

旅游市场的突围策略

——基于数字化平台与体验升级驱动

汤雯丹 王嘉慧 庞郁澍

新疆科技学院, 新疆 库尔勒 841000

摘要: 本文选取疆内旅游市场为分析对象, 全面解构和剖析了竞争格局和主要矛盾, 并有针对性地提出了差异化的突围路径; 同时利用旅游规划小程序为载体, 在数字化平台与体验升级方面加以实证分析, 在此基础上, 通过对多源数据信息的整理分析, 发现疆内旅游产业规模一直处在不断扩大之中, 但是还存在一些问题, 即产品同质化严重, 季节性的供求不平衡等问题, 同时还存在着客源的需求由单一观光式旅游转向多元深度体验式旅游, 所以数字平台搭建、文化沉浸式升级、多元业态融合发展是破解当前疆内旅游业发展困局的重要路径。

关键词: 数字化平台; 旅游规划; 地域特色; 文化融合

0 前言

新疆维吾尔自治区发布的《加快推动旅游业高质量发展三年行动方案(2024—2026年)》明确, 2026年旅游业实现旅游接待总人次达3.5亿人、旅游收入达4200亿元, 年均增长速度超过10%, 旅游及相关产业增加值占GDP比重力争超过5%; 旅游业已成为长线游复苏快、通达性提升、文旅市场需求旺盛的重要拉动力。旅游资源包括56个类别, 主要包括如天山、喀纳斯湖等一流的自然风光类项目和如十二木卡姆、阿肯弹唱等多元的文化民俗类项目。从市场来看, 在存在严重市场需求的背景下, 资源、产品种类多样但特色不鲜明。传统观光产品占比重大, 文化深度体验化偏弱(非遗产品仅占不到30%), 且受国内外旅游目的地如云南、四川等地的压力以及中东欧地区的竞争分流影响。另外, 受季节性较强的困扰(冬季产品单一), 景区配套设施不全(景区内交通拥堵, 景区内外宾馆太差), 也是目前制约旅游业发展的因素之一。

1. 研究意义及方法

1.1 研究意义

在本文中, 立足于边疆旅游的特殊性, 在对新疆旅游竞争形势进行剖析的基础上, 提出了“数字化平台+文化深度体验”的差异化模型, 进而为边疆民族地区的旅游高质量发展提供了一种范式参考, 并对文旅融合和数字经济驱动的体系进行了完善; 并且呼应了新疆《旅游业高质量发展三年行动方案(2024—2026)》相关要求, 有针对性地为边疆民族地区旅游业升级提出了举措建议, 为解决产品雷同度高、质量水平不高、文化表达不到位等现实问题提供了实践方法, 助力“旅游兴疆”战略的落实推进。

1.2 研究方法

基于“新疆GO”小程序为例, 探讨智能规划、精准运营、全链条安全的数字化智能探索及安全运营服务经验; 并针对AR导览、户外+非遗等方面的创新业务进行思考和归纳总结, 形成“新疆GO”的业务运营路径; 通过SWOT分析, 结合现有“新疆GO”小程序现状, 全面梳理了资源优势、政策扶持优势以及同质化现象、配套设施不足等问题, 并对新消费升级背景下的发展机遇和面临的挑战进行细化, 结合软件的优质特点给出差异化对策。

2. 新疆旅游市场竞争格局深度剖析

2.1 优势深剖

(一) 自然与景区资源: 以“三山夹两盆”地貌孕育出神奇壮美景观的新疆汇聚了雪山、沙漠等极致景观, 拥有17家5A级景区构成的核心吸引物, 独享我国56个类别的旅游资源, 具有开展徒步、探险等业态所需的天然载体环境^[4]。

(二) 文化与民俗资源: 多种民族共同生活造就丰富的民俗遗存, 拥有包括维吾尔族麦西热甫在内的70余项市级以上非遗项目、19家非遗保护基地, 具有明显的文化多样性优势。

3. 区位优势: 地处亚洲与欧洲经济圈交接处的丝绸之路经济带核心区作为跨境旅游合作重要平台, 促进亚欧大陆中吉帕米尔线路等跨境旅游合作顺利开展。

2.2 发展主要瓶颈

(一) 1 季节性失衡: 夏季客流集中, 冬季产品单一、冰雪资源开发不足, 全年客流分布不均, 资源闲置问题突出。

(二) 文化IP转化低效: 多数文化资源停留在静态展示, 非遗利用率不足30%, 缺乏“体验式”“沉浸式”产品, 未有效转化为竞争力[2]。

(三)配套设施滞后:部分景区交通可达性差、道路拥堵,住宿简陋,旅游厕所等服务设施不足,难满足“快旅慢游”需求。

2.3 市场主体格局

传统的旅行社以低价团为主,而且占全部比例达到60%以上,除此之外还存在行程不宽松、服务不标准等问题。游客总体满意仅为65%,距离品质化、个性化的消费升级之路非常遥远。

“新疆GO”垂直平台针对新疆旅游存在的三个难题:一是游客不会选;二是发生危险后快速到位慢;三是文化体验浅层次,搭建大数据+GIS个性化线路推荐场景,帮游客解决“选择困难”,打造30分钟内响应到位的应急救援、上链存证保护安全,以及“非遗基地”的预约体验型项目,促进新疆文化的深度体验。

3. 差异化突围的核心路径

3.1 数字化平台重构服务链

以“新疆GO”小程序为中心,运用技术手段革新全流程服务,深度融合智能行程规划+用户画像+LBS服务,围绕不同游客个性,按照需求分项进行线路生成,并对路况、天气等进行实时数据推送,达到“一触即发”;强化用户运营“拉新-留存-转化”闭环,借助于基于社交推广,社区分享、会员体系,一站式预订等方面的建设,不断提高游客的回头率;加强安全风险,对服务商进行分级认证,建立异地灾备、安装防火墙和使用加密技术形成坚实的防线。

3.2 文化体验深度化

用“科技+文化”转化资源成为高附加值产品,“沙漠穿越+非遗手作”的套餐,让游客参与到乐器的制作、刺绣当中去,非遗利用率达到50%以上^[2];喀什老城运用AR导览,还原当地生活风貌;新疆国际大巴扎采取“亮化+夜经济”打造夜游体验;乌鲁木齐民族村寨开展民族歌舞、阿肯弹唱等沉浸式旅游,使当地文化得到有效开发、体验增值^[3]。

3.3 业态融合创新

(一)“旅游”+“体育”:发展沙漠徒步、冰川攀登项目,带动喀拉峻飞拉达攀岩接待量增长1.5倍,打造了西北特色IP^[4];

(二)“旅游”+“康养”:推出吐鲁番“沙疗+民俗医疗”套餐,招揽中老年游客。

(三)“旅游”+“冰雪”:乌鲁木齐南山冰雪基地弥补了冬日里的空缺,同时也提升了冰雪之城品牌的档次。

(四)“旅游”+“工业/农业”:达坂城风电工业游、吐鲁番葡萄农耕体验携手共谱三

产大戏。

利用数字化、文化增值和业态创新“双轮驱动”,加速新疆旅游从“资源驱动”转向“价值驱动”,通过破解同质化问题助推新疆旅游实现高质量发展,提供实践路径。

4. 创业项目实践启示——“新疆GO”为例分析

4.1 差异化定位策略

“新疆GO”的核心价值主张在于突破传统旅游平台的单一属性,以“一键出行+深度体验”为核心破解行业三大痛点,即通过整合5A景区、特种基地及非遗点形成“地理+业态”资源库,避免用户跨平台拼凑行程以解决资源体验碎片化问题,将喀什老城AR导览、和田“沙漠穿越+非遗手作”等文化体验升级为核心产品,以打破文化体验浅层化困境,同时通过接入合规服务商、明确高海拔攀登配供氧、沙漠探险带卫星设备等特种项目安全标准,消除用户安全顾虑;其技术架构则以“GIS+用户画像”为核心实现“千人千策”,GIS系统整合地形与交通数据,为自驾客生成标注补给站、特种项目入口的“环塔里木公路”等主题路线,为徒步者提供海拔、露营地信息,三维画像按“身份+偏好”分层,例如向银发客推荐吐鲁番沙疗、向探险者推荐赛里木湖低空飞行。

4.2 运营模式创新

“新疆GO”在运营模式上围绕“内容+生态”多维发力,内容运营端按“月月有主题”打造IP以打破季节性壁垒、平衡淡旺季,春季推出杏花沟徒步+吐峪沟非遗探访并配套摄影大赛,夏季开放赛里木湖跳伞、塔克拉玛干穿越等特种项目预约且直播沙漠探险,秋季联动泽普金胡杨景区开展胡杨摄影+民俗家访,冬季则推出喀纳斯滑雪+慕士塔格峰冬训及“滑雪+住宿”套餐;用户转化端构建“会员积分+权益”闭环,设立三级会员体系,积分源自行程预订、内容分享与文化体验,且可兑换特种项目折扣、非遗课程名额及本地民宿、特产等场景化权益;产业协同端以“平台+服务商”模式实现共生,通过“资质、服务、安全”三维标准对服务商进行分级认证,同时向合作服务商开放用户需求数据,助力其优化产品。

4.3 风险防控机制

“新疆GO”风险防控全流程具备多维度保障;实现全过程链条式监管。事前建立服务商档案库排除无资质服务机构;事中通过实时监控严防商家违规经营行为;事后利用区块链对行程和消费记录等进行存证并保证24小时内解决纠纷;技术安全保障中采用双层防护:把安全承诺、消费凭证等信息加密存证到链上保

证不能修改;与应急厅、医疗机构等单位联防联控,在遇到游客徒步迷路等突发情况后30分钟响应、联动医疗机构协助异地就诊。

5. 策略实施保障体系

5.1 政策协同机制

政策协同机制以新疆《旅游业高质量发展三年行动方案(2024—2026年)》、《新疆维吾尔自治区文化和旅游产业集群发展规划(2025—2030年)》为核心,一方面将数字化平台、文化体验升级、特种旅游等差异化策略纳入政策支持领域,明确“新疆GO”试点地位并给予税收减免、项目补贴等倾斜,另一方面联动“旅游兴疆”、乡村振兴及丝绸之路经济带核心区建设,在和田、喀什等地推“文旅+跨境商贸”项目与中吉帕米尔跨境旅游廊道,形成“政策引导—产业升级—效益提升”的闭环;同时借鉴云南康旅集团“政府+企业+院所”模式构建政企合作机制,共建“新疆旅游大数据中心”实现数据互通与动态监管,联合出台特种旅游、非遗体验领域标准并由“新疆GO”落地、政府监督,还协同推进基础设施补短板,形成“政府建硬件、企业做服务”的互补格局^[1]。

5.2 人才培养计划

构建“培养+引进+转型”人才保障体系:校企协同培养方面与新疆本地大学联合培养专业人才,建立景区实训基地,还联合“新疆GO”推出创业孵化计划支持高校毕业生文旅创新项目;从业人员转型培训方面,针对传统旅行社开展服务升级培训,对景区人员做数字化工具应用培训,邀非遗传承人等开展文化素养培训;人才引进方面,实施专项计划给文旅科技企业核心团队补贴,为高海拔攀登教练等稀缺人才设特殊岗位津贴。

5.3 基础设施升级

为解决新疆景区存在的“交通拥堵、住宿

简陋、智慧化不足”等问题,新疆智慧旅游基础设施建设加快推进,到2026年,将实现4A级以上景区和特种旅游线路全部5G覆盖,核心景区物联网设备安装到位,构建智慧管理体系,偏远景区建设卫星通信基站^[3];健全完善高速铁路网、升级重点旅游干线路线服务区、开通偏远景区“旅游专列+接驳车”;高质量建设旅游综合服务设施,高端品质酒店进驻景区或周边地区,建造旅游综合服务中心、应急补给站、氧气站等设施,在游客集散区增设旅游医院,并与辖区应急部门联动。

6. 总结与展望

综上所述,数字化平台通过智能规划、高效运营、安全风控等手段实现服务链重组组合成效;文化深体验是通过“科技+文化”“户外+非遗”等方式,把散落的资源变成具有高附加值的产品去实现价值提升,“双轮驱动”推动了新疆旅游完成由“资源驱动”到“价值驱动”的转变,“新疆GO”即是践行以小而精、数字化路径来缓解业界瓶颈,切实助推文旅业态转型升级的轻量化数字平台,“新疆GO”经过不断的迭代升级最终成为一种成熟且被证实可行的轻量化数字平台案例供同类业者模仿和借鉴;数字化赋能旅游,借助“AI导游”促进数字化技术落地应用。预计到2028年,AI导游的比例可达40%;人工智能导游交互性增强,体验感增加,同时能够有效控制运营成本。可以利用新疆的区位优势,打通现有的通往哈萨克斯坦的线路以及规划建设“中吉帕米尔跨境旅游廊道”,把新疆丝绸之路经济带核心区更好地串联起来,并进而优化跨境旅游线路,扩大跨境旅游产品供给,壮大新疆旅游市场新增量。

我们可以坚定的说,在后续的努力之下,新疆旅游业将迎来显著的发展变化,为游客呈现更优质的旅游体验。

参考文献:

- [1] 李继洪,王璐瑶.守护云南旅游金字招牌打造文旅产业竞争新优势[N].云南日报,2025-03-07(010).
- [2] 李丽.推进新疆文旅融合高质量发展的路径研究[J].产业与科技论坛,2025,24(09):24-26.
- [3] 马林冲,苗志娟,马晓雅.文旅融合背景下推动新疆城市特色文化旅游发展的实践探索——以新疆乌鲁木齐市为例[J].边疆经济与文化,2025,(06):51-55.
- [4] 玛依古丽·艾依提哈孜.新疆特种旅游跻身全国前列[N].新疆日报(汉),2025-08-01(005).

作者简介:汤雯丹(2003.06—),女,汉族,云南,新疆科技学院,本科,研究方向:旅游管理与营销。

王嘉慧(2002.10—),女,汉族,河北,新疆科技学院,本科在读,研究方向:财务管理。

庞郁澍(2004.02—),女,汉族,河北,新疆科技学院,本科在读,研究方向:财务管理。