

AI 驱动肇庆智慧文旅消费引流策略研究

王莹莹

广东工商职业技术大学

DOI:10.32629/ej.v9i6.3569

[摘要] 在文旅融合和数字技术不断更新换代的背景下,人工智能正在成为改变区域文旅产业发展的主要推动力,也是激活文旅消费市场的重要力量。肇庆拥有丰富的非遗文化、山水生态、历史街区等文旅资源,具有发展智慧文旅的先天条件,但是在文旅消费引流方面还存在着传播模式传统、产品体验同质化、流量转化效率低、资源联动不足等问题。人工智能技术依靠大数据分析、虚拟交互、沉浸式体验、智能精准营销这些主要特点,可以重新塑造出肇庆文旅流量获取、游客留存、消费转化的全部链条逻辑。本文以肇庆文旅产业发展实际为基础,分析人工智能赋能智慧文旅消费引流的内在逻辑和现实短板,从精准营销引流、沉浸式场景聚流、数字IP塑流、产业生态汇流、服务闭环留流五个方面,构建AI驱动下肇庆智慧文旅消费引流的完整策略体系,推动肇庆文旅由传统的资源依赖型向数字智慧运营型转变,拓宽客源市场、激发消费潜力,实现文化价值、旅游价值和经济价值的共同增长。

[关键词] 人工智能; 肇庆; 智慧文旅; 消费引流; 文旅融合

中图分类号: TP18 **文献标识码:** A

Research on AI-driven Consumption Drainage Strategy of Zhaoqing Smart Travel

Yingying Wang

Guangdong Technology and Business University, Zhaoqing City

[Abstract] Under the background of the integration of cultural tourism and the continuous upgrading of digital technology, artificial intelligence is becoming the main driving force to change the development of regional cultural tourism industry and an important force to activate the cultural tourism consumer market. Zhaoqing is rich in cultural tourism resources, such as intangible culture, landscape ecology, historical blocks, etc., and has the innate conditions for developing intellectual cultural tourism. However, there are still some problems in the consumption and drainage of cultural tourism, such as traditional communication mode, homogenization of product experience, low efficiency of traffic conversion and insufficient resource linkage. Artificial intelligence technology relies on the main characteristics of big data analysis, virtual interaction, immersive experience and intelligent precision marketing, which can reshape all the chain logic of Zhaoqing cultural tourism traffic acquisition, tourist retention and consumption transformation. Based on the actual development of Zhaoqing's cultural tourism industry, this paper analyzes the internal logic and practical shortcomings of artificial intelligence empowering smart cultural tourism consumption drainage, and constructs a complete strategy system of Zhaoqing's smart cultural tourism consumption drainage driven by AI from five aspects: accurate marketing drainage, immersive scene gathering, digital IP plastic flow, industrial ecological convergence and closed-loop service retention, so as to promote Zhaoqing's cultural tourism to change from traditional resource-dependent to digital intelligent operation, broaden the tourist market, stimulate consumption potential and realize cultural value and tourism value.

[Key words] artificial intelligence; Zhaoqing; Wisdom travel; Consumption drainage; Integration of literature and tourism

1 引言

在文旅融合深度推进与数字技术全面赋能的时代背景下,

智慧文旅已成为区域文旅产业转型升级、激活消费市场的核心方向。人工智能凭借大数据分析、沉浸式交互、精准营销与智

能运营等技术优势,正深刻重塑文旅消费引流的逻辑与路径,为城市文旅突破传统发展瓶颈提供关键支撑。肇庆作为粤港澳大湾区重要文旅节点城市,拥有端砚非遗、星湖生态、历史街区等优质资源,文化底蕴深厚、文旅业态多元,具备发展智慧文旅的天然优势。

当前,肇庆文旅消费引流仍面临营销模式传统、体验同质化、资源联动不足、流量转化效率不高等问题,人工智能技术应用深度与广度有待提升。立足数字经济与文旅融合发展大势,以AI技术为驱动,构建精准化、场景化、品牌化、全链条的智慧文旅消费引流体系,既是肇庆抢抓数字化发展机遇、提升文旅竞争力的现实选择,也是活化非遗资源、升级文旅产品、拓展客源市场、实现文化价值与经济价值协同发展的重要路径。本文围绕AI驱动肇庆智慧文旅消费引流展开系统研究,旨在提出科学可行的优化策略,为肇庆文旅高质量发展提供理论参考与实践支撑。

2 AI驱动智慧文旅消费引流的内在逻辑

2.1 数据赋能

人工智能以大数据采集与智能算法分析为核心支撑,能够全面整合游客出行偏好、消费习惯、兴趣诉求等多维度信息,构建精细化用户画像,打破传统文旅营销盲目投放、受众模糊的痛点^[1]。传统肇庆文旅引流多采用大众化宣传模式,无法精准触达年轻群体、研学群体、康养群体等细分客源,资源推广与游客需求严重脱节。而人工智能可通过整合线上文旅平台浏览数据、社交媒体话题数据、景区出行轨迹数据,深度挖掘不同圈层游客的文旅偏好,实现文旅产品、线路推荐、优惠活动的定向推送,让文旅引流从“广撒网”转向“精准捕捞”,大幅提升客源引流的有效性与转化率。同时,AI能够实时捕捉文旅市场热点动态与游客需求变化,动态调整引流内容与推广方向,适配市场消费趋势的迭代升级。

2.2 场景重构

沉浸式体验已成为当代文旅消费的核心诉求,人工智能融合VR、AR、XR等技术,能够突破实体景区与文化资源的展示局限,重构肇庆文旅消费场景。肇庆拥有丰富的非遗技艺、宋城文化、包公文化等静态文化资源,传统展示方式多以陈列、讲解为主,互动性与吸引力不足,难以激发游客消费意愿。借助AI技术可打造虚拟非遗体验、数字历史场景复原、AR实景导览等沉浸式场景,让游客以互动参与的方式感知端砚制作、古法造纸、裹蒸工艺等非遗文化魅力,丰富文旅体验层次,形成独特的流量集聚亮点。此外,AI智能游船、虚拟导游、智慧客流调控等应用,能够优化游客游览体验,延长游客停留时间,间接带动餐饮、住宿、文创等关联消费增长。

2.3 IP数字化

文旅IP是城市引流的核心内核,而人工智能为文旅IP的数字化开发、传播与运营提供了全新载体。肇庆拥有端砚、包公、岭南民俗、星湖传说等优质原生文化IP,但长期存在IP开发形式单一、传播渠道狭窄、互动性不足等问题,未能形成具有影响力

的文旅品牌效应。依托AI技术可打造虚拟数字人IP、智能文创设计、数字文化故事演绎等多元化IP形态,通过短视频平台、数字文旅平台进行全域传播,强化肇庆文旅的独特辨识度。数字化文旅IP具备可复制、可互动、可传播的优势,能够跨越地域限制吸引线上流量,同时衍生文创产品、主题线路、数字演艺等消费业态,实现一次性引流向长效品牌吸流的转变。

3 肇庆智慧文旅消费引流现状及AI应用短板

3.1 肇庆智慧文旅消费引流发展现状

文旅融合战略下,肇庆文旅产业稳步发展,已形成山水观光、非遗体验、街区休闲、乡村度假多元融合的产品体系,特色文旅街区游客粘性较强,本地及周边客源基础稳固。在数字化发展层面,肇庆率先上线“粤好看·肇庆行”数字文旅公共服务平台,引入智能游船、智慧景区导览等基础数字化设施,与OTA平台、文旅博主开展合作推广,初步探索线上文旅引流模式。同时,肇庆持续挖掘非遗与文创资源,推出端砚文创、玉雕饰品等特色产品,打造非遗体验工坊、民俗文化节等线下活动,依托节庆赛事、网红打卡等方式集聚短期文旅流量。

3.2 AI赋能肇庆文旅消费引流的现存短板

3.2.1 AI技术应用浅层化,引流方式缺乏创新

当前肇庆人工智能在文旅领域的应用仍停留在基础服务层面,多集中于智能导览、线上票务、客流监测等简单电子化替代功能,未深度融入消费引流全流程。文旅宣传仍依赖传统宣传片、线下推介会、常规网红探店等模式,缺乏AI智能内容生成、虚拟数字人直播、个性化行程定制等新型引流手段。非遗、宋城、包公等文化IP的数字化开发程度较低,多以静态影像、文字介绍为主,未运用VR/AR打造沉浸式数字体验场景,难以吸引年轻线上流量,文旅引流的创意性与吸引力不足。^[2]

3.2.2 数据体系建设滞后,精准引流能力不足

肇庆各景区、文旅平台、特色街区之间数据互联互通程度低,数据孤岛现象突出,尚未构建统一的文旅大数据中台^[3]。缺乏依托AI技术的游客画像构建、消费行为分析、需求预判机制,文旅宣传与产品推送仍采用统一化内容,无法针对青年研学、家庭亲子、中老年康养、文创收藏等不同客群实施差异化引流策略。同时,对社交媒体、短视频平台的文旅流量数据缺乏智能分析,难以捕捉网络文旅热点,错失线上流量风口,流量精准匹配与转化能力薄弱。

3.2.3 文旅资源联动不足,引流业态较为单一

肇庆非遗资源、景区资源、特色街区资源、乡村文旅资源各自独立开发,缺乏AI算法统筹下的资源整合与业态串联。文旅引流多依赖单一景区观光和街区休闲,非遗文创的流量价值未充分挖掘,AI赋能下的研学文旅、数字夜游、虚拟演艺、文创定制等新业态发展缓慢。文创产品设计同质化严重,缺乏AI创意设计加持,未能结合游客偏好开发个性化文创衍生品,难以将客流转化为文创消费、深度体验消费。此外,跨区域文旅协同引流机制缺失,未能借助大湾区资源实现AI流量共享与客源互导。

3.2.4 数字IP运营薄弱,长效引流品牌尚未成型

肇庆拥有丰富的原生文化IP,但数字化IP培育与运营滞后,未打造具有辨识度的虚拟数字导游、卡通文化IP等核心符号。现有文旅IP传播缺乏AI智能分发、个性化内容推送等手段,传播覆盖面有限,未能形成全网影响力。同时,IP衍生开发链条不完善,数字IP与旅游线路、文创产品、节庆活动的融合度低,难以依靠品牌IP实现持续引流,多数文旅流量仅停留在单次观光,缺乏口碑裂变与复游消费的长效支撑。

3.2.5 专业人才与产业生态支撑不足

AI赋能文旅消费引流需要拥有人工智能技术与文旅运营的复合型人才,但是目前肇庆缺少这类人才,文旅企业数字化运营能力不足。政府、景区、文创企业、高校科研机构之间产学研协同不足,缺少专项政策扶持和资金支持,AI技术在文旅引流场景的研发、落地和迭代没有保障。数据安全和隐私保护机制不健全,游客文旅数据采集、共享、应用缺少规范,影响AI大数据分析和精准引流的深入发展。

4 AI驱动肇庆智慧文旅消费引流优化策略

4.1 构建AI精准营销体系,实现分众化定向引流

依托肇庆百度智能云算力优势,搭建市级文旅大数据中台,整合景区、OTA平台、社交媒体等多源游客数据,通过AI算法分析游客来源、年龄、偏好、消费能力等特征,构建精细化用户画像。针对青年、研学、康养等不同客群,差异化推送沉浸式非遗、宋城研学、生态康养等特色文旅产品,实现千人千面精准营销。

利用生成式AI自动创作适配短视频、小红书等平台的宣传图文、文案与宣传片,降低内容创作成本。通过AI智能分发算法定向推送宣传内容,实时监测曝光、互动、转化数据,动态迭代投放策略,形成完整营销闭环。同时,在“粤好看·肇庆行”平台嵌入AI行程助手,可根据游客需求生成个性化游玩方案,联动吃住行游购娱资源实现一键预订,有效提升引流转化效率。^[4]

4.2 打造AI沉浸式体验场景,强化文旅流量集聚

深度挖掘肇庆山水、宋城、非遗核心文化资源,依托VR、AR、XR技术打造多元化沉浸式文旅体验场景,突破传统观光旅游局限。在七星岩、鼎湖山等核心景区,植入岭南神话、星湖传说等虚拟文化内容,通过AR实景导览、互动讲解,提升游客游览趣味性。在端砚产业园、非遗工坊搭建AI虚拟体验场景,支持游客线上模拟体验端砚雕刻、裹蒸制作等非遗工艺,联动线下实操体验,实现线上引流、线下消费。

对骑楼街、紫荆西堤、岩前村等特色街区开展数字化升级,运用AI光影秀、全息投影技术复原古街民俗场景,打造夜间沉浸式文旅项目。引入虚拟数字人导游、智能服务机器人,提供路线指引、文化讲解、消费推荐等智能服务,塑造肇庆专属数字文旅IP,打造网红打卡热点,依托口碑传播持续集聚客流。

4.3 推动文旅IP数字化升级,培育长效品牌引流动能

整合肇庆端砚、包公、龙母、星湖仙女等本土核心文旅IP,借助AI技术完成数字化重塑与创新表达。打造AI虚拟讲解员、文旅虚拟偶像,通过直播互动、文创代言、短视频传播等方式,

放大肇庆文旅品牌影响力。依托AI创意算法提取非遗纹样、工艺特色等元素,开发系列文创产品与城市周边,实现文化IP向实体消费产品的转化。

搭建AI全域传播矩阵,精准覆盖大湾区及省外重点客源市场,联动文旅达人开展IP联名推广,打造全网文旅热点。延伸数字IP产业链,开发主题线路、数字藏品、沉浸式演艺、研学课程等多元业态,带动餐饮、住宿、文创等全链条消费升级,实现短期流量引流向长效品牌吸流的转变。

4.4 完善人才、政策与保障体系,夯实AI引流发展根基

搭建文旅AI专项人才培育体系,针对景区运营、文旅经营管理人员开展数字营销、大数据分析、沉浸式场景运营等技能培训,同时引进AI研发、数字文旅策划等高端人才,筑牢人才支撑。

出台智慧文旅专项扶持政策,设立发展专项资金,对AI场景搭建、数字IP开发、大数据平台建设等项目给予财政补贴与税收优惠。优化营商环境,通过PPP模式引导社会资本参与非遗文创产业园、智慧文旅体验基地等项目建设。建立健全文旅数据安全与隐私保护机制,落实数据匿名化、加密化管理,平衡精准营销与用户隐私保护,营造安全合规的智慧文旅发展环境。

5 结语

人工智能技术给肇庆智慧文旅消费引流赋予了新的技术途径和发展的机会,可以很好地解决传统引流模式创新缺乏、精准度低、资源联动弱、长效性差等现实问题。肇庆有丰富的文旅资源和较好的数字基础设施,因此具有依靠人工智能对文旅消费进行引流的条件。创建AI精准营销体系完成分众引流、营造沉浸式体验场景聚集客流、推进文旅IP数字化塑造品牌、统筹全域资源联动拓展引流业态、完善人才政策保障筑牢发展根基,从而全面提升肇庆文旅客源吸纳能力、流量转化能力和长效运营能力。依靠AI技术推进肇庆由传统文旅资源城市向智慧文旅消费目的地转变,从而加强大湾区文旅休闲节点城市的地位,达成非遗文化传承、文旅产业转型升级和区域经济发展三者之间的共赢局面。

[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]区穗玲,谢梓红.文旅融合战略下肇庆非遗与文创产业的协同发展研究[J].人像摄影,2025,(7):224-225.
- [2]吕美荣.京津冀协同背景下天津人工智能赋能文旅产业发展研究[J].中小企业管理与科技,2025,(15):124-126.
- [3]郑泽,吴颖睿.人工智能技术赋能肇庆文旅融合的发展路径研究[J].西部旅游,2025,(23):63-65.
- [4]张海天.人工智能赋能文旅融合的技术路径与实践[J].漫旅,2025,12(3):13-15.

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。