

加快文旅数字化发展研究

——基于旅游规划小程序

岳颖 刘佳美 贾文丽

新疆科技学院, 新疆 库尔勒 841000

摘要:近年来, 疆内凭借独特旅游资源成为国内旅游核心增长极, 2024年游客接待量与旅游收入同比分别增长14%和21%, 文旅产业跻身自治区“十大产业集群”, 《我的阿勒泰》传播、“一把手当推荐官”模式进一步推高旅游热度。但景区分散、基础设施与客流失衡问题突出, 如独库公路拥堵、游客行程规划不合理。在此背景之下, 开发旅游规划小程序, 聚焦线路推荐、美食指引、风景解读, 探索数字破局路径, 对于推动旅游数字化发展, 充分发挥旅游数字化在整合地区资源、加快智慧旅游和全域旅游建设方面的作用, 对提升旅游产业竞争力具有重要的意义。

关键词:旅游; 智慧文旅; 小程序设计

1 引言

1.1 研究背景

随着《“十三五”旅游业发展规划》、《“十三五”全国旅游信息化规划》的相继印发, 智慧景区、目的地旅游和全域旅游相继得到各级政府重点关注和大力发展。截至2025年6月, 中国在线旅行预订用户规模达5.14亿, 在线旅行预订的网民使用率达到45.8%, 在线旅行市场用户规模不断扩大。旅游产品也由以往的标准化逐渐向非标化转变, 私人订制、小团游、自驾游等市场规模日渐壮大。同时, 旅游巨头开始涌入小程序生态, 不断发掘新的获客渠道, 文旅数字化交易服务体系持续变革。

新疆发展文旅数字化具有得天独厚的优势。一是自然景观的不可替代性, 新疆占全国陆地面积的六分之一, 涵盖雪山、草原、沙漠、湖泊等多样化地貌; 二是民族文化的深度体验价值高, 新疆有13个世居民族的非遗技艺(如艾德莱斯绸、十二木卡姆)、民俗节庆(如古尔邦节、那达慕大会)和特色美食(如烤包子、手抓饭); 三是季节性旅游差异, 新疆四季景观各异, 冬季冰雪旅游和夏季避暑旅游形成互补。2007年新疆科技厅主导的《新疆旅游全产业链创新发展研究与技术集成示范》项目, 投入近3000万元, 通过18年持续创新, 于2015年“畅游新疆网”上线运行, 2018年配套“西域游”电商平台, 累计交易额超10亿元。2017年, 自治区旅游发展委员会成立, 设立旅游电子商务、旅游咨询网站, 委托企业开发“新疆旅游”APP。新疆文旅数字化整体发展如何, 面临哪些问题, 各地州之间发展状况如何等成为亟需了解的内容。

1.2 研究意义

理论意义:数字文旅的相关研究成果十分丰富, 大多集中在现状类、技术应用和旅游移动电子商务方面, 对区域旅游数字化发展水平

的相关研究较少。因此本文结合新疆文旅数字化发展现状和特点, 丰富民族地区文旅数字化转型的研究维度, 衡量新疆文旅数字化发展水平, 为同类地域的旅游服务创新提供理论参照。

实践意义:通过“新疆GO”小程序的功能落地破解游客“选线难、寻味难、体验浅”的痛点, 提升旅游服务质量; 借助数字化引流激活中小商户与乡村资源, 推动旅游收益下沉, 助力“旅游兴疆”“文化润疆”与乡村振兴双重目标实现。

1.3 研究方法

本文采用文献研究法、案例分析法与数据佐证法相结合的研究方式: 系统梳理智慧旅游、文旅融合领域的研究成果, 把握行业发展规律; 以“新疆GO”小程序为核心案例, 解构其功能设计与价值实现路径; 结合新疆文旅厅公开数据与游客调研结果, 验证小程序的实践价值。

2 数字化在新疆文旅发展中的重要意义——基于“新疆GO”小程序

2.1 优化游客体验, 打响新疆旅游

随着我国旅游业快速发展, 各地旅游区的竞争态势逐渐从资源竞争、产品竞争演变为更高层次的质量品牌竞争, 而文旅数字化, 依托“新疆GO”小程序可以智能规划缩短游客行程筹备时间, 动态调整行程减少旺季拥堵等待时长, 配备基础设施导航、多语种讲解、应急指南等功能, 解决“如厕难”“懂景难”“应急弱”等问题。帮助游客降低决策与时间成本, 提升体验完整性与安全感。

2.2 助推旅游业转型升级, 为新疆旅游业增收赋能

当前, 我国正从粗放型旅游大国向集约型旅游大国发展, 处于结构优化、动力转换的关键时期。发展文旅数字化, 有利于提高全要素生产率, 优化供给质量和效率, 能够最大程度

地满足游客个性化需求和提供定制化服务,实现旅游资源信息化管理,推动旅游产业转型升级。依托“新疆GO”小程序发展新疆文旅数字化,借美食推荐、非遗预约激活二次消费;联动乡村资源,精准推送乡村民宿商户,带动乡村就业与增收,推动收益下沉;为中小商户提供数字化渠道,降低运营成本,通过数字化传播新疆多元文化,助力“文化润疆”,实现经济效益与社会效益统一。

3 新疆文旅发展现状分析

3.1 基本情况

新疆拥有640家A级景区、101家全国数量第一的滑雪场、7000余家酒店民宿,形成多元资源体系。近些年来在政策支持和市场主体的推动下,旅游业呈现快速增长态势,旅游经济总量连创新高,旅游产业对全区经济发展的带动作用不断增强。2022-2024年累计接待游客6.89亿人次,2024年指标创历史新高,文旅经营主体超51万户,新疆文旅产业数字化结合初见成效,实现多领域融合的新业态,向理想状态迈进,但仍存在一系列需要改进的问题。

3.2 存在问题

(一)旅游信息化水平偏低。信息化服务与管理欠缺,文旅数字化建设滞后,相应的文旅信息咨询、游客集散等配套设备和场所缺乏,文旅公共信息服务难以发挥应有的功能作用。文旅管理部门对已有网站和手机应用平台利用率低,国内外游客缺乏对新疆文旅资源的总体认识。

北疆游客因“路线规划不合理”“漏核心景点”日均浪费3小时以上,独库公路等热门线路旺季拥堵时长可达8小时;且新疆景区间距较远,传统攻略多为零散信息,游客难以根据时间、兴趣等要素制定高效合理的行程。景区周边公厕、停车场等基础设施信息缺失,赛里木湖环湖90公里仅29座公厕,旺季“如厕难”引发舆论关注。

(二)相关技术专业人才培养体系不健全,区内各高等院校信息化、旅游管理等相关专业课程开设较少,旅游信息化人才培养和培训机制还没有形成。信息化专业人才整体不足,尤其缺乏既懂旅游又了解信息化的复合型人才,导致缺乏对游客偏好、消费习惯的精准分析,产品供给与市场需求脱节,制约了新疆文旅数字化建设快速发展。

(三)文旅数字化平台缺乏深层次整合,新疆现有的智慧文旅平台整合了部分文旅信息,还不够完善,针对当前文旅消费需求,新疆文旅平台服务供给仍然不足,存在一系列问题。比如新疆各地州和文旅产业相关的App、微信公众号等营销平台数量很少,社会影响力不高。

不能为游客提供文旅资讯、预约预订、导游导览、高清直播、反馈投诉等服务。

(四)文旅数字化产品和服务尚未形成持续性盈利模式。新疆文旅收益结构单一,多数景区依赖门票与区间车收入,各地州特色文化村落、非遗景点、博物馆、民俗风情街等景区大都靠地产和门票收入,但这类收入非常有限,难以弥补景区后期运营中持续性的资金投入需求。存在“游览人数与收入错位”现象。

以上问题催生了明确的数字化需求,利用“新疆GO”小程序可以精准响应。

4 新疆文旅数字化路径实现——基于“新疆GO”小程序

4.1 利用“新疆GO”小程序加强文旅数字化程度

(一)深度整合数字平台文旅信息,夯实文旅数字化基础设施建设

新疆各地州文旅信息还未实现充分整合,缺乏拥有统一标准的强大数字文旅平台。“新疆GO”小程序接入路网、导航及客流系统,超阈值时推替代路线,支持线路拆分重组,添加目的地并优化顺序、计算耗时并结合天气实时动态调整行程,最大程度规避拥堵、标注沿途基础设施,关联预约入口,锁定住宿。

(二)完善文旅网络营销体系,推动“味觉体验”向“消费增收”转化

开发与小红书、人工智能链接探索各地美食,激活“味觉经济”价值,结合行程精准推送沿途美食,标注人均消费、清真标识及营业时段,并嵌入美食背后的民俗故事,与美团等外卖APP联动,推出“小程序专属套餐”,用户可直接导航并预约,带动非景区商户客流增长。用户餐后可上传评价,形成“优质商户榜单”,为后续游客提供参考,同时为商户优化服务提供数据支持。

(三)完善景区智慧化建设,深化“文化体验”内涵

整合“信息呈现+智能讲解+互动传播”功能,实现从“看风景”到“懂新疆”的升级。采用“文字+手绘地图+慢直播”形式,标注景区观景台、休息区等关键位置;接入天山天池、赛里木湖等15家5A级景区实时画面,用户可提前查看景色与客流;接入北斗定位技术,实现智能语音解读,用户靠近喀什古城、香妃园等景点时自动触发讲解,内容涵盖历史渊源、建筑智慧、民族习俗等,支持汉、英、韩多语种切换,适配国际游客需求;增加“旅行打卡”功能,用户可分享体验至社交平台,形成二次传播扩大影响力。

4.2 利用“新疆GO”小程序联动多方实现价值共享保障长效增收

搭建“服务-消费-增收”闭环以体验价

值为纽带,串联游客需求与本地供给,实现从“服务感知”到“消费行动”的转化。一是在行程中精准推送,如:在景区导览页面关联本地特产,酒店预订后推荐周边美食商户,点击即可跳转小程序商城下单,并推出“体验积分解锁福利”机制,用户完成景区预约、酒店预订等行为积累积分,可兑换特产满减券、文创产品减免券,刺激二次消费。二是开发景区主题文创、打造“文旅IP”继续培育类似于“花儿为什么这样红”“可可托海的牧羊人”等有着高辨识度且自带流量的文化符号和产品,利用声光电等科技手段吸引眼球,给游客带来全新的感官体验,将科技作为辅助,赋予文旅产品以民族文化内涵和附加值。三是搭建“线上+线下”传播矩阵,通过抖音、视频号发布文旅攻略与商品短视频,在景区、营业厅铺设特别定制的系列玩偶形象,衍生出表情包、海报等周边,引导网友提高对新疆地域文化了解兴趣度。

4.3 重视数字化文旅专业人才的培养,完善人才管理体系

人才是引领产业发展的第一生产力,新疆地区高校及文旅企业应注重优化高层次、复合型的数字文旅人才培养机制,整合高校、企业、社会等各类培训资源,通过线上线下培训平台,全面提升后备队伍的数字化素养及综合服务水平,让专业人员能够紧跟文旅业态的迭代更新,掌握数字文旅行业的知识、运作规则,精准对接新疆文旅数字化发展的时代需求。其次,激

发行业协会、科技公司和专业院校等第三方组织在文旅产业数字人才培养中的作用。最后,积极发挥新疆本地高校和职业院校的人才培养作用。鼓励文化旅游企业和新疆旅游院校联合培养文化旅游创意策划、旅游电子商务、智慧旅游等新业态人才,为数字文旅企业提供智力支持。

5 结语

数字赋能是新疆文旅产业实现高质量发展、从资源大区迈向旅游强区的关键路径。本文在分析新疆文旅发展现状与困境的基础上,以“新疆GO”小程序为具体案例,探讨了通过深度整合资源、优化游客体验、联动多方价值、培育专业人才等维度,推动文旅数字化发展的实践路径。研究表明,以小程序为代表的轻量化数字工具,能够有效破解新疆旅游业面临的“信息孤岛”、“体验浅层”与“收益单一”等痛点,为“旅游兴疆”和“文化润疆”战略注入新动能。未来,新疆文旅数字化建设还需在数据互通、商业模式创新、智慧化管理等方面持续深化,同时,“新疆GO”小程序也需在用户运营、内容生态和商业模式上不断迭代,方能实现可持续增长,为国内外游客提供更智能、更深度、更安心的旅行服务,最终助力新疆文旅在全球旅游市场中确立核心竞争力。

参考文献:

- [1] 宁洁.新质生产力视域下新疆冰雪旅游产业发展现状及路径研究[J].中国管理信息化,2025,28(19):76-79.
- [2] 黄玉玲,文彤,凯丽比努尔·阿木提.旅游信息流空间的城市群关系网络——以中国新疆为例[J].地理科学,2025,45(10):2164-2174.DOI:10.13249/j.cnki.sgs.20240980.
- [3] 穆欣颖.新疆阿勒泰地区冰雪旅游产业结构升级路径研究[J].中国商论,2025,34(18):79-82.DOI:10.19699/j.cnki.issn2096-0298.2025.18.079.
- [4] 唐小英,李倩,贺礼江.文旅融合背景下“古诗词+旅游”应用研究——以新疆喀什为例[J].丝绸之路,2025,(03):63-74.
- [5] 刘苗.文化润疆视域下新疆旅游文化发展的路径探赜[J].新楚文化,2025,(25):78-82.DOI:10.20133/j.cnki.CN42-1932/G1.2025.25.024.
- [6] 阿力模汗·买提库尔班.新疆生态旅游发展模式探析[J].当代县域经济,2025,(09):29-31.DOI:10.16625/j.cnki.51-1752/f.2025.09.011.
- [7] 文旅融合赋能高质量发展让“流量”变为“留量”[N].阿克苏日报(汉),2025-08-26(001).
- [8] 苏醒.抖音短视频中新疆旅游文化传播路径研究[J].采写编,2025,(08):115-117.
- [9] 杨珉.基于“直播+旅游”模式简析新疆旅游形象的传播方法[J].国际公关,2025,(14):145-147.DOI:10.16645/j.cnki.cn11-5281/c.2025.14.048.
- [10] 依力塔比尔提肯·吐尔逊.新疆“地名旅游”APP《疆行》的设计与开发[J].电子技术与软件工程,2019,(09):36-37.DOI:10.20109/j.cnki.ets.2019.09.033.

作者简介:岳颖(1997.12—),女,汉族,山西,新疆科技学院,硕士研究生,研究方向:农业绿色发展与可持续发展。

项目信息:新疆科技学院2025年度国家级大学生创新创业训练计划项目“新疆GO——一键出行,说走就走”(202513561015X)。