

新质生产力引领下文旅产业人才岗位能力需求分析

李盈慧

山东旅游职业学院 山东 济南 250200

摘要: 新质生产力以科技创新为主导,推动文旅产业向数字化、智能化、绿色化、个性化方向发展,催生新业态、新模式,提升了文旅产业竞争力与品牌影响力。同时,新质生产力也对文旅产业人才的数据分析与应用、创新创意与营销、跨界融合、服务与文化传播等能力提出了更高要求,以推动文旅产业在新质生产力时代实现高质量发展。本文旨在为文旅产业人才培养提供理论参考,以适应新质生产力引领下的产业变革需求。

关键词: 新质生产力、文旅人才、岗位能力

一、引言

2023年9月,习近平总书记在黑龙江考察调研期间首次提出“新质生产力”,强调通过整合科技创新资源,引领发展战略性新兴产业和未来产业,加快其形成。新质生产力作为当代先进生产力的代表,具有深刻的内涵与鲜明的特征:一是技术革命性突破,科技创新在新质生产力中起主导作用,新兴技术的涌现与融合,推动生产方式的变革。二是生产要素创新性配置,传统生产要素的质态发生转变,新型生产要素如数据、知识等融入生产过程,实现生产要素的优化组合。三是产业深度转型升级,新质生产力促使产业结构优化,传统产业向高端化、智能化、绿色化方向发展,新兴产业不断涌现。

二、新质生产力与文旅产业

2.1 新质生产力与文旅产业的发展

近年来,文旅产业呈现出规模持续增长、融合加速的良好发展态势。从规模增长来看,据世界旅游组织(UNWTO)数据显示,2024年全球旅游业对GDP的贡献值达到10.9万亿美元,刷新历史纪录,比2019年的峰值高出4.1%,全球国际游客数量达到14亿人次。中国文旅产业也实现了跨越式发展,2024年旅游规模达56亿人次,收入达5.75万亿元。文旅产业规模不断扩大,不仅带动了相关产业的协同发展,如酒店、餐饮、交通等,创造了大量的就业机会,成为推动经济增长和社会发展的力量。在新质生产力的引领下,文旅产业正经历深刻变革,新技术、新要素不断融入,推动产业转型升级,催生出新业态、新模式和新产品。如上海用2400个二维码让历史建筑“开口说话”,敦煌壁画

通过数字技术在手机端“复活”,泰山景区运用外骨骼助力机器人和数字技术打造沉浸式旅游体验等,都是新质生产力在文旅产业中的生动实践。

同时文旅产业与其他产业的边界逐渐模糊,形成了多元融合的发展格局。文旅与科技的融合日益紧密,如山西文旅数字体验馆,运用人工智能、混合现实、全息成像、体感交互等技术,打破历史、艺术、技术的界限,再现山西五千年悠久历史,为游客带来沉浸式文旅体验。文旅与农业的融合催生了乡村旅游新业态,各地通过发展休闲农业、乡村民宿等,将农业生产、农村生活与旅游体验相结合,推动了乡村经济的发展。文旅与体育的融合也取得显著成效,举办体育赛事、开发体育旅游线路等,吸引了众多体育爱好者参与,如马拉松赛事与旅游目的地的结合,让参赛者在比赛之余,领略当地的自然风光和文化特色。

2.2 新质生产力对文旅产业发展的影响

在新质生产力的引领下,文旅产业正经历着深刻变革,朝着数字化、智能化、绿色化、个性化等方向加速发展。

2.2.1 数字化与智能化升级

通过大数据、人工智能、云计算等先进技术的应用,文旅企业实现了精准营销、智能管理和个性化服务。例如,携程等在线旅游平台利用大数据分析游客的出行偏好和消费习惯,为游客提供量身定制的旅游产品推荐,极大提升了游客体验。故宫博物院和敦煌研究院则通过数字化技术,将文物资源进行数字化展示,让游客能够随时随地欣赏到珍贵的文化遗产,拓宽了文化传播的渠道。

智能导游、智能客服、智能安防等技术在文旅场景中

的应用日益广泛。智能导游设备通过扫描二维码为游客提供景点的详细介绍和语音讲解,实现自助游览;智能客服系统能够及时解答游客的咨询和问题,提高服务效率;智能安防系统则利用人脸识别、视频监控等技术,保障景区的安全运营,为游客提供更加安心的旅游环境。

2.2.2 绿色化发展与产业高端化

新质生产力推动文旅产业践行绿色发展理念,采用环保材料、推广清洁能源,减少对环境的影响。一些生态旅游景区通过建设生态停车场、推广绿色出行方式、采用环保建筑材料等措施,实现旅游与生态的和谐共生,为游客提供更加健康、环保的旅游选择。

同时,新质生产力推动文旅产业向高端化方向迈进。文旅企业借助新质生产力,加大对文化资源的深度挖掘与创意开发,推出高品质的文旅产品与服务,提升产业附加值。故宫博物院推出的一系列文创产品,将故宫的文化元素与现代设计相结合,通过数字化技术进行宣传推广,不仅满足了消费者对文化产品的高品质需求,还提升了故宫文化的影响力和传播力。

2.2.3 新业态与新模式的涌现

新质生产力催生众多新业态、新模式,为文旅产业发展注入新活力。在新业态方面,数字文旅、智慧文旅、沉浸式文旅等新兴业态不断涌现,为游客提供更加多元化、个性化的旅游体验。在新模式方面,文旅产业与其他产业的融合发展催生了“文旅+”等新模式。例如,“文旅+教育”模式开发出研学旅行产品,让学生在旅行中学习知识、增长见识;“文旅+体育”模式则通过举办体育赛事旅游活动,吸引体育爱好者参与,实现文旅产业与体育产业的协同发展。

2.2.4 竞争力提升与品牌建设

新质生产力推动文旅企业提升创新能力,开发出具有独特竞争力的文旅产品和服务。例如故宫博物院通过品牌化运营,将故宫打造成具有世界影响力的文化旅游品牌,吸引了众多国内外游客前来参观游览;上海迪士尼度假区以其创新的游乐项目、精彩的演艺表演和优质的服务体验,吸引了大量游客,成为具有国际影响力的文旅品牌。同时新质生产力促使文旅企业优化运营管理,提高生产效率和服务质量,降低运营成本,增强市场竞争力。通过数字化管理系统,文旅企业可以实现对旅游资源、游客信息、运

营数据的实时监控和分析,优化资源配置,提高运营效率。

3、新质生产力引领下文旅产业人才岗位能力需求分析

3.1 数据分析与应用能力

文旅产业的数字化运营高度依赖数据分析与应用能力。通过收集、整理和分析海量的游客数据、市场数据和运营数据,能够深入了解市场动态、游客需求和行为模式,从而实现精准营销、优化产品设计和提升运营效率。如在线旅游平台利用大数据技术,对用户的搜索记录、浏览行为、预订偏好等数据进行深度分析,针对性地推出了不同类型的旅游产品。在营销方面,平台根据用户的兴趣偏好和消费历史,进行精准的广告投放和推荐,使平台的用户转化率和销售额得到了显著提升,用户满意度也大幅提高。

数据分析与应用能力还体现在文旅企业对市场趋势的预测和把握上。通过对历史数据和实时数据的分析,企业能够预测旅游市场的需求变化、价格波动等趋势,提前制定应对策略。如通过分析历年旅游旺季的游客流量和消费数据,预测下一年度旅游旺季的市场需求,合理安排旅游资源,提前储备物资,优化人员配置,确保在旅游旺季能够提供优质的服务。数据分析还能帮助旅游企业及时发现市场中的潜在机会和风险,为企业的战略决策提供有力支持。

大数据、人工智能、VR/AR等数字技术在文旅场景中的广泛应用,对文旅产业人才的数字技术应用能力提出了更高要求。在智慧景区建设中,大数据技术发挥着重要作用。景区通过实时采集游客流量、地理位置、停留时间等数据,实现游客流量的实时监测与调控,优化景区的游览路线和服务设施布局。大数据还能帮助景区了解游客的游览习惯和需求,为游客提供个性化的服务。通过分析游客的游览路线和停留时间,为游客推荐符合其兴趣的景点和活动,提供定制化的导游服务。

3.2 创新创意与营销能力

在文旅产业发展过程中,挖掘文化资源是打造创新产品的基础,运用新技术是打造创新产品的关键手段。如利用虚拟现实(VR)、增强现实(AR)、全息投影等技术,将古城景区的历史文化以全新的方式呈现给游客。通过挖掘文化资源和运用新技术,打造出具有创新性的沉浸式旅游产品,丰富游客的旅游体验。因此文旅人才应不断提升自身的文旅产品创新能力,深入挖掘文化资源,积极运用

新技术，打造更多具有吸引力和竞争力的文旅产品。

在新质生产力的推动下，文旅产业的营销模式不断创新，利用社交媒体、直播等平台进行精准营销已成为行业发展的新趋势。各地文旅爆火的新媒体运营案例充分说明了创新营销的显著效果。以重庆洪崖洞为例，因旅行博主在社交媒体上打卡，其独特的建筑特色与《千与千寻》中的油屋相似，引发了广泛关注和传播。随着相关短视频和照片在抖音、微博等社交媒体平台上的大量转发，洪崖洞迅速成为网红打卡地，游客量剧增。重庆文旅部门和景区抓住这一契机，积极利用社交媒体进行宣传推广。他们在抖音上开设官方账号，发布洪崖洞的夜景视频、民俗文化活动等内容，吸引了更多用户的关注。通过与抖音上的旅游达人合作，邀请他们拍摄洪崖洞的游玩攻略和体验视频，借助达人的影响力和粉丝基础，进一步扩大了洪崖洞的知名度和影响力。

直播平台的兴起也为文旅产业的营销带来了新的机遇。许多景区和文旅企业通过直播的方式，向观众展示景区的自然风光、文化活动、特色产品等，让观众身临其境地感受文旅的魅力。景区的门票预订量和酒店入住率明显提高，取得了良好的营销效果。因此，文旅产业人才应具备创新的营销思维，熟练掌握新媒体营销技巧，善于利用社交媒体和直播平台，根据不同平台的特点和用户需求，制定个性化的营销方案，实现精准触达目标客户群体，提高营销效果和转化率。

3.3 跨界融合能力

文旅产业与科技、教育、体育等领域的深度融合，对人才的跨领域知识储备提出了更高要求。以西安博物院为例，其推出的“AR 探秘博物馆”项目，利用 AR 技术，将虚拟的文物图像、历史场景等叠加在现实的博物馆环境中，让游客通过手机或 AR 设备，即可身临其境地感受文物的魅力和历史的变迁。要实现这一创新，项目团队成员不仅需要具备深厚的历史文化知识，熟悉博物馆的文物资源和历史背景，还需掌握 AR 技术的原理和应用，了解软件开发、图形设计等相关知识。只有将文化与科技知识有机结合，才能打造出具有吸引力和创新性的文旅产品。

研学旅行产品的设计与开发，需要人才具备教育学、心理学、旅游学等多方面的知识，能够根据学生的年龄和学习阶段，设计出富有针对性和趣味性的研学课程，满足

学生的学习需求。文旅与体育的融合也日益紧密，体育旅游成为文旅产业的新热点。以马拉松旅游为例，举办赛事不仅需要具备体育赛事组织、运营等方面的知识，还需要关注旅游安全、环境保护等问题，确保体育旅游活动的可持续发展。

3.4 服务与文化传播能力

在文旅产业中，服务人员的专业素养和沟通技巧是提供优质服务的关键要素。专业素养涵盖丰富的知识储备、熟练的业务技能和良好的职业操守。以导游为例，优秀的导游不仅要熟悉旅游目的地的历史文化、地理风貌、风俗习惯等知识，还要掌握旅游法规、旅游心理学等相关知识。要具备出色的行程规划能力，能够根据游客的需求和时间安排，合理规划旅游线路；掌握急救知识和技能，在游客遇到突发疾病或意外情况时，能够及时提供救助；要善于与游客建立良好的沟通关系，通过亲切的问候、真诚的微笑和耐心的倾听，让游客感受到温暖和关怀。

文旅产业服务人员肩负着传播地域文化的重要使命，深入挖掘文化内涵并生动准确地向游客传播，是提升游客文化体验的关键。服务人员要深入研究当地的历史文化、民俗风情、传统技艺等，通过多种方式将文化内涵融入服务中。在旅游景区，导游可以通过讲解景点的历史典故、文化背景，让游客了解景区背后的文化故事。在酒店、餐厅等服务场所，服务人员可以通过展示当地的传统手工艺品、特色美食等，让游客感受地域文化的魅力。除了口头讲解，服务人员还可以利用现代科技手段，为游客提供更加生动、直观的文化体验。

结语

在新质生产力引领下，文旅产业不仅催生了沉浸式体验、智慧景区等新业态，更通过“文旅+”模式实现了与科技、教育、体育等领域的深度协同，拓展了产业边界与价值空间。在这一进程中，人才能力的升级成为关键支撑，数据分析、创新创意、跨界融合及文化传播等核心能力，正重塑文旅人才的需求标准。

未来，文旅产业需进一步深化新质生产力的应用，如加强技术赋能，利用人工智能、元宇宙等前沿科技提升服务品质与运营效率；强化人才培养体系，构建复合型人才梯队，以适配产业升级需求。文旅产业唯有持续创新、开放融合，才能在全球竞争中凸显中国特色，成为讲好中国

故事、增强文化自信的重要载体。

参考文献

[1] 李泽华. 文旅新质生产力的时代价值与推进路径 [J]. 山东社会科学, 2024(11):23-30+177.

[2] 张楠. 信息素养教育赋能新质生产力的关键要素与实现路径研究 [J]. 江苏科技信息, 2025,42(04):54-57.

[3] 王琼, 杨德才. 新质生产力赋能文化和旅游产业高质量发展的逻辑机理、现实挑战与实践路径 [J]. 南京社会科学, 2024(07):152-160.

[4] 张九龙, 田汝晔等. 文旅大省的“诗与远方” [N]. 大众日报, 2025-04-25(02).

作者简介: 李盈慧 (1982—), 女, 山东淄博人, 硕士研究生, 副教授, 研究方向: 研究方向: 旅游职业教育、外语教学。

基金项目: 2025 年山东省人文社会科学课题一般项目: 基于新质生产力视角的山东省文旅人才就业能力提升路径研究。