高服务能力,都取得了不错成效。

## 二、全球旅游业创新发展的基本趋势

### (一) 文旅融合的数字化趋势

人类社会进入了后工业化时代和数字经济时

代,数字技术引发了不同产业之间的融合,特别是对文化旅游产业之间的融合内容、融合模式和融合路径等多方面带来了重要变革。在新技术革命和商业模式创新的催生下,文旅融合的数字化趋势非常显著。文旅融合的数字化创新发展,意义非凡,它很好地解决了文旅市场需求难以把握、文旅资源难以估值、文旅体验难以复制等问题。

#### 1. 数字化推动文旅资源的再整合

文旅融合是文化和旅游两大产业发展的典型特征和趋势。大数据的广泛应用又进一步加剧了这种趋势,并创造出新业态,新业态又将创造文旅融合新资源。大数据时代,文旅融合的新业态就是数字化业态,这种新业态将打破文化旅游固有边界和时空限制,走出文化旅游传统领域,扩大文化旅游资源的范围和形式,以数字化为核心创造文化旅游新资源,包括数字化的自然景观资源、地理环境资源和人文社会资源等。许多旅游企业依托文旅融合数字化新业态对新老资源进行有效整合、无缝链接和价值挖掘,不断提升旅游者的需求层次、培育潜在需求、创造新的需求,开拓文化旅游业发展的新空间和新潜能。<sup>[5]</sup>

#### 2. 数字技术带来文旅新体验

数字技术革命彻底改变和拓展了文旅行业的用户与受众的体验内容、体验渠道、体验方式,创造出卓越的文旅融合新体验。比如,许多旅游企业依托大数据、人工智能、虚拟现实、增强现实等技术的广泛应用,以沉浸式体验、多层次链接、全功能整合为特点,实现了数字内容视频化、视频内容互动化、互动内容功能化。<sup>[6]</sup>这意味着文旅融合进入了数字化时代,正在迎来一场基于数字技术的文旅体验的深刻革命。数字技术基础上的文旅深度体验,有着重要的意义。一方面有助于消费者更好地保护自身权益,让消费价值最大化,另一方面也驱动文旅企业必须充分了解消费需求动态变化,倒逼生产者从单纯“卖产品”思维向“卖服务”和“卖体验”思维转变,从而实现消费者福利最大化和企业收益最大化。

### (二) 老年旅游产业规模将持续扩大

“银发浪潮”不可避免,我们必须正视这个现象。从旅游业发展角度讲,总体影响是积极的,孕育着巨大的发展机会。在人口老龄化的大背景下,老年人的可自由支配收入也在不断地增加,而老年人的消费观念及养老观念也在逐渐改变,因此,老年旅游市场蕴涵着巨大的开发潜力,其

消费需求不可低估,并展现出与一般旅游市场不一样的特点。

### 1. “慢旅游”和养生疗养产品成为消费主流

老年旅游者大多时间充裕、喜欢错峰旅游和组团旅游,更加关注旅游和度假带来的深度体验、品质享受和身心健康的改善,但他们体力精力有限,主要以“慢旅游”和休闲度假为主,文博遗迹、温泉疗养、度假住宅、医疗旅游和养老地产等产品有望成为未来老年旅游休闲业的主流。

### 2. 更加注重以人为本的老年旅游服务

以人为本的理念已经广泛运用于餐饮、酒店、景区等旅游行业实践中,老年旅游休闲更要践行以人为本的原则。老年人生活阅历丰富但精力不足,他们对旅游休闲度假活动的安排考虑得很缜密,很少有旅游行程中猎奇和冒险心理,一般喜欢内容丰富,体力消耗少的短途旅游和游览安全设施、交通基础设施比较好的景区。因此,老年人的旅游线路设计上要短而精,长短线结合,以短为主,控制好旅游节奏,开辟老年快速通道,等等。产品内容设计要符合老年旅游者的喜好。老年人渴望有浓厚的人文交流和情感安慰,他们看重感情和亲情,因此在旅游和休闲度假过程中,要始终坚持人文关怀、安全第一和情感交流的服务理念,不断拓展和提升老年旅游市场新潜能。

### 3. “候鸟式”旅游备受老年人欢迎

所谓“候鸟式”旅游是指老年人出于自身健康和舒适性的考虑,为了回避长住地的不良气候环境而前往更适宜、更舒服的地方旅游、度假和休养,往往会根据季节的不同,寻求适宜的气候,选择不同的旅游目的地,并且在目的地停留时间较长,可为目的地带来较为明显的休闲度假效应。例如,近些年,很多北方的老人会去海南过冬,或者有些身体欠佳的老人选择环境适宜的长寿之乡度假疗养等。和普通旅游产品相比,“候鸟式”旅游存在其特有的特征,一是季节性强,在漫长的冬季,南方温暖怡人的气候吸引着大量居住在北方的老人前去避寒,在炎热的夏季,气候凉爽的旅游目的地又成为候鸟老人的首选,采取“候鸟式”旅游的老年人,往往根据季节的变化,选择气候适宜的地区作为旅游目的地,对旅游目的地来说,认清其优势所在并将其效应放大至关重要;二是灵活度高,区别于传统的旅游产品,“候鸟式”旅游需求的自主程度更大,老年人可根据自身的实际情况自由选择休闲时间与休闲内容,

从这一角度看,越能对接老年人需求的定制旅游休闲产品和服务越能赢得市场;三是专业性衍生需求广泛,相对于年轻人,老年人群体的需求特征明显,在目的地逗留期间,除了传统的旅游活动外,老年人更需要以康体健身、生活疗养为主要主题的产品与服务,因此,在旅游休闲活动、住宿餐饮服务、医疗保健保障等方面都充分考虑到了老年人的特殊需求,由此产生的大量衍生需求是旅游开发中需要重点关注的内容。<sup>[7]</sup>“候鸟式”旅游属于典型的由需求端引发的新兴市场类型,而供给端的规模与水平仍然滞后,需要供给市场在产品、服务和制度保障等方面的全方位调整与创新,只有实现了供需两端的有效对接,才能将该市场的综合效益做大做强。

### (三) 旅游交通体系的智能化、人性化、便捷化和立体化

全球交通基础设施建设投资日益增长,交通体系建设日益完善,旅游与交通的融合将更为紧密。旅游交通将更加智能化、人性化、便捷化、立体化。

#### 1. 智能化

人工智能的发展对经济社会的影响与日俱增,交通运输业也正在朝着智能化方向发展。从全球人工智能重点应用领域来看,德国和日本已经将人工智能引入交通体系。德国在海陆空领域应用人工智能,打造智能交通;日本在空间移动领域使用人工智能,发展自动驾驶和无人配送。中国在智能物流领域应用人工智能,同样是对交通业智能化的渗透。随着人工智能蓬勃发展,未来旅游交通体系智能化日益加强。

#### 2. 人性化

全球智能交通蓬勃发展,相应的技术和产品也在不断升级,在交通基础设施建设中越来越重视“以人为本”的理念。在世界上很多国家的交通设施建设实践中,无不体现着人性化,以英国、美国、日本、新加坡、中国和德国为例,从轨道交通建设到标识标牌的设计,都体现了对人的关怀。旅游交通体系的人性化能够增强游客的出游体验,使其对旅游出行留下美好的记忆,增强反复前往旅游目的地的动机。未来的旅游交通体系会更加注重游客感知,更加舒适。

#### 3. 便捷化

首先体现为信息不对称问题的缓解。移动互联网蓬勃发展使得以携程网、去哪儿网、驴妈妈、

途牛网、芒果网为代表的在线旅行社(OTA)迅速崛起。通过在线旅行社可享受旅游出行一站式服务,在线旅行社把旅游目的地的相关信息、抵达线路都展示得非常直观,交通出行方式可以在移动终端上一键解决,不用再特意去实体旅行社咨询。

其次体现为支付方式的便捷。共享经济的出现,给旅游业的“交通”和“住宿”带来翻天覆地的变化。就交通业而言,以滴滴出行为代表的共享出行可以通过在线预约使旅游出行更及时,线上支付也带来极大方便。共享单车是低碳旅游、绿色交通的最佳出行工具,解决了旅游者“最后一公里”的烦恼,同时推出的月卡、季卡在很大程度上为单车用户的支付提供了方便。再比如,“京津冀”一卡通的推行,在一定程度上实现了北京、天津、河北公交的互联互通,只要办理一张“京津冀”一卡通,三个城市均能使用,这给旅游者的旅游出行带来了极大的便捷。

#### 4. 立体化

早在 100 多年前,法国成功试飞了第一架水上飞机,在一战和二战期间水上飞机既用于军事活动也用于民用领域。目前,随着中国对低空领域的逐渐开放,三亚、舟山、荆门水上机场开始运营水上飞机相关业务,水上飞机的成本与民航相差无几,未来水上飞机的机票若投向在线旅行社(OTA)、实体旅行社、分销机构,或者直接向游客出售,将会带来低空领域旅游的大繁荣。数字技术和第四次工业革命让我们可以改变未来,建设更加美好的世界。根据美国工程咨询公司(AECOM)发布的《未来基础设施报告》,随着第四次工业革命对世界的重塑,未来 3D 打印技术将会为城市提供更多的经济适用房,智能行程管理会为人们制定出行计划,乘坐联网和自动驾驶的汽车出行。目前,在无人驾驶和移动互联网应用的基础上,城市交通发展逐渐立体化,纵横交错的道路四通八达,交通设施建设已经从地面开始陆续向低空领域转移。随着智能交通系统的完善,未来旅游交通体系将会更加立体化。<sup>[8]</sup>

#### (四) 虚拟技术开启旅游方式新革命

虚拟技术必然带来旅游业革命,特别是虚拟旅游的发展。虚拟旅游是指依托特定的现实旅游景观,通过将三维实景和电子地图等技术相结合,构建一个仿真或超真实的虚拟现实旅游环境,并形成一种虚拟现实系统呈现在网络上。它是网络

技术、三维可视化、虚拟现实技术、地理信息技术与传统旅游相结合而产生的一种新型旅游方式,对旅游业变革发挥了关键作用。

#### 1. 超越传统信息形式,连接用户感知和旅游决策

1) 虚拟现实(VR)、增强现实(AR)等现代信息技术突破了文字、图片、视频等传统信息表达形式,让空间维度的信息更加丰富多彩,尤其是突破旅游观光的时空限制,使游客不仅能看到景区的全貌,还能看到许多不对外开放或不定期开放的旅游资源,提供更加具体细致的景点详解和多维度的风景展示,虚实结合,大大增加了旅游者的临场体验感和参与感,让旅游者“购买前先体验”,从而帮助旅游者科学决策和合理安排。例如,巴厘岛官方网站通过“Look around Indonesia in 360°”结合 VR 技术,由“360o video”和“360o photo”来更生动地展示景点的魅力,打造梦幻海滩。

2) 虚拟现实(VR)、增强现实(AR)等虚拟技术实现了高精度的生动性、互动性,极大地提升消费者感知深度和记忆,增强其对旅游目的地的友好情感和奔赴旅游目的地的意愿,甚至促使游客为超出预期值的体验买单。比如,VR 既可以在三维虚拟景观中漫游、与旅游景观要素交互。还包括通过虚拟社区平台与其他参与者交互,借助旅游电子商务购买旅游纪念品等,在虚拟世界中获取现实世界旅游体验。AR 技术则往往具有高娱乐性、强现场感、强交互性的优点。当 AR 技术与注重“现实景观”的旅游行业结合时,必然产生强大的化学反应,能为游客营造一个场景内容更丰富多元、视觉效果更直观震撼的游览空间,使其敏锐地感受到超越现实时空的旅游感官体验。这方面,许多国家都有成功的经验。例如,澳大利亚旅游局利用 VR 视频接驳虚拟现实技术,360°全景体验澳式水岸,着重宣传以“水岸文化”为主题的 VR 旅游资源。通过震撼人心的第一人称视角,亲身探索澳大利亚的著名景点和地标性建筑,极大提升了澳大利亚黄金海岸的旅游形象体验度。

#### 2. 创造鲜活互动的旅游方式和沉浸式旅游情景

VR、AR 等对用户持续进行成像即时化、体感动态化、体验私密化的内容输出,引导用户自发地挖掘形象感知,增强景点记忆,帮助目的地

品牌构建前所未有的“沉浸式”体验平台，“身临其境”的互动体验把“描述解释”变为“实时体验”，使得用户可以和虚拟场景中的内容发生实时交互，虚拟场景中的内容可以对用户产生视觉、力觉、听觉和其他感官上的回馈。技术创新为旅游业及其上下游产业赋能，通过VR、AR、全息投影等科技满足不同人群的体验，最大化地挖掘潜在消费欲望，提升旅游目的地形象感知，深化旅游目的地在旅游者心目中的旅游形象，强化营销效果；通过技术、服务和环境，使游客在商业活动过程中感受美好，获得长期逗留在脑海中的体验价值。

#### （五）体验营销将深化目的地要素构成和产业组合

##### 1. 关注个性化需求，赋予目的地营销情感色彩

旅游体验营销是指旅游目的地根据游客情感需求等特点，根据旅游产品和服务的不同属性，策划有特定氛围或感知的营销和互动活动，吸引游客积极参与并获得幸福满意的体验，尽可能满足旅游者的情感和心理需求，从而扩大旅游产品和服务销售的一种营销方式，包括感官式营销、情感式营销、思考式营销、行动式营销、关联式营销。<sup>[9]</sup>实现个性化营销需要摆脱思维定势，承认需求的多样化与个体的差异性，并采用差异化的服务满足不同游客的需要。实现人性化则需要通过无微不至的服务，满足游客内心被关爱的需要，建立彼此间的情感联系与牢固的顾客忠诚度，也就是“将心比心”。因此，旅游目的地应采用灵活多样的营销方式，及时回应旅游者的情感诉求。打造具有仪式感的活动拉近目的地与游客之间的距离，使旅游产品在游客所经历的众多产品中脱颖而出，成为游客主动分享和口头传播焦点。

##### 2. 特色内容连接主题形象，打造目的地深层互动体验

首先，对体验式营销来说内容才是最重要的产品，需以内容为王，只有把内容做好，才能带来效益。构建完整的特色产品构架，才能真正实现游客的口碑传播。

其次，体验营销强调旅游目的地必须有明确的主题，主题就如同一篇文章的中心思想，主题明确，体验设计才会给顾客留下深刻印象。因此将旅游场景主题化，特色内容与主题相连接，让游客融入整个营销环节中，与旅游产品、目的地进行深层次的互动沟通，充分发挥体验营销高度

参与性、互动性、趣味性、协同性等特点，是游客深入了解目的地的最佳方式。

##### 3. 借力科技创新，推动旅游目的地体验营销，塑造旅游目的地品牌

旅游目的地营销中对VR等技术的视觉效果及沉浸感要求极高，需要专业技术公司或机构制作精美的VR等广告作品，技术公司或机构拥有专业的技术研发与内容创新能力，可以为目的地营销提供技术支持。但是，VR技术投资成本高，回报周期长，需要政府部门提供必要的资金与政策支持，双方合作打造兼顾科技感与高质量的旅游营销宣传片，塑造旅游目的地品牌。同时通过新技术可以升级旅游目的地的设施。未来的旅游目的地建设中，VR技术将多维度渗透到设施设计中，产生真实场景和虚拟场景的重叠，提供古迹复原和数字化文化遗产保护，使得旅游目的地建设模式和方法发生重大变革。许多场景通过VR技术呈现出来，增加旅游景点的现场效果。在真实景点的游客戴上VR设备，就可以跟虚拟世界的用户通过语音进行交流和互动。例如，敦煌研究院开发了“数字敦煌”，全景拍摄制作资源库和VR影片，把30个跨越10个朝代的经典石窟以高科技的形式完整呈现出来。同时与中国敦煌石窟保护研究基金会合作，从2017年起开始进行“敦煌壁画艺术精品高校公益巡展”，还在世界著名的一些博物馆，如洛杉矶盖蒂博物馆、台北故宫博物院开设VR特展。

##### 4. 培育虚拟旅游项目，推动目的地信息化建设

在以游客体验为基础的虚拟运营中，虚拟旅游是体验营销最直接的体现方式，也是游客在旅游前的“预体验”。在许多旅游网站的营销平台中，利用现代计算机模拟软件的虚拟旅游带给游客的是对旅游目的地最直观的感受，是目的地营销最有效的手段之一，因此，虚拟旅游单元的设计正在成为旅游目的地信息化建设的重点工作。

#### 参考文献：

- [1] 刘琪. 联合国发表多项议题，关注世界人口老龄化问题[J]. 上海城市管理, 2017, 26(5): 96.
- [2] 张颖熙, 夏杰长. 以服务消费引领消费结构升级: 国际经验与中国选择[J]. 北京工商大学学报(社会科学版), 2017, 32(6): 104-112.
- [3] 夏杰长, 肖宇. 以服务创新推动服务业转型升级[J]. 北京工业大学学报(社会科学版), 2019, 19(5): 61-71.
- [4] 互联网大数据监测平台 Trustdata. 2019年上半年中国在线酒

- 店预订行业发展分析报告[R/OL]. (2019-08-28)[2020-09-15].  
<http://www.itrustdata.cn/#index>.
- [5] 夏杰长, 贺少军, 徐金海. 数字化: 文旅产业融合发展的新方向[J]. 黑龙江社会科学, 2020(2): 51-55+159.
- [6] 李劲松. 5G 时代文旅融合新趋势[N]. 学习时报, 2019-08-21 (004).
- [7] 涂伟龙. 海南“候鸟式”旅游养老地产的开发研究[D]. 北京: 中国社会科学院研究生院, 2020.
- [8] 卢鹏. 基于耦合协调度的公路交通与旅游融合发展评价体系研究[D]. 重庆: 重庆交通大学, 2019.
- [9] 陈子怡. 体验营销在旅游业中的应用分析[J]. 中外企业家, 2019(22): 83-84.

## The Realistic Basis and Main Trend of Global Tourism Innovation and Development

XIA Jiechang<sup>1</sup>, XU Ziyang<sup>1</sup>, XU Jinhai<sup>2</sup>

(1. Business School, University of Chinese Academy of Social Sciences, Beijing 102488, China; 2. Economic Management Teaching Department, National Open University, Beijing 100039, China)

**Abstract:** Tourism is a comprehensive industry of the national economy and an important driving force for economic growth and sustainable development. It is also an important carrier for people to cultural exchanges, social communication and economic and trade exchanges. Population aging, post-industrial society, experience economy and big data era are important factors influencing the development trend of global tourism innovation. Viewed from the development pattern of global tourism, the main trends of its innovation and development are as follows: There are digital trend of cultural tourism integration, the trend of the scale of tourism industry for the elderly, and intelligent, humanized, convenient and three-dimensional tourism transportation system; virtual technology opens a new revolution of tourism mode; experience marketing will deepen the composition of tourism destination elements and industry combination.

**Key words:** global tourism; innovation-driven development; ageing of population; digital economy; experience economy

(责任编辑: 张 晴)