

文化旅游产业的数字化建设分析

夏颖

(杭州揽月数治科技有限公司, 浙江 杭州 310000)

摘要: 我国经济正处于快速发展的重要时期, 社会公众对文化旅游产业提出了更高标准。本文将文化旅游产业的数字化建设作为研究对象, 首先简单分析了其研究价值, 其次阐述了当前面对的机遇与挑战, 最后从培育数字思维、构建业态体系、强化保障要素、推进智能管理、健全服务体系等方面提出文化旅游产业数字化建设的具体方案, 旨在为各地文化旅游产业管理人员提供思考方向, 推动我国社会经济的可持续发展。

关键词: 文化旅游产业; 数字化技术; 产业建设

中图分类号: F592

文献标识码: A

DOI: 10.12230/j.issn.2095-6657.2023.03.025

根据文化和旅游部官方网站数据统计, 2021年我国文化旅游总人次超过32亿, 同比增长12.8%, 文化旅游消费接近3万亿元, 同比增长31%。人们的可支配收入不断提升, 可以预见未来文化旅游规模将会进一步发展, 需要通过合理的方式对现有的文化旅游模式进行优化和升级, 为更多人提供高质量的文化旅游体验。

1 文化旅游产业数字化建设的研究价值

1.1 推动文化旅游产业发展智能化

文化旅游产业开展数字化建设是产业发展的必然趋势, 也是我国各领域未来的主要发展方向。对整个文化旅游产业进行数字化转型, 可以有效推动文化旅游产业步入智慧化发展的新层次。应在原有的文化旅游基础上, 合理应用数字化技术, 持续推进全领域的智慧化文化旅游建设工作, 并将产业发展重心转移到“数字旅游”方面, 为游客提供“智慧旅游”的新体验。在这个过程中, 各类文化旅游企业可以对现有技术和内容进行创新, 积极探索符合产业数字化的管理方式, 最终实现整个文化旅游产业的商业模式创新, 为社会公众提供内容更丰富、体验更多元化的文化旅游新产品, 提升文化旅游产业的供给能力。为此, 各地文化旅游产业需要考虑数字化建设的相关内容, 并将数字化功能合理地添加到现有的产业发展规划中, 为未来发展做好基础工作^[1]。

1.2 助力文化旅游产业服务便捷化

首先, 文化旅游产业的服务内容和数字技术进行有机融合,

有助于对文化旅游布局模式进行持续优化和改进, 最终达成文化旅游产业服务便捷化目标, 特别是文化旅游服务设施, 例如卫生、体育、消防等, 需要合理应用数字技术提升文化旅游景区服务中心的服务品质。

其次, 合理分析游客的个性化需求, 向游客提供合适的文化旅游景区产品, 达到供给与需求的高效对接, 打通文化旅游的“第一公里”服务, 完善文化旅游“最后一公里”服务。

最后, 需要将数字技术合理应用到其他运动或休闲设施中, 例如文化旅游景区的森林步道、登山步道, 丰富文化旅游产业的内容与功能, 让各类游客都可以根据自己的喜好和需求在文化旅游景区中享受多元化的便利服务。利用这种方式对整个文化旅游产业进行逆向追溯, 以优化服务推动产业转型, 并对整个市场开展革新式升级发展, 推动建设健康中国。

1.3 实现文化旅游产业管理高效化

文化旅游产业的管理问题会阻碍产业发展, 应用数字技术可以使文化旅游产业管理实现高效化。首先, 数字技术可以对文化旅游景区内的游客流量进行科学管控, 并对游客乘坐的车辆进行统一调度, 对游客人身安全进行全程监控, 达成文化旅游产业的“智慧管理”目标。

其次, 数字技术可以将文化旅游产业的监督管理系统和投诉处理系统进行有效结合, 为游客提供线上、线下的监督管理渠道, 实现双重保障, 进一步落实文化旅游安全措施, 如果出现突发事件, 数字技术可以直接启动应急管理机制, 及时处理安全事故, 降低人员伤亡与财产损失。

最后,数字技术可以对一些违法违规行为,例如强买强卖、欺客宰客等进行精准锁定,在最短时间内给予受到影响的游客相应补偿并通报处理结果,避免同类事件再次发生,实现文化旅游产业的高效率管理。

1.4 提高文化旅游产业营销受众

随着我国人均可支配收入的提升,文化旅游产业也逐渐趋于年轻化。相比于老年群体通过报纸、新闻等渠道获取信息,年轻人习惯于使用微博、微信等数字渠道,对一些新鲜事物有极大的兴趣。文化旅游产业进行数字化建设,可以为其开辟一条可靠的数字营销渠道,通过大数据技术将更多内容推送给有文化旅游需求的年轻受众。通过助力文化旅游产业服务便捷化和实现文化旅游产业管理高效化,构建一套完整的文化旅游模式,源源不断地吸引更多年轻受众旅游、消费。而且完善的服务、管理、营销可以形成文化旅游产业的组合拳,对产业未来的发展方向做出更积极的探索。

2 文化旅游产业数字化建设面对的机遇与挑战

2.1 可以促进发展的良好机遇

我国已经达成全面小康的目标,社会经济发展的下一目标是乡村振兴、合理开发社会资源。中央政府多次强调,要在数字经济的基础上探索新途径,做好生态文明建设相关工作。在这种社会发展的大趋势下,涉及多个领域的文化旅游产业是社会及中央政府重点关注的对象。各地应积极探索新型工业化与城镇化的发展方向,探索农业现代化的有效方案,积极开发旅游产业化相关内容。

在这几项工作中,旅游产业化拥有扎实的基础,在现有文化旅游产业的条件下合理应用数字技术,即可将产业数字化思维真正融入文化旅游产业中,通过合适的区域化布局,实行地区产业的一体化经营,将文化旅游企业管理模式进行推广并应用,向更多游客提供社会化服务。通过这种完善的发展方案,可以让我国各地文化旅游资源得到更高效的开发,推动我国文化旅游产业上升到新的层次。

2.2 需要面对的客观挑战

我国现在的社会经济发展方向是保证国内大循环,并进行科学的国内、国际双循环,为社会公众提供更多的消费空间与消费体验,合理拓展社会游资的投资空间。文化旅游产业本质上是一种消费拉动型产业,在社会经济消费领域中占据重要位

置,涉及领域较广,拥有较高的开放度,在发展过程中可以对其他产业形成较为可观的乘数效应,为地区经济的高质量发展提供充足动力。

但是,我国许多二、三线城市已步入“提质换档”的经济发展阶段,既要保持高质量发展,也要维持良好的发展效率,这给文化旅游产业带来了更大的压力。尤其是大部分二、三线城市的发展动力源于高强度的基础设施建设,在我国社会经济转型的当下,这种动力影响效果逐渐被削弱。而文化旅游行业在很长一段时间的发展中存在的不平衡、不充分问题,也在经济发展重心转移过程中逐渐加剧。诚然,将文化旅游产业做大做强是各地政府部门关注的话题,但是如何在应用数字技术的同时合理开发文化旅游产业,保持稳定的区域经济发展竞争力,对所有城市都是一个巨大的挑战。

3 文化旅游产业的数字化建设具体方案

本文参考了大量相关文献和许多城市的文化旅游产业数字化建设计划,认为要想合理应用文化旅游产业的现有资源,开发当地其他类型经济,推动文化旅游产业的进一步发展,需要从培育数字思维、构建业态体系、强化保障要素、推进智能管理、健全服务体系等方面合理切入,做好数字化建设的相关工作。

3.1 培育文化旅游产业的数字化思维

要想使文化旅游产业真正达到数字化建设目标,需要培育与之匹配的数字化思维,紧跟数字技术的发展,从数字化视角分析文化旅游产业未来的发展方向。可以从以下几方面入手。

(1) 对文化旅游产业数字化发展思维进行强化

文化旅游产业包括六个要素,分别为吃、住、行、游、购、娱,要将数字技术合理应用到各个要素中,利用机制进行合理创新,让各类文化旅游企业关注数字技术,形成各种要素的集聚效应。在这个过程中,应为游客提供更高品质的服务内容,实现全方位的精准化服务,让所有游客都享受到文化旅游产业进入数字化时代的高水平服务。

(2) 对数字技术和文化旅游产业融合发展理念进行强化

文化旅游产业与数字技术进行有机融合,不仅是文化旅游产业的一次转型升级,也是文化旅游产业探索未来发展方向的有利条件,需要各类主体角色共同关注,将文化旅游产业未来发展方向转移到数字技术应用方向,为游客提供便捷、高效的旅游服务^[2]。同时,需要合理应用信息安全等方面的技术,积

极开发文化旅游产业的数字化产品，为文化旅游产业带来更多收益。

（3）对文化旅游产业开放理念进行强化

文化旅游产业和数字技术进行融合，前期一定会遇到各类问题，如果总是担心融合中带来的负面影响，而忽略融合后带来的巨大收益，选择以封闭态度面对数字技术，一定会使文化旅游产业逐步走向没落。文化旅游企业需要以开放、包容的态度积极迎接数字技术，将文化旅游产业资源与数字技术进行有机融合，设计更为完善的数字化管理和文化旅游产业的数字市场营销模式，只有这样，才能让文化旅游产业和数字技术在未来的发展中获得“1+1 > 2”的融合效果，落实文化旅游产业数字化建设的相关内容，推动整个产业高质量发展。

3.2 构建文化旅游数字化的业态体系

要将数字技术作为文化旅游产业发展的驱动力，构建相应的业态体系，让业态产品的整体品质得到稳定提升，为后续数字化发展做好铺垫。

（1）构建有关文化旅游产业数字化的完整业态体系

首先，建设数字文化旅游精品工程，配合数字技术，向游客提供避暑康养、文化体验等旅游项目，降低消费地区旅游产品的门槛，逐步推进大众旅游，最终实现智慧化的文化旅游。

其次，将文化旅游产业与互联网技术进行融合，使当地文化旅游产业与其他匹配产业形成融合发展模式，并将融合发展的重心放在农文旅商融合方面，合理开发乡村文化旅游资源，实现产业升级。根据游客的旅游需求，合理引进一些生产要素和产业生态，打造游客理想状态中的高品质乡村生活体验，将城市发展流量合理引导至乡村经济中，全面推进乡村振兴计划。同时，需要对高端旅游进行积极开发，向游客提供高品质的户外运动装备，带动制造业、医药业的发展^[3]。

再次，将文化旅游产业与交通产业进行融合，做好文化旅游公路的建设工作，让游客可以根据自己的需求自行驾驶车辆到观光度假区游玩、消费。考虑到许多年轻游客群体更倾向于夜间消费场景，可以对夜间经济进行开发，为年轻游客群体提供夜间文化旅游娱乐条件，提供与夜间消费场景相匹配的消费产品。在开展乡村振兴活动的过程中，不能以短期经济效益为第一目标，而是要将“绿水青山就是金山银山”作为第一执行标准，有序落实各项工作内容，以发挥出乡村文化旅游产业的

独特竞争力，吸引更多的城市游客到乡村旅游、消费。

最后，当地政府部门需要在发展文化旅游产业时，合理开发其他行业内容，实现乡村地区全行业的快速发展，以乡村居民共同富裕、乡村行业共同发展作为主要方向，逐步完善各项内容，进而构建起有关文化旅游产业数字化的完整业态体系，推动乡村经济的有序发展。

（2）构建更为丰富的文化旅游产品体系

首先，文化旅游企业可以与国内一些知名餐饮企业合作，创新具有地方文化旅游特色的新式餐饮，利用数字技术开展相应的数字营销和管理方案，通过提升游客的食品消费欲望提高其文化旅游消费需求，达到“以食带旅”的效果。

其次，文化旅游企业需要进一步完善住宿产品，根据游客反馈的情况建设高端酒店、主题酒店等多种住宿产品，配合相应的数字化运营，为游客提供更好的文化旅游体验。

再次，地方政府部门可以通过资金、政策等扶持方案，培育一批专门负责生产文化旅游商品的制造类企业，根据当地民俗文化设计具有辨识度与欣赏价值的民族民间工艺品，提高游客的消费体验。

最后，制定有关文化旅游商品的生产标准，要求所有参与的制造类企业严格遵循，提升当地文化旅游产业的市场口碑，还可以在高速公路服务区、3A级旅游景区等文化旅游场地销售民族民间工艺品，完善旅游商品的营销体系。

3.3 强化文化旅游产业数字化建设的保障要素

文化旅游产业数字化建设的最重要保障要素就是行业专业人才。

第一，当地政府部门可以有计划地引进一批熟悉数字应用技术、拥有文化旅游运营能力的专业人才，将这类专业人才纳入政府部门的专项扶持范围，吸引更多专业人才投身于产业建设中。

第二，政府部门可以引进文化旅游专业管理团队，利用委托管理、经营承包等模式，进一步提升景区景点文化旅游管理的水平，为游客提供更好的旅游体验^[4]。

第三，可以采用政府、院校、企业三方合作模式，向当地文化旅游产业持续输送专业人才，保障数字化建设相关工作的有效落实。

第四，要做好资金保障工作，地方政府部门可以建设有关

文化旅游企业的上市融资平台,由省、市、县三级单位通过地方政府专项债券等方式为更多文化旅游企业提供发展资金,让整个文化旅游产业保持良好的发展状态。

第五,在政策保障方面,要针对当前文化旅游产业的发展情况,合理分析未来开展数字化建设的各方面内容,设置一系列有关产业建设的优惠政策,吸引更多社会游资投入到当地文化旅游产业的发展中,而基层业务部门要做好充足准备,为各类优惠政策提供合理的应用条件,实现真正意义上的政策保障。

3.4 推进文化旅游产业的智能化管理

文化旅游产业进行数字化建设的过程中,需要做好相应的智能化管理工作,保障整个产业可持续发展。一方面,政府部门可以在文化旅游市场监管、投诉处理的基础上,合理应用数字技术,构建完善的线上线下联动式管理体系;另一方面,要将数字技术和文化旅游产业链进行有机关联,根据文化旅游地图系统,设计覆盖整个区域的立体化全景模型,以自然演化模式对游客旅行全过程开展可靠的动态监测,并由风险预警机制进行风险防范^[5]。

通过这种方式,文化旅游产业可以获得更客观的游客旅游消费数据,进而根据分析结果对各环节进行优化和调整,以提升未来游客的旅游服务体验,降低游客对旅游服务的投诉率。建议中央政府部门建设文化旅游行业信用体系,以督促各地文化旅游产业规范行为,保障游客人身安全,提升游客的旅游消费体验。

3.5 健全文化旅游产业数字化建设的服务体系

文化旅游产业的核心内容是服务质量,要通过适当方法健全服务体系。可以从以下两个方面入手:第一,服务方式信息化,可以通过数字技术使游客与文化旅游企业直接对接,由企业提供游客旅游消费路线,及时为游客提供最近的餐饮、停车等信息,如果出现意外事故,企业也可以根据游客发出的求救信息锁定具体位置,与当地救援部门一同救援游客,从而实现全域的智慧化旅游,提高文化旅游产品的服务水平;第二,服

务品质人性化,在开展文化旅游数字化建设时,务必要将“以人为本”融入服务理念并应用到文化旅游产业的各方面,要求所有从业人员以朋友的态度对待每一位游客,最大限度地提供高品质服务,给游客留下更好的印象,提高二次旅游消费的概率。

4 结语

文化旅游产业的数字化建设涉及多方面内容,在实际应用中,仍需要以当地文化旅游产业条件为基础,合理吸纳本文的理论内容,设计一套更完善的数字化建设方案。希望更多文化旅游产业管理人员可以对数字化建设展开更深入的研究,细化各方面细节,保障各环节有效衔接,助力我国文化旅游产业的长期稳定发展。

参考文献:

- [1] 王曼,陈炎鑫,赵惠英,等.浅析韩城市文化旅游景点数字化应用存在的问题[J].现代营销(学苑版),2021,(10):130-132.
- [2] 王红霞.数字化推进文化旅游高质量发展的贵州实践[J].新西部,2021,(09):9-12.
- [3] 刘静,曹艳英.文化旅游数字化建设价值共创模式研究[J].鲁东大学学报(哲学社会科学版),2021,38(04):85-90.
- [4] 谢忠强.山西抗战文化资源的数字化旅游宣传与开发[J].社会科学家,2021,(01):61-67.
- [5] 李育泽,魏国彬,杨化坤.基于VR全景技术的文化旅游资源数字化保护与开发——以涂山大禹文化旅游为例[J].蚌埠学院学报,2019,8(06):101-105.

作者简介:夏颖(1988-),女,浙江杭州人,硕士研究生,主要从事数字化信息建设研究。