

智慧景区游客服务平台架构设计研究——以广西程阳八寨景区为例

□ 叶 恒

[摘 要] 在大数据时代背景下，旅游景区营销需要进行转变与调整。本文以广西三江侗族自治县程阳八寨景区为例，分析旅游景区的现状以及存在的问题，提出利用大数据技术为背景，以旅游景区管理为手段，探讨研究构建基于大数据的景区旅游管理平台。

[关键词] 大数据；旅游景区；新媒体管理平台

[文献标识号] B **[中图分类号]** F592 **[文章编号]** 1672-7045 (2020) 05-088-03

1 研究背景

发展智慧旅游的目的是能够满足游客的“个性化”需求，为其提供便利，但是，旅游行业在我国的发展受到各种各样的因素影响，社会大众对其还抱有怀疑的态度，在发展过程中存在的问题主要包括：首先是旅游信息的缺失，游客获取信息平台比较匮乏，官方公布的信息并不及时，形成了信息之间的缺失；其次是行业管理存在问题，行业协会对其管理比较松散，没有统一的标准；最后是商业服务匮乏，尤其是商业市场混乱，错综复杂，不能为游客提供精准的服务。而智慧旅游则将科学手段和技术手段相结合，满足游客日益增长的旅行需求，也可以为构建新的管理平台提供依据。虽然智慧景区游客服务平台的建设已经非常流行和普遍，但在实际生活中，智慧景区游客服务平台还很缺乏，游客的大量需求使其建设和发展势在必行^{[1]、[2]}。为了与日益发展完善的旅游产业相契合，须加强对旅游服务平台的重视，不断提升其发展程度。

广西三江侗族自治县侗族文化底蕴深厚，民族风情浓郁，程阳八寨景区是国家4A级旅游景区，历史文化久远，通过和湖南、江西等地的结合，打造三省之间的旅游强县，为成为全国知名旅游胜地而努力。本文以程阳八寨景区游客服务平台为研究对象，主要分析旅游信息化发展当中存在的缺点和问题，并结合游客出行的需求和方式，以此为依据，对智慧景区游客服务平台进行探索。

2 互联网时代游客特点分析

智慧旅游是靠现有的科学技术手段，如云计算、大数据等对现有的资源和旅游地资源进行重新组合，使其能够和旅游产业相互影响相互作用，为满足游客的需求，共同努力提供智慧化服务的平台，以实现旅游产地的营销目标^{[3]、[4]}。对于游客而言，它能够打破地域的限制，从手机平台获取需求信息，解决实际需要。

（1）行前：在旅行前，游客可以利用官方的微博、微信等各类途径来对旅行信息进行获取，尤其是对于前往目的地的基本信息进行提前了解。首先利用官方网站、微博等对信息的更新及时掌握，其次通过预定途径提前制定自己所需的服务。

（2）行中：游客在旅行过程中主要涉及有6个要素，但传统意义上的要素已不能适应现行的旅游文化追求，游客更在意“商、养、学、闲、情、奇”，为了享受整个旅游体验。游客的行程不如传统意义上安排得紧密，而是注重让人心情愉悦，精神放松，体现与众不同的追求和心灵满足感。其灵活性和延展性更强，可根据自己的需求对行程进行变更。在旅游过程中和他人分享自己的所见所闻、所感所悟，尤其是利用互联网平台使分享更迅速和便捷。

（3）行后：在旅行结束后，可以根据旅游体验对其进行评价和投诉。分享和交流可以直接或间接地影响游客的选择，如果该地区是旅游胜地且评价较高，对于

当地潜在游客的吸引力会明显增强，反之则会降低游客的好感度。

3 智慧景区游客服务方式分析

旅游是一个漫长的过程，它涉及游客旅行之前的准备行程，也包括旅途中的游览过程，更包括旅游之后的后续服务过程。智慧旅游时代要求能满足游客的个性化需求，这对于景区的要求是高标准和严格的，其提供的服务必须是多元化的、全面的。游客在出行之前可以通过互联网进行信息的查阅和浏览，可根据景区内开设的官网、微博获取所需信息，也可以通过酒店的微信等平台提前预订酒店。现代科学技术的发展为智慧旅游时代的到来做好了铺垫，但也对其要求更加严格，尤其是游客的需求愈加个性化。智慧景区游客服务平台主要特征包括能够为游客提供智能化的服务信息、对于游客的个性化需求或者特殊需求能够满足等。

全域旅游时代的发展变化，也为旅游景区带来了改变，由传统意义上的单一景点开始向地区统筹转化，利用现代化的科技手段，将整个区域进行整合，进行全面综合的发展，以旅游业为主导的城市开始向多元化方向拓展。游客服务不只是一个单一的“点线面”，而是一个整体的区域甚至是全程性服务。传统意义上的“景区—酒店—旅行社”已不能适应游客的各种需求，逐渐开始向全域旅游变化，游客利用现代化的科技手段，通过互联网获取旅游地的资讯。以传统意义的景区、酒店、交通枢纽等为基础，为全域旅游的发展做好准备^{[5]、[6]}。关注游客的实际需求，能够适应不同游客的要求，发展适合当地的特色旅游智慧平台，真正为游客提供便利。

4 智慧景区游客服务平台架构设计

智慧景区游客服务平台发展核心是满足游客的需求，提供各类信息化的支撑主要涉及的核心有三个方面，分别为游客出行提供便利，满足游客的个性化体验；其次可为旅游管理者提供高效的工作平台；最后可对该地区的资源进行优化配置。

程阳八寨景区游客服务平台的建立必须根据我国的法律法规来完成，要符合当地政策和规定，其中所涉及的各项技术规范，包括智慧城市建设标准、电子商务标准体系等以各项规定和政策为指导、结合标准化原则为主的5个基本原则，才能设计和建立出该景区的服务平台，以此为依据的智慧景区游客服务平台与地区融合，相互影响，共同推进该地区的发展。



图1 智慧景区游客服务平台架构

如图1所示，应用层、平台层、数据层和感知层从上而下共同组成了智慧景区游客服务平台，每个层次所涉及的领域也是不同的感知层，主要对数据进行收集和储存，是基础性的支撑系统，数据层主要针对经营业务中所产生的数据在此进行统一性的集中化的管理，目的是为了实现在数据共享。平台层主要以用户的需求为中心，利用对不同层级的数据调用来满足，这种需求应用层主要是为了业务发展所开发的应用。

平台的建设以“1+5+N”为建设思路，即建立1个旅游大数据中心，汇聚旅游产业数据及相关产业信息数据，解决涉旅相关产业融合不深等问题；建立面向政府、企业、游客5个核心业务应用系统（面向政府管理的行业综合管理保障平台和全域旅游综合指挥调度中心，面向企业营销的旅游营销与运营平台，面向游客的目的地旅游综合信息服务系统及全域智慧导览平台），解决政府管理部门精细化管理、旅游企业精准化营销及游客旅游贴身服务急需数据驱动与支撑等业务应用问题；建立N项智慧景区设施联网提升系统，解决景区基础设施及信息感知手段薄弱等问题。

4.1 数据层

全域旅游运营资源大数据中心是整体平台的数据层，主要实现数据整合、数据提供、智能分析、数据统计等作用，为上层的各项业务系统、服务层工作门户提供数据的调用支撑服务。在数据层上，可有效融合三类数据，即全域旅游空间地理信息数据，数据的获得要凭借系统提供的空间地理数据采集和处理系统；主题专业数据，主要包括景区数据、线路数据、旅游服务企业数据、旅游公共信息资讯等专业数据，以及游客应用监测所获取的各类用户行为数据等；客流大数据，在客流数据获取上可采用运营商手机用户数据、景区wifi侦测入园数据、旅游监控客流统计数据等，可按照全域旅游下

各景区的实际情况,优先实现运营商手机用户数据的采集和统计。

4.2 服务层

面向游客、居民、旅游服务企业、旅游行政主管部门的4类主体,建设全域目的地旅游综合信息服务系统(区域线上总入口),包括PC-Web门户网站、游客APP、微信公众号、微信小程序、品牌电商旗舰店、OTA平台渠道合作等媒介展现,以及支持游客咨询自助服务终端的展示和服务。实现全域旅游目的地品牌的塑造和推广,整合和发布全域旅游的公共信息、公共服务,提供一站式的目的地旅游信息服务系统,提供游客咨询和投诉服务,以及整合区域内景点、旅游服务企业、互联网服务相关应用、微信公众号、微博等“互联网+业务”的整合和应用发布,达到区域内的统一入口功能,实现各类线下服务的推广,如图2所示。



图2 目的地综合信息服务系统

4.3 业务层

建设平台的核心业务应用,主要提供游客体验、运营经营、行业管理、指挥决策的核心业务及服务。

(1) 全域智慧导览平台

提供区域内重点景区、核心吸引物、旅游线路、自驾游服务体系的空间地理导览、远程体验、现场感知和游玩服务,实现游前中后全程咨询、导航、导览、导游、导购和分享评价等功能。

(2) 运营管理平台

一方面实现系统平台的分级运营;另一方面搭建全域旅游的电商服务能力。通过本地特色旅游电商和“互联网+分销”能力,实现旅游产品全面上网,为各类景区、旅游企业现有直销渠道实现引流合作,实现全域旅游产品的一站式预订服务。

(3) 行业综合管理保障平台

定位在对区全域旅游创建和行业工作实现提质增效,主要解决行业和市场综合监管、旅游行业统计数据报送,以及旅游主管部门、重点景区、旅游服务企业之

间涉及文件下发、工作通知、任务管理等相关的工作协同事务的“互联网+业务”服务。

(4) 全域旅游综合指挥调度中心

旨在旅游主管部门实现全域创建的管理中枢,有效连接景区和旅游局,在应急调度、运行监测、资源管理、旅游统计、全域评估、决策指挥方面发挥平台化建设成效。

5 结语

大数据时代对旅游业的发展提供极大的支持,可为游客提供更加便捷的信息支持。柳州市应紧跟大数据变革的步伐,为发展旅游营销提供政策和技术支持,尤其要加强社会民众对其重视程度和认知程度。本文主要利用不同阶段内的信息化发展的不同之处对游客的需求进行分析,发现游客的个性化需求明显,以此为导向建立的平台,在实际生活中存在部分问题,要加强对游客的关心和支持,利用现有的科学技术,如电子商务的线上线下可交易、虚拟体验和大数据分析技术等,为游客提供便利,为景区管理部门提供高效化的平台,为旅游企业的发展提供支柱,形成受游客欢迎的服务智慧平台。

[参考文献]

- [1]张凌云,黎囡,刘敏.智慧旅游的基本概念与理论体系[J].旅游学刊,2012,27(5):66-73.
- [2]金卫东.智慧旅游与旅游公共服务体系建设[J].旅游学刊,2012,27(2):5-6.
- [3]金江军.智慧旅游及其关键技术和体系框架研究[C].中国区域科学协会区域旅游开发专业委员会、湖北省农业厅、湖北省旅游局.第十六届全国区域旅游开发学术研讨会论文集.中国区域科学协会区域旅游开发专业委员会、湖北省农业厅、湖北省旅游局:中国区域科学协会区域旅游开发专业委员会,2012:212-216.
- [4]罗剑宏,杨茹.智慧旅游对旅游消费者行为的影响机制研究[J].青海社会科学,2014(5):75-80.
- [5]朱珠,张欣.浅谈智慧旅游感知体系和管理平台的构建[J].江苏大学学报(社会科学版),2011,13(6):97-100.
- [6]翟鸿雁.智慧旅游平台的研究与设计[J].物联网技术,2014(11):73-75.
- [7]包诗亮.基于“云+端”模式的智慧旅游平台关键技术研究[D].郑州:战略支援部队信息工程大学,2018.

[作者简介]

叶恒,广西大学商学院工商管理硕士研究生。