

AI 驱动肇庆智慧文旅消费场景迭代研究

王莹莹

广东工商职业技术大学

DOI:10.32629/deitar.v4i1.21387

[摘要] 数字经济时代, AI技术成为文旅产业智慧化转型的核心动力, 推动传统文旅消费场景全方位升级。肇庆文旅资源禀赋优越, 但传统文旅消费场景存在体验同质化、数字化建设滞后、供需匹配低效、场景联动不足、运营创新薄弱等问题, 难以适配新时代文旅消费需求。本文以AI赋能为核心视角, 聚焦肇庆智慧文旅消费场景迭代问题, 分析其文旅场景发展现状与核心瓶颈, 从体验、服务、消费、运营四大维度剖析AI驱动场景迭代的核心方向, 提出数字化改造、文化差异化赋能、精准服务适配、全域场景联动、人才机制保障的优化路径。研究旨在破解肇庆传统文旅发展痛点, 助力当地文旅产业高质量转型, 也为中小城市文旅数字化升级提供实践参考。

[关键词] 人工智能; 智慧文旅; 消费场景; 场景迭代; 肇庆

中图分类号: F014.5 **文献标识码:** A

Iterative Research on Consumption Scenarios of Zhaoqing Smart Travel Driven by AI

Yingying Wang

Guangdong Technology and Business University, Zhaoqing City, Guangdong Province

[Abstract] In the era of digital economy, AI technology has become the core driving force for the intelligent transformation of the cultural tourism industry, and promoted the all-round upgrading of traditional cultural tourism consumption scenarios. Zhaoqing's cultural tourism resources are superior, but the traditional cultural tourism consumption scenes have some problems, such as homogenization of experience, lagging digital construction, inefficient matching between supply and demand, insufficient scene linkage and weak operational innovation, which make it difficult to adapt to the cultural tourism consumption demand in the new era. Taking AI empowerment as the core perspective, this paper focuses on the consumption scene iteration of Zhaoqing Smart Travel, analyzes the development status and core bottleneck of its travel scene, analyzes the core direction of AI-driven scene iteration from four dimensions of experience, service, consumption and operation, and puts forward the optimization path of digital transformation, cultural differentiation empowerment, accurate service adaptation, global scene linkage and talent mechanism guarantee. The research aims to solve the pain points of traditional cultural tourism development in Zhaoqing, help the local cultural tourism industry to transform with high quality, and also provide practical reference for the digital upgrading of cultural tourism in small and medium-sized cities.

[Key words] artificial intelligence; Wisdom travel; Consumption scenarios; Scene iteration; Zhaoqing

引言

数字技术同实体经济深度融合发展之时, 我国文旅产业处在智慧化转型的重要阶段。传统的粗放式观光文旅发展模式已经不能适应市场需求, 游客的消费需求也由原来的单一化向多样化发展, 即从单纯的观光体验向沉浸式体验、个性化定制和深度的文化体验转变, 对文旅场景的创新性、服务性和综合性提出了更高的要求。文旅消费场景是文旅价值的承载者, 也是游客消费的连接点, AI技术依靠数据分析、智能匹配、内容创新等优势, 突破了传统文旅场景发展的障碍, 成了推动文旅场景更新、改善

供需关系、加强产业竞争的强劲动力。肇庆是粤港澳大湾区重点生态文旅城市, 有山水生态、宋文化、端砚文化等丰富的文旅资源, 具有良好的文旅发展基础。但是目前肇庆文旅产业仍然以传统的观光模式为主, 消费场景只停留在基础的游览、住宿上, 存在着文化挖掘浅薄、场景创新不足、智能化建设滞后等众多问题, 造成游客停留时间短、二次消费弱、资源优势不能转化为产业优势的发展困境。同时大湾区文旅行业同质化竞争加剧, 也促使肇庆文旅产业转型升级。

因此本文从AI赋能的角度出发, 以肇庆智慧文旅消费场景

迭代问题为研究对象,对当地文旅场景发展存在的不足进行梳理,探究AI技术与文旅场景融合的迭代路径和优化策略,以期丰富数字文旅的相关研究,给肇庆文旅数字化转型、消费市场升级以及城市文旅品牌提质提供可操作的实践建议。

1 肇庆传统文旅消费场景发展现状与核心瓶颈

1.1 肇庆传统文旅消费场景发展现状

依托得天独厚的自然禀赋与文化积淀,肇庆形成了以星湖景区、鼎湖山生态景区为核心,宋城墙、梅庵等历史人文景点为支撑,乡村文旅、民俗体验为补充的文旅场景体系。目前,肇庆文旅消费场景仍以传统实体场景为主,消费行为集中于景区门票、基础餐饮、住宿服务等基础领域,整体呈现“重观光、轻体验,重资源、轻创新,重线下、轻数字”的发展特征。从场景布局来看,核心景区场景开发相对成熟,但全域文旅场景联动性不足,城市文旅、乡村文旅、文化文创场景相互割裂,未能形成一体化的消费场景网络^[1]。从消费结构来看,基础消费占比过高,沉浸式体验、文化文创、康养休闲、定制旅游等中高端消费场景缺失,文旅消费附加值较低。从服务模式来看,多数场景仍依赖人工服务与传统运营模式,数字化、智能化服务覆盖范围有限,智慧导览、智能推荐、精准服务等功能未能全面普及。

1.2 肇庆文旅消费场景迭代的核心瓶颈

1.2.1 场景体验同质化严重,文化赋能不足

目前肇庆大多数文旅场景还处在浅层次的观光状态,对于宋文化、端砚文化、蛋家民俗等本土特色文化挖掘和转化较少,场景内容创新性差。大部分景区的开发模式雷同,没有形成差异化的、有特色的体验内容,没有把本土文化内核融入消费场景的设计当中,造成游客体验单一,不能产生深层次的文化共鸣,不能促使游客产生持续的消费行为。

1.2.2 数字化建设滞后,智能场景覆盖率低

肇庆文旅数字化转型的整体节奏比较缓慢,大部分传统的文旅场景还没有完成智能化的改造,存在着数据孤岛、技术应用浅层化等状况。目前数字化应用大多停留在线上购票、智能监控这些基础功能上,对于AI智能推荐、沉浸式数字体验、虚拟文旅互动、智慧消费引导这些高端数字化场景的建设还很落后,没有依靠AI技术对场景进行创新性的重塑,数字技术同文旅场景的融合程度不够深入^[2]。

1.2.3 供需匹配效率低下,个性化服务缺失

传统的文旅场景使用的是标准化、统一的服务方式,没有对游客群体进行细分以及需求挖掘。由于没有AI大数据分析能力,不能准确地把握各个年龄段、不同消费水平游客的个性化需求,不能提供个性化的游览路线、体验项目和消费服务,造成场景供给同市场需求相脱离,许多潜在的消费需求不能被释放出来。

1.2.4 场景联动性不足,消费链条短促

肇庆文旅各场景之间缺乏有效的数字化联动机制,景区、文创、餐饮、住宿、乡村文旅等场景相互独立,未能形成一体化的消费生态。传统文旅消费仅局限于单次景区游览,上下游产业融

合不足,二次消费、多次消费场景匮乏,游客停留时间短、消费额度低,文旅产业的综合经济效益难以提升。

1.2.5 创新运营能力不足,场景迭代动力薄弱

文旅场景不断更新更迭,需要技术、人才、运营机制等多方面的支持,目前肇庆文旅行业缺少专业的AI数字化运营人才,传统的运营思维僵化,对数字文旅、智能场景的创新认识不够,没有形成以数据为驱动的场景更新机制,场景更新速度慢,不能满足不断变化的文旅消费市场的需要。

2 AI驱动肇庆智慧文旅消费场景迭代的核心维度

2.1 体验场景迭代

AI技术能够打破传统观光场景的体验局限,推动肇庆文旅体验场景从浅层景观观赏向深度沉浸式文化体验迭代。依托AI数字孪生、虚拟现实、智能交互技术,可对肇庆宋文化、端砚文化等传统文化资源进行数字化活化,打造数字宋城、虚拟端砚制作体验、民俗数字展演等新型沉浸式场景。通过智能交互设备、虚拟数字人讲解等形式,让游客深度参与文化体验,改变传统静态观赏的模式,实现文化感知从被动接收向主动体验的转变,丰富文旅体验层次,提升场景吸引力与记忆点^[3]。

2.2 服务场景迭代

传统的文旅服务场景是以标准化、统一化的服务为主,服务的精准度不高,不能满足不同的需求。AI技术推动下,文旅服务场景得到全方位升级,依靠大数据采集和算法分析,创建起游客个人化的用户画像,准确找出游客的游览喜好,消费习惯和服务需求。根据智能推荐算法可以给游客提供个性化的游览路线规划、特色体验项目推荐、美食住宿精准匹配等定制化服务。除此之外,AI智能客服、智能导览、语音交互等智能服务体系可以实现24小时不间断、全区域的智慧服务,有效解决了传统服务效率低、反应迟钝、个性化不够的问题,全面提高了游客的旅游体验。

2.3 消费场景迭代

AI技术能够重构肇庆文旅消费结构,推动消费场景从单一基础消费向全链条多元消费迭代升级。依托AI消费数据分析能力,精准挖掘游客潜在消费需求,针对性开发文创消费、沉浸式体验消费、研学消费、康养休闲消费等新型消费场景,延伸文旅消费链条。同时,通过AI智能营销、精准推送、场景联动等功能,实现景区游览、文化体验、文创购物、乡村休闲、特色食宿等场景的互联互通,构建一体化消费生态,引导游客从单次基础消费向多次消费、复合消费转变,提升文旅消费附加值与综合收益。

2.4 运营场景迭代

传统的文旅运营依靠的是人工经验,存在着管理粗放、反应迟钝、资源浪费等状况。人工智能技术使得文旅运营场景发生智能化转变,依靠全域文旅数据的即时监测、剖析、预估,可以达成景区客流掌控、资源调配、危险预知、服务改善等智能治理的目的。依靠AI数据分析模型,可以精准地预知客流高峰、消费走向、市场供需等趋向,提前对场景展开合理规划、服务人员

的调配、运营模式的改动,以达成游客需求得到妥善照顾的目的,消除传统运营的随意性与滞后性难题,促使文旅场景达成精细化、智能化、科学化的运作,进而提高景区的运作效能与经营水准。

3 AI驱动肇庆智慧文旅消费场景迭代的优化路径

3.1推进全域场景数字化改造,夯实技术迭代基础

肇庆需以全域智慧文旅建设为核心,加快推进各类文旅消费场景的数字化、智能化改造,破除数据孤岛问题。整合景区、乡村文旅、文创园区、餐饮住宿等全域文旅资源数据,搭建统一的AI智慧文旅数据平台,实现数据互联互通、统一分析、智能应用。针对核心文旅场景,普及智能导览、虚拟讲解、智能监控、在线服务等基础智能功能,同时布局数字沉浸式体验、虚拟文旅互动、AI文创生成等新型数字化场景,丰富智慧场景形态。持续优化数字基础设施建设,提升5G、物联网、云计算等基础网络覆盖质量,为AI技术落地应用、场景持续迭代提供坚实的技术支撑。

3.2深挖本土文化内核,打造差异化智能场景

依托AI生成式技术,深度挖掘肇庆本土特色文化资源,推动文化资源与智能场景深度融合,打造具有地域辨识度的差异化智慧文旅消费场景。聚焦宋文化、端砚文化、山水生态文化、民俗文化四大核心文化体系,通过AI技术进行数字化创新转化,开发数字文化展演、虚拟文化体验、智能文创定制、文化剧情沉浸式游览等特色场景。摒弃同质化的数字场景建设模式,立足肇庆文旅特色,将文化内涵贯穿于智能场景设计、体验内容、消费服务全过程,形成独一无二的智慧文旅场景体系,提升肇庆文旅品牌竞争力^[4]。

3.3构建个性化服务体系,精准匹配消费需求

依靠AI大数据以及智能算法来创建全流程个性化的智慧文旅服务系统,达成文旅场景同游客需求的精准匹配。建立游客数据采集和分析机制,把游客出行、游览、消费、评价等各方面数据融合起来,塑造起细致化的用户画像体系,从而达成游客群体的精确细分。根据用户画像来创建智能推荐系统,给不同的游客提供个性化的游览方案、体验项目、消费选择和服务保障。另外,创建起完整的AI智能服务体系矩阵,涵盖出行预订、游览讲解、消费咨询以及售后服务等多个方面,并且做到全方位的24小时智能服务,从而提升顾客体验和消费意愿。

3.4强化人才与机制保障,保障场景持续迭代

创建起完备的保障体系,给AI引领下的文旅消费场景不断更新赋予支持。一方面加强数字化文旅人才队伍建设,采用校企合作、人才引进、行业培训等途径培养出一批具有人工智能技

术能力和文旅行业认知的复合型人才,解决行业人才短缺问题,提高文旅数字化运营和创新能力^[5]。另一方面是建立场景动态迭代机制,依靠AI数据监测体系,对游客体验反馈、市场需求变动、行业发展趋向等加以实时追踪,进而对场景内容、服务方式、经营策略实施定时改良,从而促使文旅消费场景得以不断更新和升级。加强政策引导、资源扶持,促进文旅企业开展数字化创新,推进AI技术同文旅场景的深度融合,创建良好的产业创新发展环境。

4 结论

本研究通过梳理肇庆文旅产业发展现状,结合当下数字文旅发展趋势,系统分析肇庆传统文旅消费场景存在的体验同质化、数字化建设滞后、供需匹配低效、场景联动不足、运营创新薄弱等核心发展瓶颈。以AI技术赋能为核心研究视角,探究人工智能与文旅消费场景的融合逻辑与迭代方向,从体验、服务、消费、运营四个核心维度明确场景升级路径,并结合肇庆本土宋文化、端砚文化与生态资源特色,提出适配当地文旅发展的数字化改造、文化差异化赋能、精准服务匹配、全域场景联动及人才机制保障等优化策略。本研究有助于有效破解肇庆传统文旅发展痛点,推动本地文旅场景智慧化、品质化迭代,助力文旅资源优势转化为产业竞争优势,同时可为国内同类型中小城市开展AI赋能文旅场景升级、推动文旅产业高质量发展提供一定的理论参考与实践借鉴。

[基金项目]

肇庆市哲学社会科学规划项目,《AI驱动肇庆智慧文旅消费场景迭代与引流策略研究》,项目编号(26GJ-236)。

[参考文献]

- [1]司庆,王雪梅,许淑娟.数智时代肇庆市智慧文旅发展研究[J].中原文化与旅游,2025,(4):71-73.
- [2]黄晖兴.文旅融合背景下肇庆市旅游创新发展策略探析——基于网络游记文本分析[J].河北企业,2024,(6):33-36.
- [3]沈治乾.新质生产力驱动文旅消费场景的跃迁路径研究[N].中国旅游报,2026-04-21(008).
- [4]唐显枚,李媛媛.人工智能激活文旅潜能打造智慧文旅四川样板[N].绵阳日报,2026-02-03(001).
- [5]徐鹏.人工智能驱动文旅产业发展的困境及对策探讨[J].成都行政学院学报,2025,(5):29-37+117-118.

作者简介:

王莹莹(1987--),女,满族,吉林省四平市人,硕士,副教授,研究方向:旅游经济。