

数字营销技术背景下城市文旅新业态的发展趋势与对策

金恩子 吕明芮

沈阳城市建设学院, 中国·辽宁 沈阳 110000

【摘要】在数字营销技术蓬勃发展的当下,城市文旅领域的应用已经从数据收集延伸至营销渠道拓展,展现出广泛的应用场景。然而,数据整合难题、高昂的技术应用成本以及复合型人才短缺,正成为制约城市文旅新业态发展的关键因素。为此,通过强化数据治理与安全保障、降低技术应用成本、积极培养引进复合型人才等针对性策略,旨在突破发展瓶颈,加速城市文旅产业数字化转型进程,提升产业竞争力与经济效益,为城市文旅高质量、可持续发展筑牢理论与实践根基。

【关键词】数字营销;城市文旅;发展趋势

【基金项目】2025年度辽宁省科协科技创新智库项目成果”,课题编号:[LNKX2025QN34],《数字化场景创新赋能城市文旅产业发展的对策建议》研究成果。

1 数字营销技术在城市文旅中的应用现状

当下,城市文旅管理部门和企业普遍运用数字营销技术采集各类数据,借助线上旅游平台、社交软件,以及景区智能设施等多种途径,能够获取游客的个人情况、游玩喜好、消费习惯等多方面数据。举例来说,部分热门旅游城市通过大数据分析发现,年轻游客群体更青睐有互动性和个性化体验的文旅项目,家庭游客则格外重视旅游目的地地的安全保障,以及适合亲子游玩的配套设施。这些数据为文旅产业发展提供了关键依据,帮助从业者找准目标市场,开发出契合消费者需求的产品和服务。此外,数字营销技术还大幅拓宽了城市文旅的宣传推广渠道,微信、微博、抖音、小红书等社交平台,已成为文旅宣传推广的重要平台。

2 城市文旅新业态发展面临的挑战

2.1 数据整合与安全问题

在城市文旅产业迈向数字化的进程中,数据整合难与安全风险高,已成为制约其发展的关键阻碍。当下,数据采集覆盖了景区监控、线上购票、社交平台等多个不同领域,但这些渠道产生的数据,无论是格式还是标准都差异极大。景区的票务系统用规整的表格记录消费情况,社交平台却生成零散的文字和图片信息,不同类型的数据就像讲着不同的“语言”,彼此无法顺畅交流,形成了一个孤立的数据“小圈子”。而且,随着数据量不断增多,安全风险也在持续上升。游客的个人身份、消费喜好等私密信息一旦遭到泄露,很容易让大家对文旅行业失去信任。有些规模较小的文旅企业,由于技术防护能力有限,安全

防范意识也不够强,曾出现过数据泄露的情况,这不仅让游客的权益受到损害,企业自身的口碑也一落千丈,严重影响了城市文旅产业的良性发展。

2.2 技术应用成本高

城市文旅产业数字化转型时引入先进数字营销技术面临着沉重的资金压力,技术研发上搭建大数据分析模型、构建虚拟现实场景都需专业团队长时间钻研调试;设备购置方面购置高清投影设备实现沉浸式体验、配置服务器支撑数据存储处理均需大量资金投入;还得开展人员培训,聘请专家授课或组织外出学习让员工掌握新型的营销技术工具。这对经济欠发达地区文旅部门和企业是巨大挑战,其财政与营收有限,一次设备采购或技术升级可能占年度预算比较大,而且数字技术更新快,新功能新平台不断出现,企业为保持竞争力只能持续投入资金升级技术,资金负担越来越多,严重阻碍了数字营销技术在这些地区的推广应用。

2.3 人才短缺问题

在数字营销技术深度重塑城市文旅业态的当下,既精通文旅产业运营规律,又熟练掌握数字技术的复合型人才成为行业发展的核心驱动力。然而,人才供需失衡问题愈发凸显:传统文旅从业者长期扎根景区运营、文化推广领域,虽深谙游客需求与文化内涵,但面对大数据分析、短视频营销、虚拟现实场景设计等新兴技术,普遍存在操作陌生、应用局限的困境;而数字技术专业人才虽在算法开发、程序编写方面驾轻就熟,却因缺乏文旅行业的实践经验,难以精准把握文化内核与旅游消费痛点,导致开发出的数字产品常出

现文化表达失真、用户体验脱节等问题。这种人才断层直接反映在文旅项目落地中：部分景区斥资打造的数字导览系统，因开发者不了解游客游览习惯，功能设计繁杂且缺乏文化解读；另有企业推出的线上文旅营销活动，因营销团队对数字技术应用不熟练，无法精准触达目标客群。人才结构的失衡，使得技术与文旅业务始终难以实现深度融合，制约着城市文旅新业态的创新步伐。

3 城市文旅新业态的发展对策

3.1 加强数据治理与安全保障

建立健全数据治理体系是城市文旅产业数字化转型的核心。在数据标准建设上，制定贯穿全业务流程的数据规范，统一景区票务、社交媒体等多源数据的格式与编码规则，如规范游客身份录入、统一景点名称表述，实现数据跨系统交互共享。数据清洗与整合时，利用数据挖掘技术梳理海量数据，自动修正错误、填补缺失、消除冗余，将零散数据串联成链^[1]。通过智能分析工具，挖掘游客行为模式与消费偏好，为精准营销和产品创新提供支撑。在数据安全保障方面，构建多层防护体系。采用加密技术保护敏感数据，设置严格访问权限，部署防火墙抵御网络威胁。建立完善应急响应机制，一旦出现数据泄露等安全事件，迅速启动预案阻断风险，维护游客权益与城市文旅产业声誉。

3.2 降低技术应用成本

政府可通过系统性政策组合拳，助力城市文旅企业降低数字营销技术应用成本。在财政补贴方面，设立专项扶持基金，对开发沉浸式文旅体验项目、搭建智能票务系统等应用数字技术的企业，按项目实际投入的一定比例给予资金补贴；对积极采用 VR、AR 等前沿技术进行场景创新的企业，提供设备购置补贴。税收优惠政策上，对应用数字营销技术的文旅企业，给予企业所得税减免，对技术研发费用实行加计扣除，减轻企业资金压力^[2]。为促进技术创新与应用，政府应积极搭建产学研合作桥梁，组织文旅企业与高校、科研机构对接，设立联合实验室，围绕数字营销技术在文旅场景中的应用难题开展攻关。例如，推动企业与高校合作开发基于大数据的游客行为预测模型，提升营销精准度。此外，政府可主导建设共享技术平台，整合数字营销领域的软件工具、数据资源与技术解决方案，企业按需付费使用，降低自主开发成本；鼓励企业间开展设备租赁合作，支持第三方租赁平台发展，为中小文旅企业提供 AR 设备、智能终端等租赁服务，降低技术应用门槛，推动数字营销技术在城市文旅行业的普及应用。

3.3 培养和引进复合型人才

为推动文旅产业发展，高校需要革新人才培养体系，打造文旅与数字技术深度融合的专业集群。在课程安排方面，除开设传统的文旅管理、文化遗产保护等基础课程，还要增设数据挖掘分析、数字营销策划、虚拟现实场景设计等前沿课程，搭建起“理论学习、技术掌握、实践操作”紧密结合的课程模块。同时，高校应和文旅企业合作建立实践教学基地，采用项目式教学模式，让学生参与数字文旅产品开发、景区智慧化改造等实际项目，在实战中提高动手能力。比如，组织学生为景区设计AR导览系统，让他们全程参与从需求调研、程序开发到测试优化的各个环节，积累宝贵的项目经验^[3]。城市文旅部门和企业则要完善人才引进机制，制定专门的优惠政策，在工资待遇、住房保障、落户政策等方面给予特殊照顾，吸引既懂数字技术又熟悉文旅产业的复合型人才。为引进的人才设立专项科研基金，支持他们开展创新研究，创造与行业顶尖专家交流合作的机会。此外，针对现有从业人员，要定期开展分层分类培训，邀请行业专家和技术骨干授课，培训内容包括大数据分析工具使用、短视频营销方法、智能设备操作维护等，通过线上线下相结合、理论实践并重的方式，全面提升从业人员的数字素养和业务水平，为城市文旅产业发展筑牢人才根基。

4 结语

数字营销技术为城市文旅新业态发展提供了强大动力，但也伴随着数据、技术、人才等方面的挑战。通过建立健全数据治理体系、强化安全保障，能够破解数据整合难题，释放数据价值；借助政府政策扶持、产学研合作以及资源共享，可有效降低技术应用成本，加速技术普及；完善人才培养与引进机制，则为产业发展注入核心动能。本研究提出的对策在推动城市文旅产业数字化转型中具有较强的实践价值。

参考文献：

- [1] 于涵, 汪家擎, 刘晓宇. 数字经济背景下文旅融合高质量发展策略研究[J]. 中国管理信息化, 2024, 27(4): 109-111.
- [2] 陈博. 数字经济背景下文旅融合发展探析[N]. 中国旅游报, 2024-07-18(4).
- [3] 陈熾伊. 数字经济下城市文化旅游融合发展路径研究[J]. 美与时代(城市版), 2024, (8): 96-98.

作者简介：

金恩子(1990.12-), 女, 吉林珲春市人, 朝鲜族, 研究生, 研究方向: 新闻与传播。