

大数据助力文旅产业高质量发展的挑战与对策

何伯敏

杭州市城投服务集团有限公司, 中国·浙江 杭州 310003

【摘要】大数据的快速发展和广泛应用为文旅产业的高质量发展提供了新的机遇和挑战, 通过充分利用大数据技术和工具, 可以实现对游客的精准识别和需求分析, 提供个性化的服务和体验, 提升文旅产品的创新和竞争力。然而, 在应用大数据的过程中, 也存在着数据安全和隐私保护、技术能力和人才培养等方面的挑战。为了应对这些挑战, 相关部门和企业应密切关注技术发展趋势和市场需求, 加大对大数据技术的投入和研究, 加强数据安全和隐私保护工作, 积极开展合作与共享, 培养专业人才, 为杭州文旅产业的高质量发展提供有力支撑。

【关键词】大数据; 文旅产业; 高质量发展; 挑战; 对策

引言

随着信息技术的高速发展和互联网的普及, 大数据已经成为驱动各个行业高质量发展的重要力量。杭州文旅产业作为一个重要的经济支柱和文化推广的重要渠道, 也面临着发展过程中的各种挑战。充分发挥大数据应用的优势, 将有助于推动文旅产业打造高品质的产品和服务, 实现可持续发展相信在下共同努力下, 大数据将为文旅产业注入新的活力, 实现更加可持续、创新和卓越的发展。

1 行业变化和 demand 分析

适应市场变化旅游业需要满足人民群众对高品质、多样化的线下+线上+数字化需求逐步转变, 提升在线旅游运营服务, 构建行业新模式要充分构建新发展格局, 要求旅游业发挥优势成为促进国民经济增长的重要引擎, 从传统的纯粹旅游推进文旅融合, 传播中国文化、展示现代化建设成就、促进文化产业的发展, 提高旅游产业的质量和效益, 推动经济社会的发展。旅游业需要构建场馆建设实现创新驱动发展战略的实施, 推动数字化、网络化、智能化科技创新成果的应用, 为智慧景区建设赋予新动能, 推动杭州旅游业从资源驱动向创新驱动转变。

2 大数据助力文旅产业高质量发展的意义

2.1 提升运营效率

大数据应用可以帮助杭州文旅企业实现精细化运营和智能化决策, 提升运营效率。通过对海量数据的收集、整理和分析, 企业能够深入了解游客的消费习惯、兴趣偏好等关键信息, 从而进行精准营销和产品定制。例如, 根据游

客数据分析出的某一时期的热门景点、美食等, 企业可以有针对性地调整营销策略、调配人力资源, 提高资源利用率和盈利能力。另外, 通过大数据分析, 企业可以进行供应链管理的优化, 实现资源的合理配置, 同时更好地满足游客的需求, 提升产品和服务质量。

2.2 优化用户体验

借助大数据技术, 文旅企业能够了解游客的个性化需求, 并提供更加个性化的产品和服务。通过分析游客的历史消费记录、浏览行为以及用户反馈等数据, 企业可以给游客提供个性化推荐、定制化行程规划等个性化服务, 提升游客的满意度和忠诚度。此外, 大数据还可以用于游客流量预测和智能导航, 引导游客选择最佳路线和时间, 避免拥堵和排队等不愉快体验。通过提供优质的用户体验, 企业可以吸引更多游客、提高用户黏性和转化率, 从而提升文旅产业的市场竞争力。

2.3 推动创新发展

大数据的运用能够催生出创新的业态和商业模式, 推动文旅产业的创新发展。通过大数据分析, 企业可以发现新兴的市场需求和潜在的商机, 为文旅产品和服务的创新提供了切实的依据。例如, 通过分析游客的需求和偏好, 可以发现游客群体对于文化体验、特色民宿、主题游等新领域的兴趣增加。在这些方向上进行创新, 可以形成独特的产品和服务, 满足不同游客的需求, 打造具有差异化竞争力的品牌。此外, 大数据还可以促进不同文旅企业之间的创新合作和共享, 推动产业链的协同发展, 带来更多的商

业机会和发展前景。

3 大数据助力文旅产业高质量发展的挑战

3.1 数据收集和整合的挑战

文旅产业往往涉及到多个领域和环节，需要收集大量的数据来进行分析和决策。然而，不同领域和环节的数据来源各异，数据类型和格式也各不相同，这使得数据的收集和整合变得复杂而困难。数据来源的多样性是一个挑战，文旅产业包括酒店、旅游景区、交通运输等多个领域，每个领域都有各自的数据来源，如酒店的客户信息、景区的游客流量数据、交通运输的票务数据等。要将这些数据进行整合，需要解决不同数据源之间的兼容性和数据格式的一致性。在数据收集过程中，可能会存在数据缺失、数据误差等问题。比如，用户输入的数据可能存在错误或者遗漏，第三方数据采集的过程中也可能出现误差。这样的数据质量问题会影响到后续的数据分析和决策结果，增加了数据处理的难度和复杂性。

3.2 数据分析和利用的挑战

大数据在文旅产业中的应用需要进行数据分析和利用，但这也面临着一些挑战。首先是数据分析模型的建立和优化。对于文旅产业来说，如何从庞大的数据中提取有价值的信息，并将其转化为对业务和决策有指导意义的结果，是一个重要的挑战。需要建立合理的数据分析模型和算法，以及进行针对性的优化，以提高分析结果的准确性和实用性。其次是数据保护和隐私问题。在进行大数据分析的过程中，涉及到用户的个人信息和隐私，这就需要在数据使用和共享过程中确保用户的合法权益，并加强对数据的保护措施。与此同时，还需要遵守相关法规和政策，确保数据分析的合法性和合规性。

3.3 数据应用与业务创新的挑战

大数据的应用需要与文旅产业的具体业务场景相结合，才能产生真正的价值。然而，由于文旅产业的复杂性和多样性，使得数据应用与业务创新之间的融合常常面临困难。需要充分了解业务需求，进行业务流程的优化和创新，才能真正发挥大数据的作用。大数据的应用需要相关的技术和人才支持，如数据分析、人工智能等。然而，当前技术的发展速度很快，技术更新换代较快，使得企业在

应用大数据时需要进行不断的技术更新和培训。

4 大数据助力文旅产业高质量发展的对策

4.1 消费者需求的洞察

大数据分析为文旅产业提供了深入了解消费者需求和偏好的机会，通过收集和分析社交媒体、在线评论以及调查问卷等多种渠道的数据，我们可以更全面地了解消费者对旅游景点、酒店、餐饮等方面的评价和反馈。这些数据包含了消费者对不同产品和服务的意见、期望和体验，通过对这些数据的挖掘和分析，我们能够获取消费者需求背后的信息，从而为文旅企业制定有针对性的产品策划和服务优化。例如，通过分析社交媒体上用户的评论和分享，我们可以了解到哪些景点受到了用户的热捧，哪些酒店获得了较高的满意度，哪些餐厅拥有口碑。同时，通过分析在线调查问卷和投诉系统中的数据，我们还可以了解到消费者对于旅游产品的不满意之处以及改进建议。这些数据为企业提供了有利的参考，可以帮助企业更加准确地把握消费者的需求和偏好，开展针对性的产品创新和服务优化。通过不断满足消费者的需求，提高他们的满意度和忠诚度，杭州文旅企业可以获得更好的口碑和竞争优势，在市场中占据更有利的地位。

4.2 精准营销与推广

借助大数据分析消费者的行为轨迹和购买偏好，杭州文旅企业可以实施精准营销和推广策略。通过观察和分析消费者在网站、APP等渠道上的浏览、搜索和购买行为，我们可以了解到他们对不同产品和服务的兴趣和偏好。这些数据可以被用来预测消费者的购买倾向，帮助企业更好地定位目标客户，精确推送个性化的营销信息。例如，通过在网站和APP上植入适当的广告，根据消费者的兴趣和偏好进行定向投放，企业可以提高广告的点击率和转化率。此外，利用大数据分析，还可以为消费者提供个性化推荐和优惠促销，根据其过去的购买行为和喜好，提供相关的产品或服务推荐，吸引更多的目标客户。通过精准的营销和推广策略，企业可以提高市场份额和销售额，实现更好的业绩增长。

4.3 数据驱动的产品创新

大数据不仅可以帮助文旅企业了解消费者需求和行为，

还可以通过分析市场趋势和竞争对手的产品策略,为企业提供创新和发展的方向。通过对市场趋势的数据分析,企业可以准确把握消费者的偏好和需求变化,找到潜在的市场机会。同时,借鉴竞争对手的成功经验和市场反应,企业可以更好地开发旅游产品和体验,以满足消费者不断变化的需求。基于大数据分析的市场研究,企业可以深入了解不同市场细分的需求特点,推出符合市场需求的差异化产品。例如,在分析中发现某一细分市场对放松疗养型旅游的需求较高,企业可以推出相应的度假产品,提供健康养生、放松休闲的服务;而对于喜欢冒险刺激的消费者,企业可以开发具有挑战性的户外活动,并提供安全保障措施。通过数据分析评估产品的表现,企业可以及时调整和改进产品,提升产品质量和竞争力。

4.4运营效率的提升

利用大数据分析,文旅企业可以精确预测市场需求和客流量,从而合理规划资源配置,提高运营的效率。通过分析历史数据和天气信息,企业可以预测某一景区在不同季节、不同天气条件下的游客数量和行为特点。基于这些数据,可以制定合理的景区开放时间、服务安排,并根据人流量的预测做出人员调配和资源准备,提高资源的利用率和运营效益。此外,借助数据分析优化供应链管理和人力资源调配也是提高运营效率的重要手段。通过对供应链数据的分析,企业可以了解到供应商的绩效情况、物流状况等信息,以及供应过程中存在的潜在问题,从而及时采取措施解决问题并提升供应链效率。并且,通过对人力资源数据的分析,可以了解员工的上下班时间、工作效率等信息,以优化人员的排班和调配,提高工作效率和生产率。

4.4提升景区管理水平

要提升景区管理水平,大数据分析可以发挥重要作用。通过收集和分析大量的游客数据,可以更好地了解游客的行为和偏好,从而更有效地规划和管理景区资源。通过分析历史数据和实时数据,可以准确预测某个时间段内的游客数量和游客分布情况。在高峰期,可以采取合理的措施,如分流游客、增加服务人员等,以避免拥堵和滞留现象的发生。同时,在低峰期,可以利用数据驱动的营销策

略,吸引更多游客到访,提高资源利用率。通过分析游客的个人偏好和行为特征,可以为游客提供个性化的推荐和定制化的服务。例如,根据游客的历史访问记录和喜好,可以为他们推荐感兴趣的景点、活动和美食。这样不仅能提高游客的满意度,还可以促进游客对景区的再次消费和口碑传播。此外,大数据还可以用于景区安全管理。通过分析游客的位置数据和行为轨迹,可以及时发现异常情况和潜在风险,提前采取措施保障游客的安全。

5 结束语

利用大数据助力杭州文旅产业的高质量发展面临着一些挑战,如数据安全与隐私保护、数据整合与共享等。为了应对这些挑战,可以加强数据安全保护措施、建立标准化的数据共享机制,并注重合规和合法性。只有在解决好这些问题的前提下,充分发挥大数据的优势,文旅产业才能迎来更好的发展。

参考文献:

- [1] 张文豪. 文化旅游市场“火”中有序[N]. 日照日报, 2022-08-09 (B03).
- [2] 淮北市人民政府办公室关于印发《淮北市“十四五”文化旅游体育广电新闻出版发展规划》的通知[J]. 淮北市人民政府公报, 2022, (03): 22-62.
- [3] 林玲. 智慧旅游背景下厦门市文化旅游产业的发展路径研究[J]. 全国流通经济, 2022, (21): 119-122.
- [4] 米楠. 大数据背景下郑州古都文创产业的发展策略探究[J]. 西部旅游, 2022, (14): 100-102.
- [5] 施志艳, 高爱华. 基于大数据应用的文旅融合发展模式与创新实践——评《新时代文化产业与旅游业互动融合发展研究》[J]. 中国油脂, 2022, 47 (06): 162.
- [6] 宋文杰, 刘娟, 田家兴, 权可可. 基于旅游点评大数据的传统村落文化旅游特征分析——以北京市28个传统村落为例[J]. 小城镇建设, 2022, 40 (06): 110-118.
- [7] 陈云坤. 全方位大力度培养文化旅游产业人才[J]. 安顺学院学报, 2022, 24 (03): 2+137.
- [8] 张峰. 媒体融合趋势下文化旅游品牌营销策略[J]. 上海商业, 2022, (06): 44-46.